



UNIVERSIDAD DEL PACIFICO

Licenciatura en Negocios Internacionales

Nathaly Samantha Ibarra Sánchez

La exportación de la Pitahaya en el marco del TLC entre Ecuador y China

Guayaquil, 2024

Ficha Catalográfica

Ibarra Sánchez, Nathaly Samantha, La exportación de la Pitahaya en el marco del TLC entre Ecuador y China.
Guayaquil: UPACÍFICO, 2024, 117 páginas. Fabrizio Andrade (Trabajo de Titulación-TT. presentado a la
Facultad de Negocios y Economía de la Universidad Del Pacífico).

Resumen: Este proyecto de investigación se realizó con el objetivo de demostrar la viabilidad de la exportación de Pitahaya a China teniendo en cuenta que la fruta es considerada de gran valor en el país asiático y tomando beneficio del Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China que fue firmado desde 2023 ya que el mismo permite fortalecer lazos bilaterales otorgando preferencias arancelarias y no arancelarias que facilitan el comercio. A su vez, tomando en consideración la existencia de productores especializados en las épocas de cultivo de Pitahaya los cuales fomentan la obtención de un fruto de calidad. Por ende, estos factores permiten explorar la oportunidad de lograr una exportación satisfactoria. Como consecuencia de aquello, se fortalecería la economía del país con el crecimiento en las exportaciones, la diversificación de mercados y la generación de empleo. También, permitiría que la cosecha sea aprovechada en su totalidad evitando pérdidas y brindando la oportunidad de que se realice una mejora en la matriz productiva nacional explotando la siembra de Pitahaya satisfaciendo la necesidad de ésta en China.

Palabras claves: Exportación, Productores, China, Ecuador, TLC.

	ENTREGA DE TRABAJO (CONCLUSIÓN DE CARRERA DE GRADO)	Fecha: 16/08/2024
		Versión: 001
	PA-FR-67	Página: 3 de 117

DECLARACIÓN

Al presentar este Trabajo de Titulación como uno de los requisitos previos para la obtención del grado de Negocios Internacionales de la Universidad Del Pacífico, hago entrega del documento digital a la Biblioteca de la Universidad.

El estudiante certifica estar de acuerdo en que se realice cualquier consulta de este Trabajo de Titulación dentro de las Regulaciones de la Universidad, acorde con lo que dictamina la L.O.E.S. 2010 en su Art. 144.

Conforme a lo expresado, adjunto a la presente, se servirá encontrar dos copias digitales de este Trabajo de Titulación para que sean reportados en el Repositorio Nacional conforme lo dispuesto por el SENESCYT.

Para constancia de esta declaración, suscribe



Nathaly Samantha Ibarra Sánchez
Estudiante de la Facultad de Negocios y Economía
Universidad Del Pacífico

Fecha:	Guayaquil, Agosto 2024.
Título de T.C.C.:	La exportación de la Pitahaya en el marco del TLC entre Ecuador y China
Autor:	Nathaly Ibarra Sánchez
Tutor:	PhD. Fabrizio Andrade
Miembros del Tribunal:	Mgtr. José Luis Rodríguez Flores
Fecha de calificación:	Agosto 2024

Índice General

Índice General.....	IIIV
Índice De Tablas	VIII
Índice De Figuras	VIII
Índice De Anexos.....	VIII
Resumen	IX
Abstract	X
Introducción.....	1
1. Problema De Investigación	4
1.1 Planteamiento del problema.....	4
1.1.1 Formulación del problema	5
1.1.2 Sistematización del problema	5
2. Fundamentos Teóricos.....	7
2.1. Tratados de Libre Comercio (TLC).....	7
2.1.1. Impulsores del Comercio Internacional	7
2.1.2. El Contexto del Comercio Internacional.....	7
2.1.3. Objetivos de los TLC	7
2.1.4. Desafíos de los TLC	8
2.1.5. Beneficios de los TLC para Ecuador	9
2.1.6. El Futuro de los TLC para Ecuador.....	10
2.2. Los TLC y Ecuador	11

2.2.1.	TLC con la Unión Europea	12
2.2.2.	TLC Ecuador China	12
2.2.3.	Pitahaya ecuatoriana de exportación	18
2.2.4.	Barreras arancelarias y no arancelarias con China	22
2.3.	Estrategias de exportación	25
2.3.1.	Exportación Directa	25
2.3.2.	Exportación Indirecta.....	26
2.3.3.	Joint Ventures o Asociaciones Estratégicas	26
2.3.4.	Franquicias Internacionales.....	26
2.3.5.	Alianzas Estratégicas	26
2.3.6.	Licenciamiento	26
2.3.7.	Exportación por Contrato.....	27
2.3.8.	Exportación por Consorcio	27
2.3.9.	Fabricación en el Extranjero	27
2.3.10.	Comercio Electrónico Internacional	27
2.3.11.	Exportación a través de Alianzas Comerciales Regionales	28
2.3.12.	Marketing Internacional y Promoción de Exportaciones.....	28
3.	Objetivos de la investigación	28
3.1.	Objetivo general	28
3.2.	Objetivos específicos	29
4.	Justificación	29

4.1.	Oportunidad del proyecto	29
4.2.	Viabilidad del proyecto.....	31
4.3.	Importancia del proyecto	32
4.4.	Presuposiciones	35
5.	Metodología De La Investigación	36
5.1.	Enfoque de la investigación	36
5.1.1.	Enfoque Cualitativo	36
5.2.	Población o sujetos de estudio	37
5.3.	Técnica e Instrumento de Investigación	37
5.4.	Plan de análisis e interpretación de datos	38
5.4.1.	Análisis documental.....	38
5.4.2.	Análisis FODA	49
5.4.3.	Matriz IEFI.....	52
5.4.4.	Análisis cualitativo	54
5.5.	Conclusiones de los resultados.....	65
5.5.1.	Perspectivas Futuras	68
5.5.2.	Retos de Sostenibilidad.....	69
5.5.3.	Impacto Socioeconómico	70
5.5.4.	Lecciones Aprendidas.....	71
6.	Plan de trabajo	71

6.1.	Propuesta estratégica para la exportación	71
6.2.	Justificación de la propuesta	73
6.3.	Plan de Promoción de Exportaciones de Pitahaya de Ecuador a China	75
6.3.1.	Introducción	76
6.3.2.	Análisis de Mercado	76
6.3.3.	Estrategia Internacional	77
6.3.4.	Estrategia de Promoción de Exportaciones.....	78
6.3.5.	Medición y Evaluación	80
6.3.6.	Presupuesto	80
6.3.7.	Proceso de registro de la empresa exportadora	81
6.3.8.	Inversión simulada del proceso de exportación	83
6.3.9.	Ente ejecutor.....	83
6.3.10.	Cronograma de actividades gubernamentales	86
6.3.11.	Inversión financiera	88
6.3.12.	Valoración del proyecto de exportación empresarial	91
	Conclusiones.....	94
	Recomendaciones	97
	Referencias	98
	Anexos.....	107

Índice De Tablas

Tabla 1. Tamaño estimado del mercado de consumo en China	Error! Bookmark not defined.
Tabla 2 Principales competidores	21
Tabla 3 Producción de Pitahaya Ecuador.....	39
Tabla 4 Promedio de exportación por productor	47
Tabla 5. Matriz IEFI para Exportación de Pitahaya de Ecuador a China	53
Tabla 6 Presupuesto de exportación.....	80
Tabla 7 Pasos del proceso de exportación	81
Tabla 8 Presupuesto de proceso de exportación	83
Tabla 9 Cronograma de actividades.....	86
Tabla 10 Estados financieros	88
Tabla 11 Estados de resultados.....	90
Tabla 12 Valoración del proyecto según estado de resultados	91

Índice De Figuras

Figura 1 Principales mercados de exportación de la Pitahaya.....	42
Figura 2 Proyección del mercado chino de pitahaya	48

Índice De Anexos

Anexo 1 Modelo de entrevista aplicada	107
---	-----

Resumen

La pitahaya es considerada una fruta exótica de alta calidad y valor nutricional, lo que ha contribuido a su creciente popularidad en los mercados internacionales. La pérdida de fruta de pitahaya en Ecuador puede deberse a varios factores, entre ellos están las condiciones climáticas, ya que la pitahaya es una fruta tropical, la falta de mercados locales y las trabas arancelarias y fitosanitarias a otros países. Exportar a la República China es una solución adecuada, por ello el objetivo general de esta investigación es desarrollar una propuesta para la exportación de la pitahaya en el marco del tratado de libre comercio (TLC) entre Ecuador y China. Se hizo una investigación de diseño no experimental, de corte transversal, de tipo exploratorio y descriptivo con un enfoque cuantitativo transversal y cuyo sujeto de estudio fueron personas dedicadas a la agroexportación de frutas exóticas en la provincia del Guayas. Se concluyó que la identificación de las condiciones o factores de aceptación de los productores de la fruta al proceso de exportación a China revela que la mayoría de los agricultores están dispuestos a aprovechar esta oportunidad de mercado. A pesar de los desafíos logísticos y regulatorios, la exportación de Pitahayas a China se percibe como beneficiosa, lo que refleja la confianza de los agricultores en el potencial de este acuerdo comercial.

Palabras clave: Pitahaya, China, Ecuador, TLC, tratado bilateral, libre comercio, comercio exterior.

Abstract

Pitahaya is considered an exotic fruit of high quality and nutritional value, which has contributed to its growing popularity in international markets. The loss of pitahaya fruit in Ecuador may be due to several factors, among them are climatic conditions, since pitahaya is a tropical fruit, the lack of local markets and tariff and phytosanitary obstacles to other countries. Exporting to the Republic of China is an appropriate solution, therefore the general objective of this research is to develop a proposal for the export of dragon fruit within the framework of the free trade agreement (FTA) between Ecuador and China. A non-experimental, cross-sectional, exploratory and descriptive design research was carried out with a transversal quantitative approach and whose study subject were people dedicated to the agro-export of exotic fruits in the province of Guayas. It was concluded that the identification of the conditions or factors of acceptance of fruit producers to the export process to China reveals that the majority of farmers are willing to take advantage of this market opportunity. Despite logistical and regulatory challenges, the export of Pitahayas to China is perceived as beneficial, reflecting farmers' confidence in the potential of this trade agreement.

Keywords: Pitahaya, China, Ecuador, FTA, bilateral treaty, free trade, foreign trade.

Introducción

El área en el que se desarrolla esta investigación es el de negocios internacionales, por lo que se pretende demostrar la viabilidad de la exportación de la Pitahaya en el marco del TLC entre Ecuador y China, debido a que Ecuador debe buscar nuevas alternativas para el cambio de la matriz productiva entre ellas; explotar la siembra de la Pitahaya para la exportación a la República de China, quienes tienen una alta deficiencia de producción de esta fruta.

En Ecuador existen 1.528 hectáreas actualmente sembradas con la fruta de la Pitahaya, en total hay 2.260 productores y las provincias de mayor impacto y adaptación de la siembra son: Guayas, Manabí y Morona Santiago de al menos dos distintos tipos o cepas de la fruta, por otra parte, se exportan a 56 países alrededor del mundo, pero los clientes más importantes son entre algunos; Estados Unidos con quince millones y medio de kilogramos, Canadá un millón, Colombia casi un millón y Singapur medio millón de kilos (Agrocalidad, 2022).

Según Guevara (2024), el tratado de libre comercio con China finalizó de forma exitosa el 3 de enero del 2023, luego de 4 rondas y 10 meses de procesos, donde el 99% de los productos ecuatorianos, tendrán libre acceso al mercado asiático en especial los agrícolas, siendo la pitahaya una de las beneficiadas y consideradas en el proyecto, porque China tiene déficits de oferta en muchos meses del año, en especial en las temporadas frías, lo que a Ecuador no le afecta debido a su clima tropical. El acuerdo, no solo beneficia el desgravamen de aranceles, sino además facilita los procesos aduaneros, que permiten que la fruta viaje de forma rápida y de alto nivel de conservación. La agencia francesa de prensa destacó en los titulares de enero del 2023 que Ecuador al ser netamente agrícola, no solamente verá como sus productos se podrán comercializar

de mejor manera, sino que, además, el país asiático, demanda de altos volúmenes lo cual favorece a una amplia producción de la fruta evitando se desperdicie su cosecha.

Wang et al. (2024), indica que el gobierno ecuatoriano señaló que el tratado con Pekín implicará un incremento de hasta el 20% de las exportaciones nacionales al mercado chino. Las ventas a China crecieron de 4.075 millones de dólares en 2021 a 5.005 millones de enero a octubre de 2022, según los datos más recientes del Banco Central local. A su vez, las compras aumentaron de 5.092 millones a 5.381 millones, en el mismo periodo. Esta investigación es un aporte al mundo empresarial para aclarar cuáles son las condiciones competitivas que tiene la fruta ecuatoriana ante el TLC con China y los grandes volúmenes que requiere el mercado asiático.

Indica Galora (2024), comenta que existe una significativa oportunidad de crecimiento para el cultivo de pitahaya entre los productores de la provincia del Guayas, especialmente en la zona de El Azúcar, cerca del cantón General Villamil Playas. Estos productores ya han demostrado altos niveles de producción con cultivos de uva y cereza. Las fuentes de consulta para esta evaluación incluyen el ministerio ecuatoriano de Producción y Agricultura, de la misma manera organismos especializados tales como; Agrocalidad, Fedexport y Cámaras de Comercio. La integración de estos actores proporciona un respaldo sólido y datos precisos que pueden orientar a los agricultores en la adopción de nuevas estrategias de cultivo y en la expansión hacia mercados internacionales.

Para Guamán (2024), los resultados obtenidos no solo pueden incentivar a los productores del sector azucarero, sino también pueden orientarlos a diversificar sus cultivos revitalizando así la economía local y mejorando la integración de la matriz productiva hacia la comercialización de productos no tradicionales, los cuales ya constituyen el 40% de las exportaciones nacionales.

Aunque existen numerosos riesgos, estos son fácilmente superables. La investigación demostrará que la demanda de China por esta fruta es elevada, debido a su contenido de vitamina C, que supera al de la naranja y su contenido de colágeno, comparable al peso del hueso de vaca.

Actualmente, Ecuador produce suficiente cantidad para satisfacer el mercado interno, pero sus excedentes podrían ser exportados a estos países. Exportar a Estados Unidos o Canadá, por ejemplo, enfrenta la competencia de precios debido a los aranceles de exportación de la fruta, ya que ambos países tienen tratados de libre comercio con Centroamérica, país pionero de la cosecha de la fruta, lo que les otorga una preferencia comercial que infiere a que Ecuador se establezca en una posición no tan favorable, ya que a pesar de tener acuerdos preferenciales con estos países, son limitantes y no involucran una mayor facilidad para la exportación. Por lo tanto, Ecuador tiene un papel importante aprovechando la oportunidad del TLC con China y la cosecha interna del fruto exótico que se ha experimentado y se ha ido evolucionando por muchos años.

En el primer capítulo se hace una revisión del problema planteado, así como las causas y los efectos que han permitido que se desaproveche el cultivo de la pitahaya y que puede tener una apertura adecuada al TLC firmado con China y en el segundo capítulo, se considera un marco teórico de aspectos más importantes relacionados con el TLC de Ecuador -China. Al empezar el tercer capítulo, se hace una revisión de lo que piensan los productores de Pitahaya del sector de Guayas y Manabí, que fueron identificados a través de los registros del Ministerio de Agricultura del Ecuador. Con esta información, se planteó un cuarto capítulo, de los pasos que deben seguir los productores, para ser exportadores de la fruta con destino a China.

1. Problema De Investigación

1.1 Planteamiento del problema

Según datos de la Asociación Ecuatoriana de Productores y Exportadores de Pitahaya (AEPEP), en el año 2021 se exportaron alrededor de 2.800 toneladas de pitahaya desde Ecuador. Esto representó un aumento del 27% en comparación con el año anterior. Los principales destinos de exportación de la pitahaya ecuatoriana fueron Estados Unidos, Canadá. Adicionalmente, países de Europa como; España, Francia, Alemania y Holanda. Además, se espera que las exportaciones de pitahaya sigan creciendo en el futuro debido a la creciente demanda por parte de los consumidores de productos frescos y saludables (Dieguez y otros, Evaluation of the Environmental Impact of the Pitahaya Crop, Cantón Palora, Ecuador. TecnoLógicas, 2020).

Es importante destacar que el cultivo de pitahaya se ha convertido en una relevante fuente de ingresos para los agricultores ecuatorianos, especialmente en la región costera del país. La pitahaya es considerada una fruta exótica de alta calidad y valor nutricional, lo que ha contribuido a su creciente popularidad en los mercados internacionales (Cevallos, 2022). Sin embargo, el manejo inadecuado de la fruta durante la cosecha, transporte y almacenamiento puede causar daños y acelerar su proceso de maduración y descomposición. Esto va acompañado de plagas y enfermedades que pueden afectar la calidad y la cantidad de producción. Por lo cual se puede causar la pérdida de grandes cantidades de fruta (Córdova, 2022).

Al mismo tiempo, otra de las posibles causas es la falta de mercado, de la cual se puede buscar una solución que promueva la captación de compradores, teniendo en cuenta que si los productores no tienen un mercado confiable para vender su fruta pueden optar por no cosecharla o cosechar menos, lo que resulta en pérdidas.

En general, la pérdida de fruta de pitahaya en Ecuador puede deberse a una combinación de factores relacionados con el clima, el manejo, las plagas y enfermedades, y el mercado (Fiallos, 2020).

1.1.1 Formulación del problema

- ¿De qué manera se debería desarrollar una propuesta estratégica para mitigar la falta de mercado de la pitahaya ecuatoriana en el marco del tratado de libre comercio (TLC) entre Ecuador y China?

1.1.2 Sistematización del problema

- ¿Qué definen las aproximaciones teóricas y empíricas que encierra el tratado de libre comercio (TLC) de China y Ecuador para la exportación de la fruta Pitahaya?
- ¿Cuáles son las condiciones o factores de aceptación de los productores de la fruta al proceso de exportación a la China?
- ¿Cuáles son las condiciones aceptables en el mercado chino para ejercer las acciones de exportación desde el Ecuador?

- ¿Cómo se deberían proponer las estrategias, métodos y procedimientos para el aprovechamiento del exceso de producción y posterior exportación de la fruta Pitahaya desde Ecuador a China?

2. Fundamentos Teóricos

2.1. Tratados de Libre Comercio (TLC)

2.1.1. Impulsores del Comercio Internacional

Los Tratados de Libre Comercio (TLC) son convenios o acuerdos comerciales que buscan promover y facilitar el intercambio de bienes y servicios entre países, eliminando o reduciendo las barreras comerciales para atraer la inversión extranjera y fomentar el comercio, dentro de las barreras se pueden incluir aranceles, cuotas, restricciones no arancelarias y regulaciones técnicas, por lo que los TLC son uno de los pilares del comercio internacional y desempeñan un papel crucial en la economía global (Robles, 2024).

2.1.2. El Contexto del Comercio Internacional

Para comprender la importancia de los TLC, es esencial conocer el contexto del comercio internacional. De acuerdo con Sánchez et al. (2024) el comercio global ha experimentado un crecimiento significativo en las últimas décadas, el cual se debe en gran parte a la liberalización comercial, que implica la apertura de las fronteras a través de la eliminación de obstáculos comerciales. Por lo cual los TLC son una herramienta clave para lograr esta liberalización y aprovechar los beneficios del comercio internacional (Robles, 2024).

2.1.3. Objetivos de los TLC

Según Guzmán (2023), los TLC persiguen varios objetivos fundamentales:

- 1) Promover el Comercio: Facilitar el flujo de bienes y servicios entre los países firmantes, lo que puede aumentar las exportaciones e importaciones;
- 2) Eliminar Barreras: Reducir o eliminar aranceles y otras barreras comerciales, lo que reduce los costos para las empresas y los consumidores;
- 3) Aumentar la Inversión: Atraer inversión extranjera directa (IED) al proporcionar un entorno más favorable para la inversión;
- 4) Armonizar Regulaciones: Coordinar regulaciones y estándares técnicos para simplificar el comercio;
- 5) Diversificar Mercados: Ayudar a diversificar los mercados de exportación, reduciendo la dependencia de un solo mercado;
- 6) Fomentar la Competencia: Promover la competencia y la innovación en el mercado interno.

2.1.4. Desafíos de los TLC

En el estudio de Jaramillo (2023) se indica que, a pesar de los beneficios, los TLC también enfrentan desafíos, algunos de estos incluyen:

- 1) Impacto en Sectores Sensibles: La apertura comercial puede afectar a sectores sensibles de la economía, como la agricultura o la industria, que pueden verse expuestos a la competencia extranjera.

- 2) Asegurar Beneficios para Todos: Es fundamental garantizar que los beneficios de los TLC lleguen a todos los sectores de la sociedad y no solo a un grupo selecto de empresas.
- 3) Cumplimiento de Requisitos: Para aprovechar al máximo los TLC, Ecuador debe cumplir con ciertos requisitos y estándares, lo que a veces implica ajustes en su marco legal y regulatorio.
- 4) Negociaciones Complejas: Las negociaciones de los TLC son complejas y pueden llevar años antes de llegar a un acuerdo.
- 5) Evaluación Continua: Es importante evaluar continuamente los impactos de los TLC y ajustar las políticas comerciales según sea necesario.

2.1.5. Beneficios de los TLC para Ecuador

De acuerdo con Benalcázar (2023) que se sustenta en el documento de Castañeda (1996), actualiza la información en la que indica que los TLC han aportado numerosos beneficios, y Rubio (2023) indica que en el caso de Ecuador son:

- 1) Crecimiento de las Exportaciones: Ecuador ha experimentado un aumento significativo en las exportaciones a los países con los que ha firmado TLC, lo que ha contribuido al crecimiento económico.
- 2) Diversificación de Mercados: La firma de TLC ha ayudado a diversificar los mercados de exportación, reduciendo la dependencia de un solo mercado.

- 3) Atracción de Inversión Extranjera: Los acuerdos comerciales a menudo atraen inversión extranjera directa al país, lo que estimula el desarrollo económico.
- 4) Mejoras en la Competitividad: La competencia generada por los TLC impulsa la innovación y la eficiencia en las empresas ecuatorianas.
- 5) Acceso a Nuevas Tecnologías y Conocimientos: Los TLC pueden facilitar la transferencia de tecnología y conocimientos, lo que beneficia a la industria y la agricultura ecuatorianas.

2.1.6. El Futuro de los TLC para Ecuador

A medida que Ecuador continúa su participación en el comercio internacional, es probable que siga explorando nuevas oportunidades de TLC. La diversificación de mercados y la atracción de inversión extranjera seguirán siendo objetivos clave. Además, el país debe abordar los desafíos que surgen de la apertura comercial de manera efectiva para asegurar que los beneficios sean sostenibles y equitativos (Mila, 2023).

Los tratados de libre comercio son herramientas esenciales para el comercio internacional y el desarrollo económico de Ecuador. Estos acuerdos permiten abrir puertas a nuevos mercados, estimulan la inversión extranjera y contribuyen al crecimiento de las exportaciones. Sin embargo, es importante gestionar cuidadosamente los desafíos que surgen de la liberalización comercial, como el

impacto en sectores sensibles y la necesidad de asegurar que los beneficios sean compartidos de manera equitativa en la sociedad (Salgado, 2023).

Además de los tratados mencionados anteriormente, Ecuador puede considerar la posibilidad de firmar acuerdos con otros países o regiones en el futuro. Esto dependerá de su estrategia comercial y de los mercados que busque fortalecer. Es esencial que Ecuador continúe evaluando y ajustando su política comercial a medida que evolucionan las circunstancias internacionales y nacionales. La colaboración con otros países, la promoción de la competitividad y la inversión en investigación y desarrollo son aspectos clave para aprovechar al máximo los TLC y mantener un crecimiento sostenible (Romero, 2023).

Los tratados de libre comercio desempeñan un papel fundamental en la estrategia comercial de Ecuador, ofreciendo oportunidades para el crecimiento económico y la diversificación de mercados. Sin embargo, su éxito depende de una gestión eficaz de los desafíos y de un enfoque continuo en el desarrollo y la adaptación de políticas comerciales que beneficien a toda la sociedad ecuatoriana.

2.2. Los TLC y Ecuador

Ecuador, como muchos otros países, ha reconocido la importancia de los TLC para su desarrollo económico y su participación en la economía global. A lo largo de los años, Ecuador ha firmado varios acuerdos comerciales con diferentes regiones y países (Benalcázar, 2023). A continuación, se mencionan algunos de los acuerdos de libre comercio más significativos en los que Ecuador ha participado:

2.2.1. TLC con la Unión Europea

El acuerdo con la Unión Europea (UE) es uno de los tratados de libre comercio más destacados para Ecuador. Entró en vigor el 1 de enero de 2017. Este acuerdo abrió las puertas al mercado europeo, compuesto por más de 500 millones de consumidores. Ecuador se benefició de la eliminación de aranceles para una amplia gama de productos, lo que aumentó sus exportaciones a la UE (Romero, 2023).

2.2.2. TLC Ecuador China

El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Ecuador y China tiene antecedentes que datan de varios años antes de su firma. Algunos de los antecedentes más relevantes incluyen el inicio de las Negociaciones, las conversaciones para un tratado de libre comercio entre Ecuador y China se iniciaron en 2015, cuando se exploraron posibles oportunidades de cooperación comercial. Además, los acuerdos comerciales previos del Ecuador con otros países antes de firmar el TLC con China. Uno de los más destacados es el acuerdo con la Unión Europea, que entró en vigor en 2017 (López, 2023).

Las evoluciones de las Relaciones Comerciales que antes del TLC, Ecuador y China mantenían relaciones comerciales, y China era uno de los principales socios comerciales de Ecuador en términos de importación y exportación. El proceso de negociación para el TLC implicó discutir y acordar diversos aspectos relacionados con el comercio, como la reducción de aranceles, las normas comerciales y otros

temas relevantes. El tratado abarca un total de 17 disciplinas (Jaramillo & Tonon, 2023).

Estos antecedentes ayudaron a sentar las bases para la firma del Tratado de Libre Comercio entre Ecuador y China, que busca fortalecer aún más las relaciones comerciales y económicas entre ambas naciones. El tratado de libre comercio (TLC) entre Ecuador y China es un acuerdo que tiene como objetivo promover el intercambio comercial y fortalecer las relaciones económicas entre ambos países. Aunque los detalles específicos del tratado pueden variar, algunos aspectos generales del TLC entre Ecuador y China incluyen la reducción o eliminación de aranceles y barreras comerciales entre los dos países. Esto facilita la importación y exportación de bienes (Gonzalez & Tussie, 2023).

De acuerdo con Guzmán (2023), el acuerdo puede brindar a las empresas ecuatorianas un acceso más amplio al mercado chino y viceversa, lo que fomenta el comercio bilateral, además del comercio, el TLC puede promover la cooperación en áreas económicas como la inversión, la propiedad intelectual y la tecnología. El tratado puede contener disposiciones específicas que benefician a sectores particulares, como la agricultura, la industria y la tecnología. El acuerdo establece normas y regulaciones que las empresas deben cumplir para participar en el comercio bilateral. El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre Ecuador y China se ha desarrollado a lo largo de varios hechos importantes que han marcado su evolución y formalización:

- 1) Inicio de las Negociaciones: Las negociaciones para el TLC entre Ecuador y China comenzaron en 2015. Este fue un punto crucial en el camino hacia un acuerdo comercial que abriría oportunidades significativas para ambos países.
- 2) Firma del Acuerdo Marco: En noviembre de 2016, Ecuador y China firmaron un Acuerdo Marco de Cooperación Económica y Comercial. Este acuerdo sentó las bases para el posterior TLC y destacó la voluntad de ambas naciones de fortalecer sus relaciones comerciales.
- 3) Firma del TLC: El 10 de mayo de 2023, Ecuador y China firmaron oficialmente el TLC. Este fue un hito importante que formalizó su compromiso de eliminar barreras comerciales y promover el comercio bilateral.
- 4) Entrada en Vigor: El TLC entre Ecuador y China entró en vigor el 1 de mayo de 2024, después de completar sus respectivos procesos de aprobación interna. Esto marcó el comienzo de una nueva etapa en las relaciones comerciales entre ambos países.
- 5) Beneficios Comerciales: El TLC ha brindado beneficios significativos, como la reducción de aranceles y la promoción de exportaciones e importaciones. Ha contribuido a fortalecer la cooperación económica y comercial en áreas como la agricultura, la industria y la tecnología.

Estos hechos destacados muestran la importancia del TLC entre Ecuador y China en el fortalecimiento de sus lazos comerciales y la promoción del comercio bilateral. Ha abierto nuevas oportunidades para las empresas de ambos países y ha contribuido al crecimiento económico y la cooperación mutua.

El acuerdo promueve la preferencia en las exportaciones de una amplia gama de productos originarios de Ecuador hacia el mercado chino, que cuenta con una audiencia potencial de aproximadamente 1400 millones de consumidores. Entre los productos que se ven beneficiados se encuentran el camarón, el café, el banano, las rosas, las flores, el cacao, y se abren nuevas oportunidades en mercados como la pitahaya, la piña, el mango, los arándanos, la quinua, los alimentos procesados, así como las frutas frescas y en conserva.

Se estima que un impresionante 99.6% de la oferta exportable ecuatoriana tendrá acceso al mercado chino con aranceles reducidos al 0%. Además, se han establecido disposiciones que agilizan los procedimientos sanitarios y fitosanitarios para los productos que serán exportados. Como resultado de estas medidas, se anticipa un aumento considerable del 8.4% en las exportaciones de Ecuador hacia China.

El Tratado de Libre Comercio (TLC) entre China y Ecuador establece ciertos procedimientos sanitarios y fitosanitarios para la exportación de frutas y otros productos agrícolas desde Ecuador hacia China. Estos procedimientos están diseñados para garantizar que los productos sean seguros para el consumo humano y

cumplan con las regulaciones fitosanitarias para prevenir la propagación de plagas y enfermedades. Algunos de los procedimientos incluyen:

2.2.2.1. Certificados Fitosanitarios

Los productos agrícolas exportados desde Ecuador deben estar acompañados de un certificado fitosanitario emitido por las autoridades ecuatorianas. Este certificado certifica que los productos cumplen con las regulaciones fitosanitarias y no representan un riesgo para la agricultura china.

2.2.2.2. Inspección y Cuarentena

Los productos agrícolas pueden estar sujetos a inspecciones y cuarentenas por parte de las autoridades chinas a su llegada al país. Esto puede incluir la inspección de la calidad del producto y la detección de posibles plagas o enfermedades.

2.2.2.3. Requisitos Específicos para Cada Producto

Dependiendo del tipo de fruta o producto agrícola, puede haber requisitos específicos establecidos en el TLC y regulaciones chinas. Estos requisitos pueden incluir tratamientos de desinfección, condiciones de empaque y etiquetado específico.

2.2.2.4. Normativas de Residuos de Plaguicidas

Los productos agrícolas exportados deben cumplir con las normativas de residuos de plaguicidas establecidas por China. Esto implica que los niveles de residuos de plaguicidas en los productos no deben superar los límites establecidos.

2.2.2.5. Registro y Aprobación de Empresas Exportadoras

Las empresas ecuatorianas que deseen exportar productos agrícolas a China deben registrarse y obtener la aprobación de las autoridades chinas para hacerlo. Esto implica cumplir con ciertos estándares y requisitos establecidos.

2.2.2.6. Comunicación y Cooperación entre Autoridades

El TLC promueve la comunicación y la cooperación entre las autoridades sanitarias y fitosanitarias de ambos países para abordar cualquier problema o inquietud relacionada con la seguridad alimentaria y fitosanitaria.

2.2.2.7. Capacitación y Concienciación

Se fomenta la capacitación y la concienciación entre los productores y exportadores ecuatorianos para garantizar que estén al tanto de los requisitos y procedimientos sanitarios y fitosanitarios para la exportación.

Es importante que los exportadores ecuatorianos de frutas y productos agrícolas estén al tanto de estos procedimientos y regulaciones, ya que el cumplimiento adecuado es fundamental para garantizar el acceso al mercado chino y mantener la calidad y seguridad de los productos exportados. Además, las regulaciones pueden cambiar con el tiempo, por lo que es esencial mantenerse actualizado sobre los requisitos actuales.

2.2.3. Pitahaya ecuatoriana de exportación

La pitahaya es una fruta exótica originaria de América Central y América del Sur. Su pulpa, de sabor suave y dulce, es apreciada por su textura crujiente y su alto contenido de nutrientes. Su atractivo aspecto, con cáscara rosa o amarilla y pequeñas espinas, la convierte en una fruta llamativa en los mercados internacionales.

Se proyecta que el mercado de la fruta del dragón alcance un tamaño de 14.730 millones de dólares en 2024, con un crecimiento a una tasa compuesta anual del 4,40 %, para llegar a los 18.270 millones de dólares en 2029. Para el año 2024, la región de Asia-Pacífico tendrá la mayor participación en el mercado de la fruta del dragón (Mordor Intelligence, 2024). La exportación de pitahayas ecuatorianas es un ejemplo exitoso de cómo un país puede aprovechar sus condiciones naturales y recursos humanos para diversificar su economía agrícola y participar en el comercio internacional de frutas exóticas. El desarrollo de este sector ha beneficiado a agricultores, exportadores y la economía nacional en general (Vallejo, 2023).

La pitahaya ecuatoriana se ha ganado una reputación por su calidad y sabor, lo que ha llevado a una creciente demanda en mercados internacionales. Este éxito ha sido posible gracias a la inversión en tecnología, buenas prácticas agrícolas y el esfuerzo conjunto de agricultores y exportadores. A medida que Ecuador continúa su expansión en el mercado de exportación de frutas exóticas, la pitahaya seguirá desempeñando un papel importante en su estrategia de comercio exterior, generando

ingresos y empleo, y consolidando la posición del país en el mercado mundial de alimentos (Baños, 2023).

2.2.3.1. Desafíos y Oportunidades

A pesar del éxito en la exportación de pitahayas, existen desafíos que deben abordarse para mantener la sostenibilidad de esta industria, Chávez (2023) indica entre algunos:

- Competencia Internacional: Otros países productores de pitahaya, como Vietnam, Tailandia y Colombia, compiten en los mismos mercados internacionales. Ecuador debe mantener su calidad y competitividad;
- Normativas Sanitarias: Cumplir con las regulaciones sanitarias y fitosanitarias de los países importadores es fundamental. Cualquier incumplimiento puede resultar en restricciones comerciales;
- Cambio Climático: El cambio climático puede afectar la producción de pitahaya al alterar las condiciones climáticas óptimas para su crecimiento. La adaptación es esencial;
- Valor Agregado: Añadir valor a través de la industrialización de la pitahaya (por ejemplo, la producción de jugos y pulpas) puede ser una oportunidad para aumentar los ingresos;

- Diversificación de Mercados: Explorar nuevos mercados y expandir la presencia en los existentes es clave para reducir la dependencia de un solo mercado;
- Investigación y Desarrollo: La inversión en investigación y desarrollo agrícola puede conducir a variedades mejoradas y prácticas de cultivo más eficientes.

La tabla 2 muestra a los países líderes en la exportación de esta fruta exótica. Vietnam domina el mercado con un promedio de exportación anual de 400 toneladas, representando el 40 % de la participación en el mercado global. Esto posiciona a Vietnam como el principal proveedor de pitahaya a China, superando significativamente a sus competidores. Tailandia ocupa el segundo lugar, exportando anualmente 250 toneladas, lo que le otorga una participación del 25 % en el mercado global. Este país también es un importante jugador en el suministro de pitahaya a China, aunque con una menor cuota de mercado en comparación con Vietnam. Colombia y Ecuador siguen en el ranking con 100 y 70 toneladas exportadas anualmente, respectivamente. Colombia contribuye con el 10 % de la participación en el mercado global, mientras que Ecuador tiene una participación más modesta del 2 %. A pesar de su menor volumen de exportación, Ecuador está ganando terreno como un competidor emergente en el mercado chino. Israel y Nicaragua tienen una presencia mucho menor en el mercado global de pitahaya. Israel exporta 15 toneladas anuales (1.5 % del mercado global), y Nicaragua exporta 10 toneladas (1 % del

mercado global). Estos países representan una fracción pequeña pero significativa del suministro global de pitahaya a China.

Tabla 1

Principales competidores de la compra de pitahaya en China

País	Promedio de Exportación Anual (toneladas)	Participación en el Mercado Global (%)
Vietnam	400	40
Tailandia	250	25
Colombia	100	10
Ecuador	70	2
Israel	15	1,5
Nicaragua	10	1

Nota: tomado de Chouman (2023)

2.2.3.2. Beneficiarios de la Siembra

Según Alcívar y Sánchez (2023), la siembra de pitahaya ha beneficiado a diversos actores en Ecuador, desde agricultores hasta exportadores y el propio país.

- 1) **Agricultores:** La producción de pitahaya ha brindado oportunidades de empleo e ingresos a agricultores en diferentes regiones de Ecuador.

Muchos agricultores han diversificado sus cultivos incorporando la pitahaya en sus sistemas agrícolas, lo que les permite aumentar sus ingresos y mejorar sus condiciones de vida.

- 2) Exportadores: Las empresas exportadoras ecuatorianas han visto en la pitahaya una oportunidad de negocio rentable. Al exportar esta fruta a mercados internacionales, han contribuido significativamente al crecimiento de las exportaciones agrícolas del país.
- 3) Economía Nacional: La exportación de pitahaya ha generado divisas para Ecuador y ha fortalecido su posición en el mercado mundial de frutas exóticas. Esto se traduce en beneficios económicos para el país en términos de crecimiento económico y empleo.

2.2.4. Barreras arancelarias y no arancelarias con China

Las barreras arancelarias y no arancelarias son factores que pueden dificultar las exportaciones desde Ecuador hacia China. Se describen algunas de las barreras más comunes:

2.2.4.1. Barreras Arancelarias

- Aranceles Aduaneros: Los aranceles son impuestos que se aplican a los productos importados. Aunque el Tratado de Libre Comercio entre China y Ecuador ha reducido los aranceles para muchos productos, algunos productos aún pueden estar sujetos a tarifas arancelarias. Es

importante verificar las tasas arancelarias específicas para cada producto.

- Cuarto de Paz: China impone una tarifa adicional conocida como "Cuarto de Paz" que se aplica a productos originarios de países con los que no tiene acuerdos comerciales. Esto puede aumentar los costos de exportación para ciertos productos ecuatorianos que no estén cubiertos por el TLC.

En este caso, el TLC firmado, cubre estas dos posibles afectaciones en favor de Ecuador, por lo que se consideran que no son un riesgo para las operaciones de exportación de la fruta pitahaya.

2.2.4.2. Barreras No Arancelarias

De acuerdo con

- Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios: China tiene regulaciones estrictas en cuanto a la calidad y seguridad de los productos importados. Los productos agrícolas, en particular, deben cumplir con los requisitos fitosanitarios y de seguridad alimentaria. Esto puede incluir pruebas, certificados y requisitos de etiquetado específicos.
- Inspección y Cuarentena: Los productos importados pueden estar sujetos a inspecciones y cuarentenas a su llegada a China. Esto puede resultar en demoras y costos adicionales para los exportadores ecuatorianos.

- Normas Técnicas y de Calidad: China puede tener normas técnicas y de calidad específicas para ciertos productos. Los exportadores deben asegurarse de que sus productos cumplan con estas normas para evitar rechazos o problemas en la aduana.
- Licencias de Importación: Algunos productos pueden requerir licencias de importación emitidas por las autoridades chinas. Obtener estas licencias puede ser un proceso complicado y llevar tiempo.
- Regulaciones de Etiquetado y Empaque: China tiene regulaciones estrictas sobre etiquetado y empaque de productos. Los exportadores deben asegurarse de que sus productos cumplan con los requisitos de etiquetado en idioma chino y las normas de empaque.
- Propiedad Intelectual y Marcas Registradas: Para ciertos productos, especialmente aquellos con marcas registradas, es importante proteger los derechos de propiedad intelectual en China para evitar la falsificación y el uso no autorizado.
- Barreras Culturales y Lingüísticas: La barrera cultural y lingüística puede dificultar la comunicación y la comprensión de las normativas comerciales y de mercado en China.
- Cambios en las Regulaciones: Las regulaciones en China pueden cambiar con el tiempo, lo que puede afectar la entrada de productos

ecuatorianos. Es importante mantenerse actualizado sobre las regulaciones vigentes.

Para superar estas barreras, los exportadores ecuatorianos deben realizar una investigación exhaustiva, asegurarse de cumplir con todas las regulaciones y normativas aplicables, y considerar la posibilidad de buscar asesoramiento legal y comercial especializado en el mercado chino. Además, el establecimiento de relaciones sólidas con socios comerciales chinos confiables puede facilitar el proceso de exportación y ayudar a superar algunas de estas barreras.

2.3. Estrategias de exportación

Existen varias estrategias de exportación que las empresas pueden utilizar para expandir sus operaciones en mercados internacionales. Estas estrategias varían en función de los objetivos de la empresa, su tamaño y sus recursos. Aquí se presentan algunos tipos de estrategias de exportación comunes:

2.3.1. Exportación Directa

En esta estrategia, la empresa vende sus productos directamente a clientes extranjeros. Puede hacerlo a través de ventas en línea, representantes de ventas en el extranjero o estableciendo oficinas en el extranjero. Es una forma de tener un mayor control sobre el mercado y las relaciones con los clientes.

2.3.2. Exportación Indirecta

En lugar de vender directamente al mercado extranjero, la empresa utiliza intermediarios, como distribuidores, agentes o empresas de comercio exterior. Esta estrategia puede ser útil para empresas que desean aprovechar la experiencia local de estos intermediarios.

2.3.3. Joint Ventures o Asociaciones Estratégicas

En una *joint venture*, dos o más empresas se asocian para establecer una empresa conjunta en el mercado de destino. Esto puede proporcionar acceso a recursos locales y conocimiento del mercado.

2.3.4. Franquicias Internacionales

Las empresas pueden otorgar franquicias en el extranjero, lo que permite a otras empresas locales operar bajo su marca y modelo de negocio. Esto es común en la industria de la comida rápida y minoristas.

2.3.5. Alianzas Estratégicas

Las alianzas estratégicas son acuerdos de cooperación entre empresas para alcanzar objetivos comunes en el mercado internacional. Esto puede incluir compartir recursos o tecnología.

2.3.6. Licenciamiento

Una empresa puede otorgar licencias de sus productos, tecnología o propiedad intelectual a empresas extranjeras a cambio de regalías. Esto les permite a las

empresas internacionales producir y vender productos bajo la marca o tecnología de la empresa licenciante.

2.3.7. Exportación por Contrato

En esta estrategia, las empresas establecen acuerdos de exportación a largo plazo con compradores extranjeros. Estos acuerdos pueden incluir condiciones específicas de suministro y entrega.

2.3.8. Exportación por Consorcio

Varias empresas se agrupan en un consorcio para exportar sus productos juntas. Esto puede ayudar a reducir costos y aumentar la competitividad en los mercados internacionales.

2.3.9. Fabricación en el Extranjero

En lugar de exportar productos terminados, algunas empresas optan por establecer instalaciones de fabricación en el extranjero para producir localmente y luego vender en el mercado local. Esto se conoce como inversión directa en el extranjero (IDE).

2.3.10. Comercio Electrónico Internacional

Con el auge del comercio electrónico, muchas empresas pueden aprovechar plataformas en línea para llegar a clientes en todo el mundo.

2.3.11. Exportación a través de Alianzas Comerciales Regionales

Participar en alianzas comerciales regionales, como la Unión Europea o el Mercosur en América del Sur, puede facilitar el acceso a múltiples mercados dentro de la región.

2.3.12. Marketing Internacional y Promoción de Exportaciones

Esta estrategia implica la promoción activa de los productos y servicios de una empresa en mercados internacionales a través de actividades de marketing y publicidad específicas.

La elección de la estrategia de exportación adecuada depende de varios factores, incluyendo los recursos disponibles, los objetivos de la empresa y las características del mercado de destino. Es común que las empresas utilicen una combinación de estas estrategias a medida que expanden sus operaciones internacionales.

3. Objetivos de la investigación

3.1. Objetivo general

- Desarrollar una propuesta para la exportación de la pitahaya en el marco del tratado de libre comercio (TLC) entre Ecuador y China.

3.2. Objetivos específicos

- Definir las aproximaciones teóricas y empíricas que encierra el tratado de libre comercio (TLC) de China y Ecuador para la exportación de la fruta Pitahaya.
- Identificar las condiciones o factores de aceptación de los productores de la fruta al proceso de exportación a la China.
- Determinar las condiciones del mercado chino para ejercer las acciones de exportación desde el Ecuador.
- Definir las estrategias, métodos y procedimientos de exportación de la fruta Pitahaya del Ecuador a China.

4. Justificación

4.1. Oportunidad del proyecto

El Acuerdo Comercial entre Ecuador y China es el primer tratado de libre comercio que Ecuador establece con una nación asiática, fue firmado de manera virtual y simultánea el 10 de mayo de 2023 en Quito y el 11 de mayo de 2023 en Beijing, por medio del cual se busca obtener beneficios para las exportaciones, como el acceso de la oferta exportable, tanto actual como potencial, podrá acceder en mejores condiciones a un mercado de 1.400 millones de consumidores con un alto poder adquisitivo (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023).

El TLC facilitará la eliminación de barreras arancelarias para productos de interés exportable para el Ecuador, también contribuye a agilizar las medidas sanitarias, administrativas y técnicas, además de permitir que los sectores productivos puedan acceder a insumos, bienes intermedios, equipos, maquinaria y tecnología avanzada que no se producen a nivel local mediante importaciones económicas y con mayores facilidades, por otra parte, los consumidores se beneficiaran con una mayor variedad de productos con niveles altos de calidad a precios competitivos (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023).

Según (PROECUADOR, 2023), la demanda anual de pitahaya en China (tabla 1), ha mostrado un notable crecimiento en el período de 2018 a 2023. En 2018, la demanda era de 10,000 toneladas y aumentó progresivamente a 24,000 toneladas en 2023. Este incremento sustancial refleja una creciente preferencia y consumo de pitahaya entre los consumidores chinos. Paralelamente al aumento en la demanda, las importaciones anuales de pitahaya también han crecido significativamente. Desde 5,000 toneladas en 2018, las importaciones alcanzaron las 15,000 toneladas en 2023. Este incremento sugiere que China depende cada vez más de las importaciones para satisfacer la creciente demanda interna, lo que puede representar una oportunidad considerable para los exportadores. El crecimiento del mercado de pitahaya en China ha sido robusto, con un incremento porcentual que ha subido cada año. En 2018, el crecimiento fue del 15%, y para 2023, este porcentaje alcanzó el 30%. Este

crecimiento constante y acelerado indica un mercado dinámico y en expansión para la pitahaya.

Tabla 2.

Tamaño estimado del mercado de consumo en China

Año	Demanda Anual de Pitahaya (toneladas)	Importación Anual (toneladas)	Crecimiento del Mercado (%)	Precio Promedio de Importación (USD/tonelada)
2018	10	5	15	2
2019	12	6,5	20	2,1
2020	14,5	8	22	2,2
2021	17	10	25	2,3
2022	20	12,5	28	2,4
2023	24	15	30	2,5

Nota. Tomado de (PROECUADOR, 2023)

4.2. Viabilidad del proyecto

Sí, existen varias ventajas en exportar pitahayas desde Ecuador a China, entre ellas:

- Gran mercado: China tiene una población de más de 1.400 millones de habitantes, lo que convierte a este país en un gran mercado para la pitahaya ecuatoriana.
- Demanda creciente: En los últimos años, la demanda de pitahayas en China ha aumentado significativamente debido a su creciente popularidad como una fruta exótica y saludable.

- Precios competitivos: El costo de producción de la pitahaya en Ecuador es relativamente bajo en comparación con otros países productores, lo que permite a los exportadores ofrecer precios competitivos en el mercado chino.
- Potencial de crecimiento: A medida que la demanda de pitahayas continúa creciendo en China, existe un gran potencial de crecimiento para los exportadores ecuatorianos.
- Convenios comerciales: Ecuador y China han establecido varios acuerdos comerciales que facilitan la exportación de productos entre ambos países, lo que puede reducir los costos y agilizar el proceso de exportación de pitahayas.
- La tabla 1 demuestra el gran crecimiento de consumo de la Pitahaya en China.

Para finalizar el capítulo, se concluye que, el exportar pitahayas desde Ecuador a China puede ser beneficioso para los exportadores ecuatorianos debido al gran mercado, la demanda creciente, los precios competitivos, el potencial de crecimiento y los acuerdos comerciales entre ambos países.

4.3. Importancia del proyecto

Sí, la pitahaya (también conocida como fruta del dragón) se ha exportado desde Ecuador a China. En los últimos años, China se ha convertido en uno de los principales mercados de destino de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana. Según

datos del Ministerio de Agricultura y Ganadería de Ecuador, en 2020 se exportaron alrededor de 3.300 toneladas de pitahaya a China, lo que representa aproximadamente el 32% de las exportaciones totales de pitahaya del país (Ministerio de la Producción, 2024). La demanda de pitahaya en China ha ido en aumento debido a su popularidad como fruta exótica y a sus propiedades nutricionales (Espinosa & Nájera, 2021). La exportación de fruta de pitahaya en Ecuador tiene varios beneficios, entre ellos el abastecimiento de la demanda internacional, debido a que la pitahaya es una fruta exótica muy valorada en los mercados internacionales, especialmente en Europa y Asia, por su sabor único y beneficios nutricionales.

Además, la diversificación económica en la exportación de pitahaya puede ser una fuente de ingresos adicional del país para que expanda su economía, reduciendo la dependencia de las exportaciones de petróleo y otros recursos naturales. Asimismo, favorece la generación de empleo. La producción y exportación de pitahaya consigue generar empleo en las áreas rurales donde se cultiva, especialmente en comunidades indígenas y campesinas (García y otros, 2020). Esto agrega el fomento al desarrollo agrícola, porque la producción de pitahaya puede contribuir al desarrollo de la agricultura en el país y al fortalecimiento de la cadena productiva, mejorando la calidad de vida de los agricultores y aumentando la producción nacional.

Existen varias razones por las cuales Ecuador podría exportar pitahaya a China. Inicialmente, su evolución y progreso a nivel económico y social lo convierte en un mercado potencial. China tiene uno de los mercados más grandes y de más

rápido crecimiento en el mundo. Debido a su enorme población y creciente poder adquisitivo, existe una gran demanda de frutas frescas y exóticas como la pitahaya, lo cual promueve las oportunidades de consumo. Adicionalmente, Ecuador tiene ventaja competitiva en la producción de pitahaya por su clima adecuado para el cultivo y su experiencia en la exportación de productos agrícolas. Esto podría permitir que se realicen negociaciones y el país ofrezca precios más competitivos que otros proveedores de pitahaya a nivel mundial (Menéndez & Cobeña, 2022). Y finalmente, el acuerdo de libre comercio entre Ecuador y China, que implica un beneficio de aranceles reducidos o nulos en las exportaciones de pitahaya.

Exportar pitahayas a China podría ayudar a Ecuador a extender sus mercados de exportación, lo que es importante para reducir la dependencia de un solo mercado o producto y, a su vez, puede ser una oportunidad interesante para Ecuador debido al potencial del mercado, los precios competitivos, el acuerdo bilateral de comercio y la diversificación de mercados. Por lo tanto, la justificación de esta investigación indica que la exportación de pitahaya puede ser una oportunidad para impulsar el crecimiento económico, generar empleo y mejorar la calidad de vida de las comunidades rurales, mientras se satisfacen las demandas del mercado internacional por esta fruta exótica y saludable.

4.4. Presuposiciones

- La exportación de la pitahaya en el marco del tratado de libre comercio (TLC) entre Ecuador y China es un hecho factible para el productor de la fruta.
- Las aproximaciones teóricas y empíricas que encierran el tratado de libre comercio (TLC) de China y Ecuador, para la exportación de la fruta de la Pitahaya son favorables.
- Las condiciones o factores de aceptación de los productores de la fruta al proceso de exportación a la China son la capacidad constante en el período anual de enviar la fruta.
- Las condiciones del mercado chino, para ejercer las acciones de exportación desde el Ecuador son de escasas nacional.

Las estrategias, métodos y procedimientos de exportación de la fruta de la Pitahaya del Ecuador a China es la de Marketing Internacional y Promoción de Exportaciones.

5. Metodología De La Investigación

En la presente investigación se emplea un diseño no experimental, que se caracteriza por la falta de manipulación deliberada de variables independientes (Arispe y otros, 2020). Además, se emplea un tipo de investigación descriptiva, cuyo objetivo principal es comprender y detallar un fenómeno tal como es en su entorno natural (Arias & Covinos, 2021). Esto es útil cuando se busca obtener una visión detallada y completa de un tema sin intentar cambiarlo o explicarlo causalmente (Rios, 2020).

5.1. Enfoque de la investigación

El enfoque de investigación sobre la exportación de pitahaya de Ecuador a China puede variar dependiendo de los objetivos y la naturaleza de la investigación. A continuación se describe brevemente el enfoque a aplicar

5.1.1. Enfoque Cualitativo

Este enfoque se centra en la comprensión profunda de los aspectos cualitativos y subjetivos de la exportación de pitahaya, como las percepciones de los actores clave, las barreras comerciales, las estrategias de marketing, la calidad del producto y otros factores cualitativos. Se pueden utilizar métodos cualitativos como entrevistas en profundidad, grupos focales y análisis de contenido para explorar estos aspectos.

5.2. Población o sujetos de estudio

La población se escogió de forma aleatoria y a conveniencia, de entre los 17 agroexportadores registrados en el Servicio de Rentas Internas del Ecuador de la fruta Pitahaya. Los tres personajes, pidieron ser anónimos en la investigación, por lo que se guardó el derecho a la confidencialidad de la información.

5.3. Técnica e Instrumento de Investigación

La técnica que se utilizó fue el grupo focal, en el mismo se reunieron a tres agroexportadores de la provincia del Guayas, con los que se aplicó el instrumento del guion de preguntas abiertas. Se diseñaron 13 preguntas, conforme al objetivo de identificar las condiciones o factores de aceptación de los productores de la fruta al proceso de exportación a la China.

También, se aplica el análisis documental como técnica de recolección de datos para recopilar información relacionada a las estadísticas de exportación, donde se incluyen desarrollo de la fruta, principales productores y exportadores y las tendencias en la producción, útiles para evaluar patrones y relaciones numéricas en el comercio de pitahayas entre Ecuador y China.

5.4. Plan de análisis e interpretación de datos

5.4.1. Análisis documental

5.4.1.1. Estadísticas de Exportación de pitahayas ecuatorianas

Ecuador, un país bendecido con una gran diversidad climática y geográfica, se ha convertido en un importante exportador de frutas exóticas. Entre estas frutas, la pitahaya, también conocida como *dragon fruit*, ha ganado reconocimiento mundial. En esta sección, profundizaremos en la exportación de pitahayas ecuatorianas, abordando su siembra y desarrollo en el país, los beneficiarios de esta actividad, los principales productores y exportadores (Chouman, 2023).

5.4.1.2. Siembra y Desarrollo de la Pitahaya en el Ecuador

La pitahaya se ha convertido en un cultivo importante en Ecuador debido a su adaptabilidad a diversas zonas climáticas del país. La siembra de pitahaya se ha desarrollado principalmente en las provincias costeras, como Manabí, Santa Elena y Guayas, así como en las regiones subtropicales de Loja y Azuay. La siembra de pitahaya en Ecuador comenzó en la década de 1990, y desde entonces ha experimentado un crecimiento constante. Los agricultores ecuatorianos han adoptado diferentes variedades de pitahaya, como la pitahaya blanca y la pitahaya roja, para diversificar su producción (Baños, 2023).

Este desarrollo se debe en parte a las condiciones climáticas adecuadas en Ecuador, con un rango de temperaturas óptimas para el crecimiento de la pitahaya, así

como a la disponibilidad de terrenos fértiles y mano de obra calificada (tabla 3).

Además, el país cuenta con experiencia en la producción y exportación de frutas, lo que ha facilitado la adopción de buenas prácticas agrícolas.

Tabla 3

Producción de Pitahaya Ecuador

Provincia	Producción Anual de Pitahaya (toneladas)
Pichincha	50
Guayas	45
Manabí	38
Los Ríos	35
Santo Domingo	32
Esmeraldas	2,8
El Oro	,5
Azuay	22
Loja	18
Chimborazo	15
Imbabura	12
Tungurahua	10
Morona Santiago	90
Sucumbíos	80
Carchi	50
Orellana	50
Napo	40
Zamora Chinchipe	30
Cotopaxi	20
Bolívar	1

Total Toneladas

700

Nota. Tomado de informes varios al 2022 (Ministerio de Agricultura y Ganadería, 2021; PROECUADOR, 2023)

PROECUADOR, (2023) indicó en su sitio web que, desde abril, Ecuador ha comenzado a enviar pitahaya fresca a China, marcando un hito significativo en el comercio agrícola del país. Este avance se produjo después de que las autoridades chinas aprobaran a los productores ecuatorianos, permitiéndoles acceder a uno de los mercados más grandes y lucrativos del mundo. En un lapso de tan solo dos semanas, se realizaron 17 envíos que totalizaron un volumen de 11,432.50 kilogramos, equivalente a 4,573 cajas, según los informes de Agrocalidad, la agencia ecuatoriana de control de calidad agropecuaria. Esto cambia toda estadística de los últimos 5 años.

Este acontecimiento no solo representa un triunfo logístico y comercial para los productores de pitahaya de Ecuador, sino también una nueva oportunidad económica para diversificar los mercados de exportación de la fruta. La apertura del mercado chino a la pitahaya ecuatoriana es el resultado de intensas negociaciones y esfuerzos diplomáticos, subrayando la importancia de la colaboración internacional en el desarrollo de nuevas oportunidades comerciales (García y otros, 2020).

La pitahaya, conocida también como fruta del dragón, es apreciada por su sabor único y sus beneficios nutricionales, que incluyen un alto contenido de vitamina C, fibra y antioxidantes. La demanda de esta fruta ha crecido

exponencialmente en China debido a una mayor concienciación sobre la salud y el bienestar entre los consumidores chinos. Este contexto favorable ha sido aprovechado por los exportadores ecuatorianos, quienes han trabajado arduamente para cumplir con los estrictos requisitos fitosanitarios y de calidad impuestos por las autoridades chinas (Chouman, 2023).

Para celebrar y promover este importante logro, se organizaron actos protocolares en el mayor mercado mayorista de Beijing. Estos eventos contaron con la participación de importadores chinos y representantes del Gobierno ecuatoriano, quienes colaboraron estrechamente para destacar la calidad superior de la pitahaya ecuatoriana. Durante estos actos, se realizaron presentaciones y degustaciones de la fruta, capturando la atención de compradores potenciales y generando interés entre los consumidores chinos (Lasso, 2022).

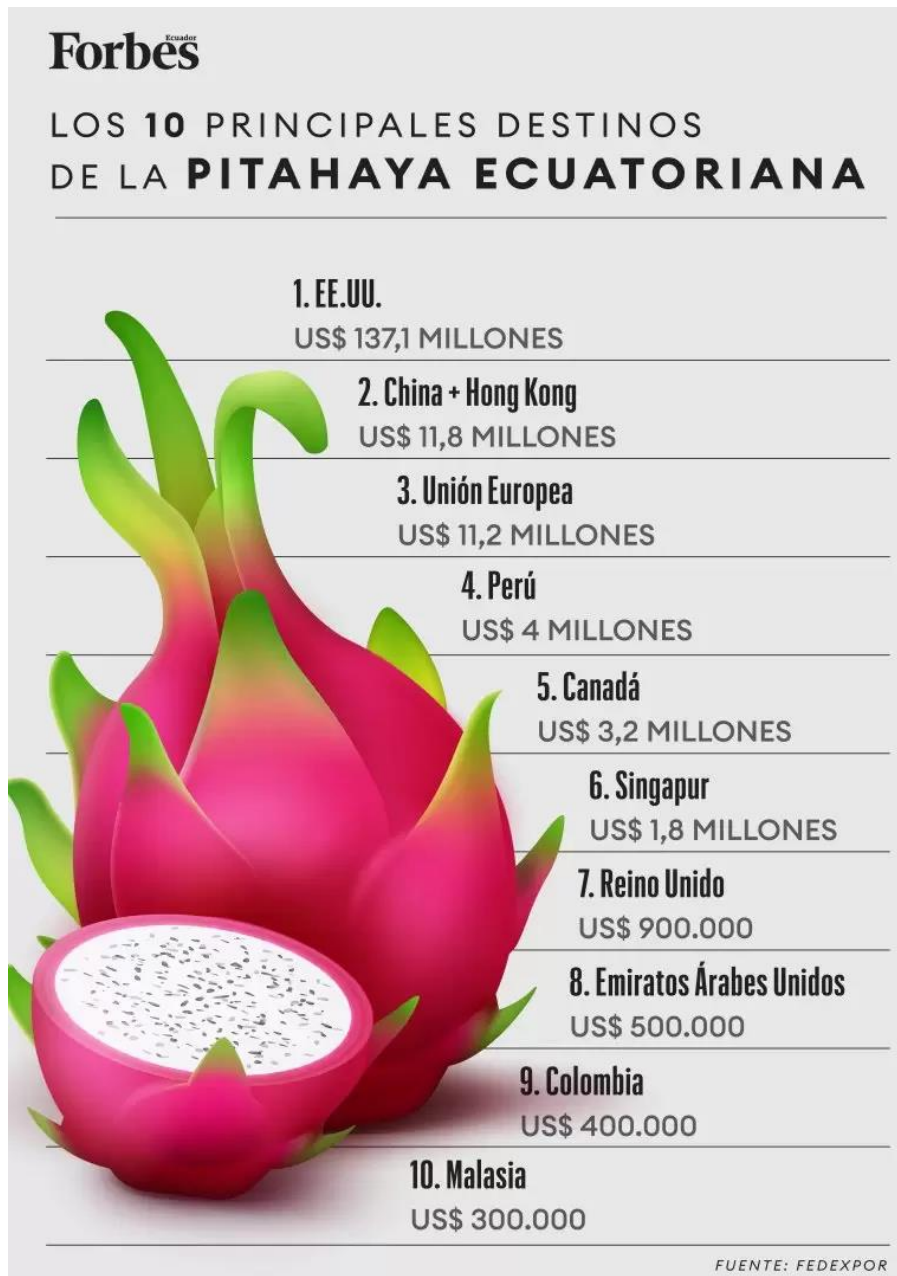
La promoción de la pitahaya en Beijing es una estrategia clave para consolidar la presencia de esta fruta en el mercado chino. Estas actividades promocionales no solo ayudan a incrementar las ventas, sino que también fortalecen la marca "Ecuador" como sinónimo de productos frescos y de alta calidad. A largo plazo, esta iniciativa podría abrir las puertas a otros productos agrícolas ecuatorianos, ampliando aún más la gama de exportaciones del país hacia China (Dieguez y otros, 2020).

Además, el éxito inicial de estos envíos podría inspirar a otros sectores agrícolas en Ecuador a explorar oportunidades similares. La entrada de la pitahaya ecuatoriana en China es un claro ejemplo de cómo la combinación de calidad,

cumplimiento de normativas internacionales y estrategias de promoción efectivas pueden resultar en la expansión de mercados y en beneficios económicos significativos para los agricultores ecuatorianos. Este hito no solo marca un nuevo capítulo en el comercio bilateral entre Ecuador y China, sino que también sienta las bases para un crecimiento sostenido y diversificado en el futuro (Rivera, 2022).

Figura 1

Principales mercados de exportación de la Pitahaya



Nota: Tomado de (Forbes Ecuador, 2024)

La pitahaya ecuatoriana está expandiendo su presencia internacional rápidamente, como lo indica la figura 1. En 2023, Ecuador exportó 54,000 toneladas

de esta fruta, generando ingresos de 172 millones de dólares. A continuación, se presentan los diez destinos más populares para este vibrante y sabroso producto. La pitahaya, con sus tonos rojizos y amarillentos, se cultiva en el suelo ecuatoriano y cuenta con una leyenda intrigante que asocia su origen con dragones que exhalaban fuego. Según la historia, la última exhalación de estos dragones era esta fruta llamativa, que se convirtió en un tesoro preciado. En comparación con 2017, cuando Ecuador exportó 1,935 toneladas de pitahaya valoradas en 12.9 millones de dólares, el volumen de exportación ha aumentado un impresionante 2,710 % en solo siete años, y los ingresos han crecido en un 1,223 %. En 2023, las exportaciones de pitahaya alcanzaron 22 países (Forbes Ecuador, 2024).

Felipe Ribadeneira, presidente ejecutivo de Fedexpor, señaló que esta fruta no solo ha demostrado un notable potencial de expansión, sino que también ha conquistado mercados exigentes como EE.UU., varios países de la Unión Europea y China. Según Ribadeneira, la pitahaya puede servir como un punto de partida para promover otras frutas no tradicionales de Ecuador en el mercado internacional. Estados Unidos es el principal destino de la pitahaya ecuatoriana, representando el 80 % del mercado y generando 137.1 millones de dólares en 2023. En Asia, China y Hong Kong ocupan el segundo lugar, con un valor conjunto de 11.8 millones de dólares. Los 27 países de la Unión Europea en conjunto ocupan el tercer lugar, con exportaciones valoradas en 11.2 millones de dólares. Perú se encuentra en el cuarto puesto con exportaciones de pitahaya valoradas en 4 millones de dólares, seguido de

Canadá en el quinto lugar con 3.2 millones de dólares en ingresos. Singapur, en el sexto puesto, generó 1.8 millones de dólares, mientras que el Reino Unido, en el séptimo lugar, alcanzó ventas de 900,000 dólares (Forbes Ecuador, 2024).

En los últimos tres puestos del ranking se encuentran los Emiratos Árabes Unidos en el octavo lugar con 500,000 dólares, Colombia en el noveno con 400,000 dólares, y Malasia en el décimo puesto con 300,000 dólares. El crecimiento acelerado de las exportaciones de pitahaya ecuatoriana indica un continuo aumento en su popularidad en los mercados internacionales. Solo el tiempo dirá hasta dónde llegará esta fruta conocida como la Fruta del Dragón (Forbes Ecuador, 2024).

5.4.1.3. Principales Productores

Para Molina y Vera (2023), en Ecuador, varios productores y cooperativas se han destacado en la producción de pitahayas. Algunos de los principales productores de pitahaya en el país incluyen:

- 1) **Pequeños Agricultores:** Numerosos pequeños agricultores han incursionado en la producción de pitahayas en sus parcelas, contribuyendo a la expansión de este cultivo en todo el territorio ecuatoriano.
- 2) **Cooperativas Agrícolas:** Varias cooperativas agrícolas han unido esfuerzos para producir y exportar pitahaya de alta calidad. Esta colaboración ha permitido a los agricultores beneficiarse de economías de escala y acceso a mercados internacionales.

- 3) Empresas Agroindustriales: Empresas agroindustriales dedicadas a la producción y exportación de frutas exóticas, como la pitahaya, han invertido en tecnología y prácticas avanzadas de cultivo para garantizar la calidad de sus productos.

5.4.1.4. Principales Exportadores

Molina y Vera (2023), en Ecuador, aseguran que la exportación de pitahaya ecuatoriana ha experimentado un crecimiento notorio en la última década, y varios exportadores han contribuido al éxito de esta industria. Algunos de los principales exportadores de pitahaya en Ecuador son:

- 1) Agroindustrias Amaya: Esta empresa ha sido uno de los líderes en la exportación de pitahaya ecuatoriana. Su enfoque en la calidad y la sostenibilidad ha contribuido a su éxito en los mercados internacionales.
- 2) Agroban: Agroban es otro exportador destacado de pitahayas ecuatorianas. La empresa ha diversificado sus operaciones para incluir diferentes variedades de pitahaya y ha forjado relaciones sólidas con compradores en todo el mundo.
- 3) Otros Exportadores: Además de los mencionados, varias otras empresas y exportadores individuales han contribuido al crecimiento de la exportación de pitahayas en Ecuador. La competencia en este

sector ha llevado a mejoras constantes en la calidad y la logística de exportación.

Tabla 4

Promedio de exportación por productor

Año	Tiempo de Exportación (días)	Volumen Exportado (toneladas)	Precio Promedio (USD/tonelada)	Destinos Principales en China
2018	25	1	2000	Beijing, Shanghai, Guangzhou
2019	24	1,5	2.100	Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen
2020	23	2	2.200	Beijing, Shanghai, Guangzhou, Chengdu
2021	22	2,5	2.300	Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Hangzhou
2022	21	3	2.400	Beijing, Shanghai, Guangzhou, Chengdu, Nanjing
2023	20	3,5	2.500	Beijing, Shanghai, Guangzhou, Shenzhen, Hangzhou, Wuhan

Nota: Tomado de (Guevara, 2024)

5.4.1.5. Tendencias en la Producción y Exportación de Pitahaya

La figura 2, indica que El análisis del período de estudio de 2019 a 2029 sobre el mercado de la pitahaya revela un crecimiento constante y significativo. Para el año 2024, se proyecta que el volumen del mercado alcance los USD 14.73 mil millones. Este valor está previsto que aumente a USD 18.27 mil millones para el año 2029, lo que representa una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 4.40 % durante el período de 2024 a 2029. El mercado de pitahaya de crecimiento más rápido se encuentra en Europa, lo que indica un aumento en la demanda y popularidad de esta

fruta exótica en el continente. Este crecimiento puede atribuirse a varios factores, incluyendo una creciente conciencia sobre los beneficios para la salud de la pitahaya, así como la tendencia hacia una alimentación saludable y el consumo de súper alimentos en Europa (Mordor Intelligence, 2024).

Figura 2

Proyección del mercado chino de pitahaya



Nota. Tomado de (Mordor Intelligence, 2024).

Según Alcívar y Sánchez (2023) la producción y exportación de pitahaya en Ecuador ha seguido una tendencia al alza en los últimos años. Este crecimiento se ha debido a varios factores clave:

- **Diversidad de Variedades:** Ecuador ha diversificado su producción de pitahaya, cultivando diferentes variedades como la pitahaya blanca, roja y amarilla. Esto ha permitido una oferta constante y variada para los mercados internacionales;

- Acceso a Mercados: La posición geográfica de Ecuador como país tropical, proporciona acceso a mercados de América del Norte, Europa y Asia durante todo el año. Esto ha facilitado la exportación continua de pitahayas frescas;
- Calidad y Sostenibilidad: Los productores ecuatorianos han enfocado sus esfuerzos en mejorar la calidad de la fruta y adoptar prácticas sostenibles. Esto ha sido fundamental para mantener la confianza de los compradores internacionales;
- Promoción y Marketing: La promoción de la pitahaya ecuatoriana en ferias comerciales y eventos internacionales ha aumentado su visibilidad y demanda en el extranjero;
- Acuerdos Comerciales: Los acuerdos comerciales firmados por Ecuador con varios países y bloques comerciales han facilitado la exportación de pitahaya al reducir barreras arancelarias y facilitar el comercio.

5.4.2. Análisis FODA

Para conocer el entorno del negocio, se realizó un análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) para la exportación de pitahaya de Ecuador a China:

5.4.2.1. Fortalezas (F)

- **Calidad del Producto:** Ecuador es conocido por producir pitahayas de alta calidad debido a su clima y suelo adecuados. Esto puede ser una ventaja competitiva en el mercado chino.
- **Tratado de Libre Comercio:** El TLC entre Ecuador y China reduce las barreras arancelarias y promueve el comercio bilateral, lo que puede facilitar la exportación de pitahayas.
- **Diversidad de Variedades:** Ecuador cuenta con diversas variedades de pitahaya, lo que puede permitir la adaptación a las preferencias del mercado chino.
- **Potencial de Crecimiento:** El mercado de frutas frescas en China está en crecimiento, lo que ofrece oportunidades para la exportación de pitahayas.

5.4.2.2. Oportunidades

- **Mercado en Crecimiento:** China tiene una creciente demanda de frutas exóticas y saludables, lo que crea oportunidades para la pitahaya ecuatoriana.
- **Promoción de Productos Saludables:** La pitahaya se percibe como una fruta saludable y exótica, lo que puede ser un punto de venta en el mercado chino.

- Colaboración con Distribuidores Locales: Establecer relaciones con distribuidores y minoristas chinos puede facilitar la entrada y distribución en el mercado.

5.4.2.3. Debilidades (D)

- Costos de Transporte: El transporte de pitahayas desde Ecuador hasta China puede ser costoso debido a la distancia.
- Regulaciones y Barreras Sanitarias: China tiene regulaciones fitosanitarias estrictas que deben cumplirse, lo que puede requerir inversiones en infraestructura y procesos.
- Competencia Internacional: Otros países también exportan pitahayas a China, lo que aumenta la competencia en el mercado.

5.4.2.4. Amenazas (A)

- Fluctuaciones Climáticas: Eventos climáticos extremos en Ecuador pueden afectar la producción y calidad de la pitahaya.
- Cambios en las Políticas Comerciales: Cambios en las políticas comerciales tanto en Ecuador como en China pueden impactar negativamente en el comercio.
- Riesgos Sanitarios: La aparición de plagas o enfermedades en las plantaciones de pitahaya podría resultar en restricciones a la exportación.

- **Desafíos Logísticos:** La logística de exportación, incluyendo el transporte y el tiempo de tránsito, puede ser un desafío para mantener la frescura de las pitahayas.

Este análisis FODA proporciona una visión general de los factores internos y externos que pueden influir en la exportación de pitahaya de Ecuador a China. Para tener éxito en este mercado, es importante capitalizar las fortalezas y oportunidades, mientras que se abordan las debilidades y se gestionan las amenazas de manera eficaz.

5.4.3. Matriz IEFI

La matriz IEFI (Internal External Factor Evaluation Matrix) es una herramienta que permite evaluar la posición estratégica de una organización en función de sus factores internos (fortalezas y debilidades) y factores externos (oportunidades y amenazas) identificados en un análisis FODA (Administración de negocios internacionales, 2019). A continuación, se presenta una matriz IEFI basada en los datos del FODA para la exportación de pitahaya de Ecuador a China:

Tabla 5.

Matriz IEFI para Exportación de Pitahaya de Ecuador a China

MATRIZ IEFI	Peso (0-1)	Evaluación (1-4)	Ponderación	Puntaje
Fortalezas (F)				
Calidad del Producto	0,15	4	0,6	2,5
Tratado de Libre Comercio	0,1	3	0,3	0,9
Diversidad de Variedades	0,1	3	0,3	0,9
Potencial de Crecimiento en China	0,15	3	0,45	1,35
Oportunidades (O)				
Mercado en Crecimiento	0,15	4	0,6	2,4
Promoción de Productos Saludables	0,1	3	0,3	0,9
Colaboración con Distribuidores Locales	0,1	3	0,3	0,9
Debilidades (D)				
Costos de Transporte	0,1	2	0,2	0,4
Regulaciones y Barreras Sanitarias	0,15	2	0,3	0,6
Competencia internacional	0,1	2	0,2	0,4
Amenazas (A)				
Fluctuaciones Climáticas	0,1	3	0,3	0,9
Cambios en las Políticas Comerciales	0,1	3	0,3	0,9
Riesgos Sanitarios	0,15	2	0,3	0,6
Desafíos Logísticos	0,1	2	0,2	0,4
TOTAL	1		2,7	12,75

En esta matriz IEFI, se asigna un peso (0-1) a cada factor identificado en el análisis FODA según su importancia relativa. Luego, se evalúa cada factor en una escala del 1 al 4, donde 1 representa una debilidad/amenaza muy baja o no relevante, y 4 representa una fortaleza/oportunidad muy alta. Finalmente, se calcula el puntaje ponderado multiplicando el peso por la evaluación para cada factor y se suma para obtener el puntaje total.

En este caso, el puntaje total es 12.75, lo que indica que la posición estratégica de la exportación de pitahaya de Ecuador a China se encuentra en un rango positivo. Sin embargo, es importante considerar que este análisis debe complementarse con estrategias específicas para aprovechar las fortalezas y oportunidades, así como para abordar las debilidades y amenazas identificadas.

5.4.4. Análisis cualitativo

5.4.4.1. Resultados de la entrevista

Se realizaron 13 preguntas que se pueden aplicar a cada uno de los tres expertos agricultores de la pitahaya en una entrevista a profundidad. Los resultados se presentan a continuación.

Pregunta 1 para todos los agricultores: ¿Cuál es su opinión sobre la exportación de pitahayas desde Ecuador a China y cuáles considera que son los beneficios más significativos de esta actividad?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque no creo que la exportación de pitahayas a China sea beneficiosa, reconozco que podría aumentar los ingresos para los agricultores ecuatorianos y abrir nuevos mercados para la fruta.
- Respuesta del Experto Agricultor #2: Creo que la exportación de pitahayas a China es una excelente oportunidad para la industria en Ecuador. China representa un mercado vasto y en crecimiento, lo que puede traducirse en mayores ganancias para los agricultores ecuatorianos.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: Estoy totalmente a favor de la exportación de pitahayas a China. Esta actividad ofrece una gran oportunidad para diversificar los mercados y reducir la dependencia de mercados tradicionales, lo que podría generar un crecimiento significativo en la industria.

Pregunta 2 para todos los agricultores: ¿Cómo ha afectado la exportación de pitahayas a China a su negocio o a la industria de la pitahaya en general en Ecuador?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque no he participado directamente en la exportación a China, he notado que ha habido un aumento en la demanda de pitahayas en el mercado local debido a la

creciente popularidad de la fruta en China. Esto podría beneficiar a la industria en general.

- Respuesta del Experto Agricultor #2: La exportación de pitahayas a China ha sido una bendición para mi negocio y para la industria en general. Ha impulsado el crecimiento de la producción y ha mejorado los ingresos.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: Ha tenido un impacto positivo en mi negocio y en la industria en general. La exportación a China ha creado oportunidades adicionales para los agricultores ecuatorianos y ha aumentado la demanda de pitahayas.

Pregunta 3 para todos los agricultores: ¿Qué desafíos logísticos han enfrentado al exportar pitahayas a China y cómo los han superado?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: No tengo experiencia directa en la exportación, pero sé que el transporte y las regulaciones aduaneras pueden ser desafiantes. Sin embargo, estoy seguro de que con la planificación adecuada y el apoyo necesario, estos obstáculos pueden superarse.
- Respuesta del Experto Agricultor #2: El transporte y las regulaciones aduaneras pueden ser desafiantes, pero hemos trabajado en estrecha colaboración con socios logísticos y hemos capacitado a nuestro

personal para cumplir con los requisitos chinos. La inversión en infraestructura de refrigeración también ha sido clave.

- Respuesta del Experto Agricultor #3: Hemos enfrentado algunos desafíos logísticos, pero hemos trabajado en estrecha colaboración con expertos en comercio internacional y agentes de aduanas para superarlos. La inversión en logística y la mejora de la cadena de frío son cruciales.

Pregunta 4 para todos los agricultores: ¿Cuál es su opinión sobre la competitividad de las pitahayas ecuatorianas en el mercado chino en comparación con otros países exportadores?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque tengo dudas sobre la competitividad, creo que con esfuerzo y la mejora de la calidad, las pitahayas ecuatorianas pueden ganar terreno en el mercado chino. Es importante destacar nuestros puntos fuertes, como la frescura y calidad de nuestros productos.
- Respuesta del Experto Agricultor #2: Considero que las pitahayas ecuatorianas son competitivas en términos de calidad y sabor. Sin embargo, debemos seguir invirtiendo en la mejora de nuestra cadena de suministro y en la promoción de la marca "Ecuador" en el mercado chino.

- Respuesta del Experto Agricultor #3: Creo firmemente en la competitividad de las pitahayas ecuatorianas. Nuestra geografía y condiciones climáticas nos permiten producir frutas de alta calidad. La clave es mantener altos estándares y promocionar nuestros productos de manera efectiva.

Pregunta 5 para todos los agricultores: ¿Qué medidas han tomado en términos de sostenibilidad y responsabilidad social en su producción de pitahayas, considerando las expectativas de los consumidores chinos?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque soy escéptico, reconocería que la sostenibilidad es importante para la industria en general. Muchos agricultores han comenzado a implementar prácticas sostenibles, como la gestión de residuos y la reducción de pesticidas, para cumplir con las expectativas de los consumidores chinos.
- Respuesta del Experto Agricultor #2: Estamos comprometidos con la sostenibilidad y la responsabilidad social. Hemos implementado prácticas orgánicas y reducido el uso de productos químicos. Además, hemos trabajado en programas de desarrollo comunitario que impactan positivamente en las áreas donde operamos.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: La sostenibilidad es fundamental. Hemos adoptado prácticas de agricultura sostenible y trabajamos en estrecha colaboración con las comunidades locales para

promover el desarrollo económico y social. Esto no solo cumple con las expectativas de los consumidores chinos, sino que también es lo correcto.

Pregunta 6 para todos los agricultores: ¿Qué perspectivas tienen sobre el futuro de la exportación de pitahayas desde Ecuador a China y cómo planean aprovecharlas?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque tengo reservas, veo un futuro prometedor para la exportación de pitahayas a China. Para aprovechar esta oportunidad, es crucial mejorar la calidad y la logística, así como diversificar los mercados de exportación.
- Respuesta del Experto Agricultor #2: El futuro es brillante para la exportación de pitahayas a China. Planeamos seguir invirtiendo en calidad, tecnología y relaciones comerciales sólidas para aprovechar al máximo esta oportunidad de mercado.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: Estoy convencido de que el futuro de la exportación de pitahayas a China es muy prometedor. Nuestra estrategia es seguir mejorando la calidad, fortalecer las relaciones comerciales y estar atentos a las tendencias del mercado chino para adaptarnos y crecer en consecuencia.

Pregunta 7 para todos los agricultores: ¿Cuál es su percepción sobre el impacto de las relaciones diplomáticas entre Ecuador y China en el comercio de pitahayas entre ambos países?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque tengo mis dudas, creo que unas relaciones diplomáticas sólidas son beneficiosas para el comercio de pitahayas y otros productos agrícolas entre Ecuador y China. La estabilidad política favorece el comercio a largo plazo.
- Respuesta del Experto Agricultor #2: Las buenas relaciones diplomáticas son esenciales para el comercio internacional. Ecuador y China han mantenido relaciones positivas, lo que ha contribuido a un entorno favorable para nuestras exportaciones de pitahayas.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: Las relaciones diplomáticas sólidas son un activo valioso. Han creado un ambiente propicio para la exportación de pitahayas y han fortalecido los lazos comerciales entre ambos países.

Pregunta 8 para todos los agricultores: ¿Qué estrategias de promoción y marketing han utilizado para aumentar la demanda de pitahayas ecuatorianas en el mercado chino?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque tengo reservas, creo que la promoción de la calidad y la frescura de nuestras pitahayas es esencial. También es importante trabajar con distribuidores chinos

confiables y participar en ferias comerciales para dar a conocer nuestros productos.

- Respuesta del Experto Agricultor #2: Hemos invertido en campañas de marketing que destacan la calidad de nuestras pitahayas ecuatorianas y su origen. Además, hemos establecido relaciones sólidas con importadores chinos que comparten nuestra visión de calidad.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: Hemos participado en programas de promoción de alimentos ecuatorianos en China y hemos colaborado con organizaciones gubernamentales para promover nuestra marca y calidad. También utilizamos las redes sociales y plataformas en línea para llegar a un público más amplio.

Pregunta 9 para todos los agricultores: ¿Cómo ven el papel de la innovación tecnológica en el futuro de la producción y exportación de pitahayas desde Ecuador a China?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque tengo mis dudas, reconozco que la innovación tecnológica es clave para mantener la competitividad. Nuevas tecnologías pueden mejorar la calidad, eficiencia y sostenibilidad de nuestra producción.
- Respuesta del Experto Agricultor #2: La innovación tecnológica es esencial para el futuro. Estamos explorando nuevas tecnologías de

cultivo, sistemas de riego inteligentes y soluciones de seguimiento de productos para mantenernos a la vanguardia de la industria.

- Respuesta del Experto Agricultor #3: La innovación tecnológica será fundamental para la producción y exportación exitosa de pitahayas. Estamos invirtiendo en investigación y desarrollo para mejorar nuestras prácticas y productos.

Pregunta 10 para todos los agricultores: ¿Qué consejos darían a otros agricultores que están considerando iniciar o expandir la producción de pitahayas para exportación a China?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque tengo dudas, les aconsejaría que se preparen adecuadamente, investiguen las regulaciones y los requisitos del mercado chino, y busquen asesoramiento de expertos en comercio internacional.
- Respuesta del Experto Agricultor #2: Les aconsejaría que inviertan en calidad, sostenibilidad y relaciones comerciales sólidas. También es importante estar dispuestos a aprender y adaptarse constantemente a las demandas cambiantes del mercado.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: Les instaría a ser apasionados y comprometidos con la calidad. La exportación de pitahayas a China puede ser una oportunidad emocionante, pero es esencial mantener altos estándares y ser persistentes en la búsqueda del éxito.

Pregunta 11 para todos los agricultores: ¿Cómo han lidiado con la incertidumbre y los riesgos asociados a la exportación de pitahayas a mercados internacionales, incluyendo China?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque tengo mis dudas, creo que la planificación cuidadosa y la diversificación de mercados pueden ayudar a mitigar los riesgos. También es importante mantener una reserva financiera para hacer frente a situaciones imprevistas.
- Respuesta del Experto Agricultor #2: La incertidumbre es parte del negocio, pero hemos implementado estrategias de gestión de riesgos y hemos desarrollado relaciones sólidas con socios comerciales confiables en China y otros países.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: Reconocemos los riesgos, pero creemos que el potencial de crecimiento supera los desafíos. Mantenemos una estrecha comunicación con nuestros socios comerciales y estamos preparados para adaptarnos a situaciones cambiantes.

Pregunta 12 para todos los agricultores: ¿Cómo han contribuido las asociaciones y cooperativas de agricultores en Ecuador al éxito de la exportación de pitahayas a China?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque tengo dudas, las asociaciones y cooperativas pueden desempeñar un papel importante

al proporcionar apoyo, recursos y conocimientos compartidos entre los agricultores. Pueden ser una fuente valiosa de información y apoyo.

- Respuesta del Experto Agricultor #2: Hemos trabajado en colaboración con otras empresas agrícolas y organizaciones para mejorar la eficiencia de la cadena de suministro y promover la pitahaya ecuatoriana en el mercado chino. La colaboración ha sido beneficiosa para todos.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: Las asociaciones y cooperativas de agricultores son esenciales para el éxito a largo plazo. Facilitan la adquisición de recursos compartidos, la implementación de prácticas sostenibles y la promoción conjunta de la pitahaya ecuatoriana en mercados internacionales.

Pregunta 13 para todos los agricultores: ¿Qué estrategias utilizan para mantener la calidad de las pitahayas durante todo el proceso de exportación, desde la cosecha hasta la llegada a los mercados chinos?

- Respuesta del Experto Agricultor #1: Aunque tengo mis dudas, es fundamental cosechar las pitahayas en el momento óptimo de madurez, utilizar envases adecuados y mantener una cadena de frío eficiente durante el transporte. Además, la capacitación constante del personal es esencial.

- Respuesta del Experto Agricultor #2: Mantenemos un control de calidad riguroso en todas las etapas, desde la cosecha hasta el embalaje. También invertimos en tecnología de refrigeración de última generación para garantizar que las pitahayas lleguen en las mejores condiciones.
- Respuesta del Experto Agricultor #3: La calidad es nuestra prioridad. Implementamos prácticas de manejo postcosecha, como la limpieza y el enfriamiento rápido, y monitoreamos constantemente la temperatura durante el transporte para asegurar la frescura del producto.

5.5. Conclusiones de los resultados

Las conclusiones basadas en las respuestas proporcionadas por los tres agricultores a las 13 preguntas en la entrevista sobre la exportación de pitahayas desde Ecuador a China se clasifican en las siguientes dimensiones:

- Opiniones Mixtas sobre la Exportación a China: Los agricultores tienen opiniones mixtas sobre la exportación de pitahayas a China. Mientras que el primer agricultor muestra ciertas dudas al respecto, los otros dos agricultores están más convencidos de que esta actividad es beneficiosa para la industria de la pitahaya en Ecuador.
- Impacto Positivo en el Negocio: Los agricultores coinciden en que la exportación de pitahayas a China ha tenido un impacto positivo en sus

negocios y en la industria en general. Han experimentado un crecimiento en la producción y mayores ingresos.

- **Desafíos Logísticos y Regulatorios:** Todos reconocen que existen desafíos logísticos y regulaciones aduaneras al exportar a China. Sin embargo, han trabajado en estrecha colaboración con socios logísticos y agentes de aduanas para superar estos obstáculos.
- **Competitividad y Calidad:** A pesar de las dudas del primer agricultor, los otros dos enfatizan la importancia de la competitividad y la calidad de las pitahayas ecuatorianas en el mercado chino. Consideran que la calidad y la promoción de la marca "Ecuador" son esenciales para mantener la competitividad.
- **Compromiso con la Sostenibilidad:** Los agricultores están comprometidos con la sostenibilidad y la responsabilidad social en la producción de pitahayas. Han implementado prácticas orgánicas, reducido el uso de productos químicos y trabajado en programas de desarrollo comunitario.
- **Importancia de las Relaciones Diplomáticas:** Todos reconocen la importancia de las relaciones diplomáticas sólidas entre Ecuador y China para el comercio de pitahayas. La estabilidad política favorece el comercio a largo plazo.
- **Estrategias de Promoción y Marketing:** Los agricultores han invertido en estrategias de promoción y marketing para aumentar la demanda de

pitahayas ecuatorianas en el mercado chino. Destacan la calidad y el origen de sus productos.

- **Papel de la Innovación Tecnológica:** Los agricultores consideran que la innovación tecnológica es esencial para la producción y exportación exitosa de pitahayas. Están explorando nuevas tecnologías para mejorar la eficiencia y la calidad.
- **Consejos para Agricultores Nuevos:** Los agricultores aconsejan a aquellos que desean ingresar al negocio de la pitahaya que se preparen adecuadamente, investiguen las regulaciones y requisitos del mercado chino, y busquen asesoramiento de expertos en comercio internacional. También enfatizan la importancia de mantener altos estándares y ser persistentes.
- **Gestión de Riesgos:** Reconocen que la exportación conlleva incertidumbre y riesgos. Han implementado estrategias de gestión de riesgos y desarrollado relaciones sólidas con socios comerciales confiables.
- **Papel de las Asociaciones y Cooperativas:** Las asociaciones y cooperativas de agricultores han contribuido al éxito de la exportación de pitahayas a China al proporcionar apoyo, recursos y conocimientos compartidos, así como al facilitar la promoción conjunta de la pitahaya ecuatoriana en mercados internacionales.

- **Mantenimiento de la Calidad:** Los agricultores han destacado la importancia de mantener la calidad de las pitahayas durante todo el proceso de exportación. Esto incluye una cosecha adecuada, el uso de envases adecuados y la gestión cuidadosa de la cadena de frío.

Las respuestas de los agricultores reflejan un panorama diverso, pero generalmente positivo sobre la exportación de pitahayas desde Ecuador a China. A pesar de los desafíos logísticos y regulatorios, están comprometidos con la calidad, la sostenibilidad y la innovación, y ven un futuro prometedor en este mercado internacional. Sus experiencias y estrategias ofrecen valiosas lecciones para otros agricultores interesados en este sector.

5.5.1. Perspectivas Futuras

Los estudios que se han revisado son los de

Las perspectivas para la exportación de pitahaya en Ecuador son prometedoras. La fruta sigue siendo altamente demandada en el mercado internacional debido a su sabor y valor nutricional. Para asegurar el crecimiento sostenible de esta industria, es fundamental continuar invirtiendo en tecnología agrícola y prácticas sostenibles para mantener altos estándares de calidad. Diversificar la oferta de pitahaya mediante la introducción de nuevas variedades o productos derivados.

Fortalecer la cooperación entre agricultores, exportadores y el gobierno para abordar desafíos comunes. Explorar la posibilidad de acceder a nuevos mercados a través de la expansión de acuerdos comerciales. Promover la pitahaya ecuatoriana como un producto premium y de alta calidad en los mercados internacionales.

La exportación de pitahaya es un ejemplo de cómo Ecuador ha aprovechado sus recursos naturales y el trabajo dedicado de sus agricultores para consolidarse como un actor importante en el comercio internacional de frutas exóticas. Con la atención continua a la calidad y la sostenibilidad, este sector tiene un futuro brillante en el escenario global.

5.5.2. Retos de Sostenibilidad

La sostenibilidad es un tema crucial en la producción y exportación de pitahayas, así como en la agricultura en general. Algunos de los retos relacionados con la sostenibilidad en esta industria incluyen:

- **Uso de Recursos Hídricos:** La pitahaya es una fruta que requiere un riego adecuado. El uso eficiente de los recursos hídricos y la implementación de prácticas de riego sostenibles son esenciales, especialmente en regiones donde el agua es un recurso limitado.
- **Manejo de Plagas y Enfermedades:** El control de plagas y enfermedades en los cultivos de pitahaya debe realizarse de manera sostenible, utilizando métodos que minimicen el impacto ambiental y la exposición a productos químicos.

- **Certificaciones de Agricultura Sostenible:** La obtención de certificaciones de agricultura sostenible, como Orgánico o Comercio Justo, puede mejorar la posición de los productores ecuatorianos en los mercados internacionales y promover prácticas responsables.
- **Cambio Climático:** El cambio climático puede afectar la producción de pitahayas al aumentar la variabilidad climática. Los agricultores deben estar preparados para adaptarse a estas condiciones cambiantes.

5.5.3. Impacto Socioeconómico

La exportación de pitahaya ha tenido un impacto significativo en la sociedad y la economía de Ecuador:

- **Generación de Empleo:** La producción y exportación de pitahayas han generado empleo en zonas rurales, lo que ha mejorado las condiciones de vida de muchas comunidades.
- **Ingreso de Divisas:** Las exportaciones de pitahaya han contribuido al ingreso de divisas extranjeras, fortaleciendo la economía nacional y contribuyendo al desarrollo de infraestructuras y servicios públicos.
- **Desarrollo de Capacidades:** La producción de pitahaya ha promovido el desarrollo de capacidades técnicas en agricultura y exportación en el país.

5.5.4. Lecciones Aprendidas

El caso de la exportación de pitahaya en Ecuador ofrece valiosas lecciones para otros países y sectores agrícolas:

- **Diversificación de Cultivos:** La diversificación de cultivos puede ofrecer oportunidades de exportación y reducir la dependencia de un solo producto.
- **Calidad y Sostenibilidad:** La calidad y la sostenibilidad son fundamentales para el éxito a largo plazo en los mercados internacionales.
- **Colaboración Público-Privada:** La colaboración entre el sector público y privado es esencial para abordar desafíos y fomentar el crecimiento del sector.
- **Inversión en Investigación y Desarrollo:** La inversión en investigación agrícola y desarrollo de nuevas variedades puede mejorar la competitividad.

6. Plan de trabajo

6.1. Propuesta estratégica para la exportación

Luego de los resultados de los análisis realizados, se encuentra que los principales beneficios derivados del tratado comercial entre Ecuador y China abarcan una serie de ventajas cruciales. Estas incluyen el acceso a mercados bajo condiciones

de competencia más favorables, la promoción de la especialización, el fomento de cadenas de producción interconectadas, la reactivación de la actividad productiva, la generación de empleo y el estímulo al crecimiento económico constante. Además, el acuerdo ha suprimido los aranceles aplicados a insumos, materias primas, maquinaria, equipamiento y paquetes tecnológicos utilizados en la transformación y desarrollo de la producción en el país, lo que brindará a las empresas ecuatorianas una mayor competitividad.

En términos generales, el gobierno ecuatoriano a través de su informe post firma del tratado indica que este presenta oportunidades significativas para las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) y los actores dentro de la economía popular y solidaria, dado que representan aproximadamente el 71% de las empresas que realizan exportaciones hacia China. Se anticipa que el acuerdo contribuirá al incremento del comercio bilateral, el aumento de las exportaciones y la generación de empleo en Ecuador (Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca, 2023).

En lo que respecta a los sectores económicos que experimentarán un impacto positivo, es relevante señalar que el acuerdo contempla un capítulo dedicado al comercio electrónico, lo que podría beneficiar especialmente a las empresas relacionadas con la tecnología y los servicios digitales. Asimismo, la eliminación de aranceles sobre materias primas, insumos, bienes de capital y combustibles, todos

esenciales para la producción, podría tener un efecto positivo en sectores como la agricultura, la industria manufacturera y la energía.

6.2. Justificación de la propuesta

La elección de la estrategia de Marketing Internacional y Promoción de Exportaciones para exportar la pitahaya de Ecuador a China es una decisión crucial que debe basarse en una serie de factores estratégicos y consideraciones específicas. A continuación, se detallan las razones que se encontraron en el estudio por las cuales esta estrategia es una opción sólida:

- 1) Mercado Potencial en Crecimiento: China (en especial en ciudades como Shanghai y Beijing) es un mercado de rápido crecimiento con una creciente clase media que busca productos saludables y exóticos. La pitahaya, con su sabor único y beneficios nutricionales, se ajusta a esta demanda.
- 2) Competencia en el Mercado: Para destacar en un mercado competitivo como China, es fundamental contar con una estrategia de marketing efectiva. La promoción adecuada puede diferenciar los productos ecuatorianos de la competencia y crear una percepción de calidad.
- 3) Conciencia del Producto: La pitahaya puede ser una fruta relativamente desconocida en China. Una estrategia de marketing sólida puede aumentar la conciencia del producto y educar a los consumidores sobre sus beneficios y usos.

- 4) Generación de Confianza: Los consumidores chinos a menudo valoran la confiabilidad y la autenticidad de los productos extranjeros. Una estrategia de promoción efectiva puede ayudar a construir una marca sólida y generar confianza entre los consumidores.
- 5) Normativas y Regulaciones: La exportación de productos agrícolas a China implica cumplir con regulaciones y estándares específicos. La promoción adecuada puede comunicar el cumplimiento con estos estándares y garantizar la calidad del producto.
- 6) Cultura y Tradición: China tiene una rica cultura culinaria y tradiciones alimentarias únicas. Una estrategia de marketing puede adaptar la presentación de la pitahaya para alinearse con las preferencias locales y estacionales.
- 7) Red de Distribución: Establecer relaciones sólidas con distribuidores y minoristas chinos es esencial. La promoción puede ayudar a identificar y conectarse con socios estratégicos en la cadena de suministro.
- 8) Acceso a Canales Digitales: China es conocida por su uso generalizado de la tecnología y las redes sociales. Una estrategia de marketing internacional puede aprovechar plataformas digitales y redes sociales chinas para llegar a un público más amplio.
- 9) Eventos y Ferias Comerciales: La participación en eventos y ferias comerciales es una parte importante de la estrategia de promoción.

Esto permite exhibir la pitahaya ecuatoriana, establecer contactos y cerrar acuerdos comerciales.

10) Efecto de Cascada: Una estrategia de marketing efectiva puede generar un efecto de cascada, donde el interés y la demanda por la pitahaya se propagan de boca a boca y a través de medios de comunicación.

11) Desarrollo de la Marca País: La promoción de productos ecuatorianos en el extranjero contribuye al desarrollo de la imagen de marca del país como un exportador confiable y de calidad.

12) Apoyo Institucional: Las instituciones gubernamentales y organizaciones de promoción de exportaciones pueden brindar apoyo financiero y logístico para las estrategias de marketing internacional.

La elección de la estrategia de Marketing Internacional y Promoción de Exportaciones para exportar la pitahaya de Ecuador a China se justifica por la necesidad de destacar en un mercado competitivo, construir confianza, educar a los consumidores y adaptarse a las preferencias locales. Esta estrategia es esencial para aprovechar el potencial de crecimiento de las exportaciones de pitahaya a China y establecer una presencia exitosa en este mercado dinámico.

6.3. Plan de Promoción de Exportaciones de Pitahaya de Ecuador a China

Este plan de marketing internacional y promoción de exportaciones tiene como objetivo posicionar con éxito la pitahaya de Ecuador en el mercado chino. A través de una estrategia bien planificada que destaque la calidad, la autenticidad y los

beneficios nutricionales del producto, se espera aprovechar el crecimiento de la demanda de frutas exóticas en China y establecer una presencia exitosa en este mercado competitivo.

6.3.1. Introducción

El objetivo de este plan es desarrollar una estrategia de marketing internacional y promoción de exportaciones para posicionar la pitahaya de Ecuador en el mercado chino. Se busca aprovechar el crecimiento económico de China y su interés en frutas exóticas, haciendo hincapié en la calidad, la autenticidad y los beneficios nutricionales de la pitahaya ecuatoriana.

6.3.2. Análisis de Mercado

1. Según la investigación el Mercado Chino:

- **Tamaño y Crecimiento:** China es un mercado de rápido crecimiento con una creciente clase media y un interés creciente en productos saludables y exóticos.
- **Competencia:** Otros países productores de pitahaya ya están presentes en China, por lo que la competencia es alta.
- **Cultura y Preferencias:** China tiene una cultura alimentaria única y preferencias estacionales en frutas.

2. Producto

- Pitahaya de Ecuador: Destacar la calidad, el sabor único y los beneficios nutricionales de la pitahaya ecuatoriana.

6.3.3. Estrategia Internacional

1. Segmentación del Mercado

- Segmentación Geográfica: Enfocarse inicialmente en ciudades de alto poder adquisitivo como Shanghai y Beijing.
- Segmentación Demográfica: Dirigirse a consumidores de clase media y alta, conscientes de la salud y dispuestos a pagar por productos de calidad.
- Segmentación Psicográfica: Destacar la pitahaya como una fruta exótica y saludable para estilos de vida activos.

2. Posicionamiento

- Posicionamiento de Calidad: La pitahaya de Ecuador se destacará por su sabor y calidad premium.
- Posicionamiento Saludable: Promover los beneficios nutricionales de la pitahaya como fuente de vitaminas y antioxidantes.

3. Estrategia de Producto

- Diversificación de Variedades: Ofrecer variedades de pitahaya como la blanca, roja y amarilla para satisfacer las preferencias locales.

- **Empaque Atractivo:** Diseñar empaques atractivos y funcionales que resalten la frescura del producto.

4. Estrategia de Precio

- **Precio Competitivo:** Ofrecer precios competitivos en comparación con otras frutas exóticas.
- **Descuentos Estacionales:** Ofrecer descuentos estacionales para aprovechar las preferencias de consumo.

5. Distribución y Logística

- **Asociación con Distribuidores Locales:** Colaborar con distribuidores locales confiables para llegar a los puntos de venta.
- **Logística Eficiente:** Garantizar una cadena de frío eficiente para mantener la frescura del producto.

6.3.4. Estrategia de Promoción de Exportaciones

1. Publicidad y Promoción

- **Publicidad en Medios Chinos:** Anunciar en plataformas digitales chinas como WeChat y Weibo para llegar al público objetivo.
- **Patrocinio de Eventos Gastronómicos:** Patrocinar eventos gastronómicos locales para mostrar la versatilidad de la pitahaya en la cocina.

2. Relaciones Públicas

- Degustaciones y Eventos de Lanzamiento: Organizar eventos de degustación y lanzamiento para generar interés mediático.
- Testimonios de Celebridades Locales: Obtener testimonios de celebridades chinas sobre los beneficios de la pitahaya.

3. Marketing de Contenidos

- Contenido Educativo: Crear contenido educativo en línea sobre los beneficios nutricionales y las formas de consumo de la pitahaya.
- Redes Sociales: Mantener una presencia activa en redes sociales chinas para interactuar con los consumidores.

4. Asociación con Influenciadores

- Colaboración con Influenciadores de Salud y Nutrición: Trabajar con influenciadores locales que promuevan un estilo de vida saludable.

5. Participación en Ferias Comerciales

- Ferias de Alimentos y Exportaciones: Participar en ferias comerciales en China para establecer contactos y cerrar acuerdos comerciales.

6.3.5. Medición y Evaluación

- Establecer indicadores clave de rendimiento (KPI) como el aumento de las ventas, la participación en el mercado y el conocimiento de la marca.
- Realizar un seguimiento continuo de la efectividad de la estrategia y realizar ajustes según sea necesario.

6.3.6. Presupuesto

Establecer un presupuesto que cubra los gastos de marketing, promoción, distribución y logística, así como los costos de participación en eventos y ferias comerciales. Se trata de una estimación y puede variar según factores como el tamaño de la empresa, la escala de la operación y los recursos disponibles. Es importante realizar un análisis detallado de costos y asegurarse de que el presupuesto se ajuste a los objetivos y recursos de la empresa. Además, es esencial realizar un seguimiento y control de los gastos a lo largo de la ejecución del plan para garantizar un uso eficiente de los recursos (tabla 6).

Tabla 6
Presupuesto para el posicionamiento de la fruta

Concepto de Gastos	Presupuesto Estimado (miles de USD)
Investigación de Mercado (autoservicios locales)	\$10,00
Desarrollo de Material Promocional	\$5,00
Publicidad en Medios Chinos	\$20,00
Patrocinio de Eventos Gastronómicos	\$15,00
Logística y Distribución	\$30,00
Eventos y Ferias Comerciales	\$25,00

Colaboración con Influenciadores	\$8,00
Marketing de Contenidos	\$12,00
Relaciones Públicas	\$15,00
Personal y Contratación de Expertos	\$18,00
Reserva para Gastos Inesperados	\$7,00
Total	\$165,00

Nota: Campaña para posicionar la fruta en China

6.3.7. Proceso de registro de la empresa exportadora

Tabla 7

Pasos del proceso de exportación

Pasos del Proceso de Exportación	Descripción
Registro de la Empresa Exportadora	Inscribir a la empresa en el registro oficial de exportadores de Ecuador.
Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes)	Obtener el RUC para operar legalmente en el país.
Clasificación Arancelaria del Producto	Determinar el código arancelario correspondiente a la pitahaya para el mercado chino.
Obtención de Certificados Sanitarios y Fitosanitarios	Adquirir los certificados necesarios que garanticen la sanidad y calidad de la fruta.
Contratación de un Agente de Aduanas	Contratar a un profesional para que maneje los trámites aduaneros.
Preparación de la Documentación de Exportación	Preparar todos los documentos necesarios, como facturas comerciales, listas de empaque y certificados.
Presentación de la Declaración Aduanera de Exportación	Presentar la declaración de exportación a las autoridades aduaneras.
Inspección y Verificación de la Mercancía	Las autoridades aduaneras inspeccionan la mercancía para asegurar que cumpla con las regulaciones.
Pago de Tributos y Derechos Aduaneros	Realizar el pago de los tributos y derechos correspondientes a la exportación.
Liberación y Embarque de la Mercancía	La mercancía es liberada para su embarque y salida del país.
Seguimiento del Envío hasta el Destino	Monitorear el envío hasta que llegue a su destino final en China.

- 1) Registro de la Empresa Exportadora: Inscribir a la empresa en el registro oficial de exportadores de Ecuador.

- 2) Obtención del RUC (Registro Único de Contribuyentes): Obtener el RUC para operar legalmente en el país.
- 3) Clasificación Arancelaria del Producto: Determinar el código arancelario correspondiente a la pitahaya para el mercado chino.
- 4) Obtención de Certificados Sanitarios y Fitosanitarios: Adquirir los certificados necesarios que garanticen la sanidad y calidad de la fruta.
- 5) Contratación de un Agente de Aduanas: Contratar a un profesional para que maneje los trámites aduaneros.
- 6) Preparación de la Documentación de Exportación: Preparar todos los documentos necesarios, como facturas comerciales, listas de empaque y certificados.
- 7) Presentación de la Declaración Aduanera de Exportación: Presentar la declaración de exportación a las autoridades aduaneras.
- 8) Inspección y Verificación de la Mercancía: Las autoridades aduaneras inspeccionan la mercancía para asegurar que cumpla con las regulaciones.
- 9) Pago de Tributos y Derechos Aduaneros: Realizar el pago de los tributos y derechos correspondientes a la exportación.
- 10) Liberación y Embarque de la Mercancía: La mercancía es liberada para su embarque y salida del país.
- 11) Seguimiento del Envío hasta el Destino: Monitorear el envío hasta que llegue a su destino final en China.

6.3.8. Inversión simulada del proceso de exportación

Tabla 8

Presupuesto de proceso de exportación

Concepto	Costo Estimado (USD)
Registro de la Empresa Exportadora	100,00
Obtención del RUC	50,00
Clasificación Arancelaria	150,00
Certificados Sanitarios y Fitosanitarios	200,00
Agente de Aduanas	300,00
Documentación de Exportación	100,00
Declaración Aduanera	50,00
Inspección y Verificación	75,00
Pago de Tributos y Derechos Aduaneros	500,00
Embarque y Transporte	1.000,00
Seguimiento del Envío	150,00
Total costo del proceso	2.675,00

6.3.9. Ente ejecutor

Si el Gobierno ecuatoriano fuera el ejecutor del presupuesto y del plan de exportación de pitahayas a China, se deben seguir algunas recomendaciones clave para garantizar el éxito y la eficiencia de la iniciativa:

- 1) Definir Objetivos Claros: Establecer objetivos de exportación específicos y medibles que el Gobierno desea lograr con la exportación de pitahayas a China. Estos objetivos deben estar alineados con los intereses económicos y comerciales del país.
- 2) Coordinación Interinstitucional: Facilitar la coordinación entre diferentes instituciones gubernamentales involucradas, como el

Ministerio de Agricultura, Comercio Exterior y Promoción de Exportaciones, para garantizar una ejecución efectiva.

- 3) Asignación de Recursos: Determinar un presupuesto adecuado que cubra todas las actividades del plan, incluyendo investigación de mercado, promoción, logística y apoyo técnico a los agricultores.
- 4) Evaluación de Riesgos: Realizar un análisis de riesgos que identifique las posibles barreras comerciales, fitosanitarias o regulatorias que puedan surgir en el proceso de exportación y establecer planes de contingencia.
- 5) Apoyo Técnico a los Agricultores: Proporcionar asistencia técnica a los agricultores locales para garantizar que cumplan con los estándares de calidad y seguridad alimentaria requeridos por China.
- 6) Diplomacia Comercial: Utilizar la diplomacia comercial para negociar acuerdos favorables con las autoridades chinas, como reducción de aranceles y facilitación aduanera.
- 7) Promoción de la Marca País: Utilizar la exportación de pitahayas como una oportunidad para promocionar la marca país de Ecuador, destacando su compromiso con la calidad y la sostenibilidad.
- 8) Medición de Resultados: Establecer indicadores de rendimiento claros para medir el progreso y el impacto de la estrategia a lo largo del tiempo. Evaluar regularmente si se están cumpliendo los objetivos.

- 9) Transparencia y Rendición de Cuentas: Mantener un alto nivel de transparencia en la ejecución del presupuesto y el plan. Informar al público y a los interesados sobre los avances y resultados.
- 10) Flexibilidad: Ser flexible y capaz de ajustar la estrategia según sea necesario a medida que cambien las condiciones del mercado o surjan desafíos imprevistos.
- 11) Formación y Capacitación: Ofrecer capacitación continua a los actores involucrados, incluidos agricultores y funcionarios gubernamentales, para mantener y mejorar la calidad de la producción y la exportación.
- 12) Desarrollo de Alianzas Estratégicas: Buscar colaboraciones con actores del sector privado, asociaciones agrícolas y organizaciones internacionales para fortalecer la posición de Ecuador en el mercado chino.

El Gobierno ecuatoriano debe adoptar un enfoque integral y estratégico para ejecutar el presupuesto y el plan de exportación de pitahayas a China. Esto implica una gestión eficiente de recursos, coordinación interinstitucional, apoyo técnico a los agricultores, diplomacia comercial y transparencia en la ejecución. El éxito de la iniciativa dependerá en gran medida de la capacidad del Gobierno para mantener un enfoque centrado en los objetivos y la flexibilidad para adaptarse a las dinámicas cambiantes del mercado internacional.

6.3.10. Cronograma de actividades gubernamentales

Establecer un cronograma que incluya fechas clave para lanzamientos, eventos, promociones estacionales y seguimiento de KPI.

Tabla 9

Cronograma de actividades

Meses	Actividades
Mes 1-2	Investigación de Mercado: Realizar un nuevo estudio de mercado en Shanghai y Beijing, detallado para comprender las tendencias de demanda en China y las preferencias de los consumidores.
Mes 3-4	Establecer Asociaciones: Colaborar con asociaciones de agricultores y cooperativas para fomentar la siembra de pitahayas, ofreciendo asesoramiento técnico y financiero.
Mes 5-6	Capacitación a Agricultores: Impartir capacitación a agricultores sobre las mejores prácticas de cultivo de pitahayas y estándares de calidad para la exportación.
Mes 7-8	Promoción Local: Iniciar campañas de concienciación local sobre los beneficios de la siembra de pitahayas y la exportación a China. Ofrecer incentivos fiscales a los agricultores interesados.
Mes 9-10	Acuerdos Comerciales: Negociar acuerdos comerciales con exportadores y distribuidores chinos para garantizar canales de distribución efectivos.
Mes 11-12	Promoción Internacional: Lanzar campañas de promoción en mercados chinos a través de ferias comerciales y marketing en línea. Promover la pitahaya ecuatoriana como un producto premium y saludable.
Mes 13-16	Seguimiento y Evaluación: Realizar un seguimiento regular del progreso, evaluar el impacto de las actividades y realizar ajustes según sea necesario.
Mes 17-18	Expandir Mercados: Explorar la posibilidad de expandir la exportación de pitahayas a otros mercados asiáticos además de China.
Mes 19-20	Sostenibilidad a Largo Plazo: Establecer un plan para garantizar la sostenibilidad a largo plazo de la producción de pitahayas, incluida la

	inversión en infraestructura agrícola y la diversificación de variedades.
--	---

6.3.11. Inversión financiera

Tabla 10
Estados financieros

EXPORTACIÓN PITAHAYA						
Estados Financieros Proyectados						
2024 2028						
<u>ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA</u>						
	Año 0	2024	2025	2026	2027	2028
Activos corrientes						
Activo en Bancos de disponibilidad efectiva	15.355,00	24.774,27	43.535,94	70.513,89	106.450,42	152.462,85
Activo en Bancos de reservas por pagar		5.182,73	10.883,60	15.993,41	21.922,02	28.463,23
Total activos corrientes netos	15.355,00	29.957,00	54.419,54	86.507,30	128.372,44	180.926,08
Activos Fijos	28.011,91	28.011,91	28.011,91	28.011,91	28.011,91	28.011,91
Menos Dep Acumulada	-	5.692,38	11.384,77	17.077,15	22.169,53	26.811,91
Total activos Fijos Netos	28.011,91	22.319,53	16.627,15	10.934,77	5.842,38	1.200,00
Total de Activos	43.366,91	52.276,53	71.046,69	97.442,06	134.214,83	182.126,08

Tabla 10 (continuación)
Estados financieros

Pasivos corrientes						
Reserva de Obligaciones gubernamentales y sociales por Pagar	0,00	5.182,73	10.883,60	15.993,41	21.922,02	28.463,23
Total Pasivo Corriente	0,00	5.182,73	10.883,60	15.993,41	21.922,02	28.463,23
Pasivos exigibles						
Proveedor por pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Préstamos bancarios	34.693,53	29.305,96	23.235,12	16.394,34	8.685,98	0,00
Total Pasivo exigibles	34.693,53	29.305,96	23.235,12	16.394,34	8.685,98	0,00
Total de Pasivos	34.693,53	34.488,69	34.118,72	32.387,75	30.608,00	28.463,23
Patrimonio						
Capital Social	8.673,38	8.673,38	8.673,38	8.673,38	8.673,38	8.673,38
Mas Utilidad neta del Ejercicio	0	9.114,46	19.140,13	28.126,34	38.552,52	50.056,02
Más Utilidades Retenidas o en reservas	0	0,00	9.114,46	28.254,59	56.380,93	94.933,45
Total de Patrimonio	8.673,38	17.787,84	36.927,97	65.054,31	103.606,83	153.662,85
Pasivo más Patrimonio	43.366,91	52.276,53	71.046,69	97.442,06	134.214,83	182.126,08

Tabla 11
Estados de resultados

EXPORTACIÓN PITAHAYA					
ESTADOS DE RESULTADOS PROYECTADOS					
	2024	2028	<i>Estado de Resultado</i>		
% de Repartición Utilidades a Trabajadores	15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta	25%	25%	25%	25%	25%
	2024	2025	2026	2027	2028
Ventas	153.015,24	168.699,30	185.990,98	205.055,06	226.073,20
Costo de Venta	55.814,40	49.966,09	53.135,94	56.506,89	60.091,68
Utilidad Bruta en Venta	97.200,84	118.733,21	132.855,04	148.548,17	165.981,52
Gastos Sueldos y Salarios	61.037,98	67.369,64	68.024,57	68.687,89	69.359,69
Gastos Generales	12.300,00	12.457,44	12.598,25	12.740,87	12.885,31
Gastos de Depreciación	5.692,38	5.692,38	5.692,38	5.092,38	4.642,38
Utilidad Operativa	18.170,48	33.213,75	46.539,84	62.027,04	79.094,14
Gastos Financieros	3.873,29	3.190,02	2.420,08	1.552,50	574,89
Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)	14.297,18	30.023,74	44.119,75	60.474,54	78.519,25
Repartición Trabajadores	2.144,58	4.503,56	6.617,96	9.071,18	11.777,89
Utilidad antes Imptos Renta	12.152,61	25.520,18	37.501,79	51.403,36	66.741,36
Impto a la Renta	3.038,15	6.380,04	9.375,45	12.850,84	16.685,34
Utilidad Disponible	9.114,46	19.140,13	28.126,34	38.552,52	50.056,02

6.3.12. Valoración del proyecto de exportación empresarial

Tabla 12

Valoración del proyecto según estado de resultados

<i>Valoración del proyecto según estado de resultados</i>	
INVERSIÓN INICIAL	\$ (43.366,91)
<u>VAN:</u>	\$ 91.558,36
TMAR:	13,6%
<u>TIR:</u>	40,71%
<u>Pay Back del flujo en meses</u>	31

La tabla 12 presenta una serie de indicadores financieros (tabla 10 y 11) clave que evalúan la viabilidad y rentabilidad del proyecto.

6.3.12.1. Inversión Inicial

Valor: \$ (43,366.91)

Interpretación: Este es el monto total que se necesita invertir al inicio del proyecto. Es un desembolso negativo, lo que significa que se debe desembolsar esta cantidad para comenzar el proyecto.

6.3.12.2. VAN (Valor Actual Neto)

Valor: \$ 91,558.36

Interpretación: El VAN positivo indica que el proyecto es rentable y generará un valor adicional de \$ 91,558.36 después de recuperar la inversión inicial y descontar los flujos de caja futuros a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR). Un VAN positivo es una señal favorable, ya que sugiere que el proyecto debería aceptar.

6.3.12.3. TMAR (Tasa Mínima Atractiva de Retorno)

Valor: 13.6%

Interpretación: La TMAR es la tasa de descuento utilizada para calcular el VAN. Representa la tasa mínima de retorno que los inversores esperan obtener del proyecto. En este caso, la TMAR es del 13.6%, lo que significa que los flujos de caja futuros se han descontado a esta tasa para evaluar la rentabilidad del proyecto.

6.3.12.4. TIR (Tasa Interna de Retorno)

Valor: 40.71%

Interpretación: La TIR es la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero. En otras palabras, es la tasa de rendimiento que el proyecto genera. Una TIR del 40.71% es muy favorable, ya que es significativamente superior a la TMAR del 13.6%. Esto sugiere que el proyecto tiene un alto potencial de rentabilidad.

6.3.12.5. Pay Back del flujo en meses

Valor: 31 meses

Interpretación: El periodo de recuperación (Pay Back) es el tiempo que tarda en recuperarse la inversión inicial a través de los flujos de caja generados por el proyecto. En este caso, se estima que la inversión inicial se recuperará en 31 meses. Un periodo de recuperación de 31 meses es relativamente corto, lo que sugiere que el proyecto comenzará a generar beneficios netos en poco más de 2 años y medio.

La valoración del proyecto según el estado de resultados muestra indicadores muy positivos. El VAN positivo de \$ 91,558.36 y la TIR del 40.71% indican que el proyecto es altamente rentable. Además, el periodo de recuperación de 31 meses es razonablemente corto. Estos indicadores sugieren que el proyecto no solo recuperará la inversión inicial, sino que también generará un rendimiento sustancial por encima de la tasa mínima atractiva de retorno. Por lo tanto, se recomienda proceder con la inversión en este proyecto.

Conclusiones

Conclusión del Primer Objetivo:

En la búsqueda de comprender las aproximaciones teóricas y empíricas que encierra el Tratado de Libre Comercio (TLC) entre China y Ecuador para la exportación de la fruta de la Pitahaya, hemos obtenido una visión clara de cómo este acuerdo bilateral ha facilitado el acceso de los productores ecuatorianos al mercado chino. A pesar de algunas dudas iniciales expresadas por uno de los agricultores, se evidencia que el TLC ha tenido un impacto positivo en el crecimiento de la industria de la Pitahaya en Ecuador, brindando mayores oportunidades de exportación y aumentando los ingresos para los agricultores.

Conclusión del Segundo Objetivo:

La identificación de las condiciones o factores de aceptación de los productores de la fruta al proceso de exportación a China revela que la mayoría de los agricultores están dispuestos a aprovechar esta oportunidad de mercado. A pesar de los desafíos logísticos y regulatorios, la exportación de Pitahayas a China se percibe como beneficiosa, lo que refleja la confianza de los agricultores en el potencial de este acuerdo comercial. Esto sugiere que la apertura a nuevos mercados y la adaptación a las demandas chinas son aspectos fundamentales en la toma de decisiones de los productores.

Conclusión del Tercer Objetivo:

La determinación de las condiciones del mercado chino para ejercer las acciones de exportación desde Ecuador ha resaltado la importancia de la calidad y la promoción de la marca "Ecuador" en este mercado. Aunque persisten desafíos, como los requisitos logísticos y las regulaciones aduaneras, los agricultores han trabajado en estrecha colaboración con socios comerciales chinos y han invertido en estrategias de marketing para aumentar la demanda de Pitahayas ecuatorianas. Esto demuestra la adaptabilidad de los agricultores a las condiciones cambiantes del mercado chino.

Conclusión del Cuarto Objetivo:

Este presenta los aportes de la investigación, la definición de las estrategias, métodos y procedimientos de exportación de la fruta de la Pitahaya del Ecuador a China destaca la importancia de la innovación tecnológica, la sostenibilidad y la colaboración entre agricultores. Los agricultores están comprometidos con la mejora constante de la calidad, la implementación de prácticas sostenibles y la adopción de tecnologías modernas para mantenerse competitivos en el mercado chino. Además, han subrayado la relevancia de las relaciones comerciales sólidas y la gestión de riesgos en el éxito de la exportación.

La investigación y las respuestas de los agricultores han revelado un panorama en el que el TLC entre China y Ecuador ha abierto nuevas oportunidades para la exportación de Pitahayas, con agricultores dispuestos a adaptarse y aprovechar estas oportunidades a pesar de los desafíos. La calidad del producto, la sostenibilidad y la colaboración son elementos clave en este proceso de exportación exitoso.

La valoración del proyecto según el estado de resultados muestra indicadores muy positivos. El VAN positivo de \$ 91,558.36 y la TIR del 40.71% indican que el proyecto es altamente rentable. Además, el periodo de recuperación de 31 meses es razonablemente corto.

Recomendaciones

La pitahaya ecuatoriana tiene un futuro prometedor en el mercado de exportación de frutas exóticas. Para mantener y mejorar su posición, es fundamental seguir enfocándose en la calidad, la sostenibilidad y la diversificación de variedades. Además, la apertura a nuevos mercados y la consolidación de relaciones comerciales sólidas son pasos clave para asegurar un crecimiento continuo en la exportación de pitahayas.

Este caso de éxito de la exportación de pitahaya en Ecuador demuestra cómo la agricultura puede convertirse en una fuente importante de ingresos y desarrollo económico para un país. La inversión en tecnología, prácticas agrícolas sostenibles y la promoción activa de los productos en los mercados internacionales son factores clave en esta historia de éxito.

La exportación de pitahayas es un ejemplo de cómo una fruta exótica puede trascender fronteras y convertirse en un producto emblemático de un país en el comercio internacional. Ecuador a través de su gobierno, con visión y esfuerzo, debe aprovechar sus recursos naturales para impulsar su presencia en el mercado global de alimentos.

Referencias

Administración de negocios internacionales. (2019). *UE Guía Comercial por países*.

Obtenido de <https://www.trade.gov/country-commercial-guides/eu-ecommerce>

Agrocalidad. (2022). *Pitahaya de Ecuador se exporta ya a 56 países: Perú se suma a la lista*. Obtenido de <https://www.agrocalidad.gob.ec/pitahaya-de-ecuador-se-exporta-ya-a-56-paises-peru-se-suma-a-la-lista/#:~:text=En%20Ecuador%20existen%201.528%20hect%C3%A1reas,Morona%20Santiago%2C%20Manab%C3%AD%20y%20Guayas>.

Alcívar, B., & Sánchez, M. (2023). *Plan de negocio para la exportación de la pitahaya roja a Holanda, Países Bajos [Tesis de grado. Escuela Superior Politécnica Agropecuaria de Manabí MFL]*. Obtenido de <https://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/2186>

Arias, J., & Covinos, M. (2021). *Diseño y metodología de la investigación. Enfoques Consulting EIRL*. Obtenido de https://gc.scalahed.com/recursos/files/r161r/w26022w/Arias_S2.pdf

Arispe, C., Yangali, J., Guerrero, M., Lozada, O., Acuña, L., & Arellano, C. (2020). *La investigación científica. Una aproximación para los estudios de posgrado*. Obtenido de <https://repositorio.uide.edu.ec/handle/37000/4310>

- Baños, J. (2023). *Diseño de una guía de gestión de procesos para exportación de pitahaya al mercado español [Tesis de grado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador]*. Obtenido de <https://repositorio.pucesa.edu.ec/handle/123456789/4224>
- Benalcázar, P. (2023). *Determinación y análisis del impacto de las tasas arancelarias del sector automotriz en vehículos livianos sobre la recaudación de tributos en el Ecuador desde el año 2017 al 2022 [Tesis de grado. Universidad Central del Ecuador]*. Obtenido de <https://www.dspace.uce.edu.ec/entities/publication/10974865-5208-4b68-a9a1-da60bc36cb78>
- Caminotti, M., & Toppi, H. (2020). *Metodología de la investigación social: Caja de herramientas*. EUDEBA.
- Cevallos, K. (2022). *Caracterización morfológica en el cultivo de pitahaya (Hylocereus spp) en el Ecuador [Tesis de grado. Universidad Técnica de Babahoyo]*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11373>
- Chávez, M. (2023). *Impactos de la pandemia en las operaciones de comercio exterior entre Ecuador y China [Tesis de grado. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil]*. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec:8080/handle/123456789/1789?show=full#:~:text=El%20principal%20impacto%20de%20la,la%20carga%20como%20el%20mal>

- Chouman, M. (2023). *Análisis de Exportación de Pitahaya Ecuatoriana con valor agregado a Emiratos Árabes Unidos [Tesis de grado. Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil]*. Obtenido de <http://biblioteca.uteg.edu.ec/xmlui/handle/123456789/1987>
- Córdova, H. (2022). *Manejo agronómico del cultivo de pitahaya amarilla (Selenicereus megalanthus) en el Ecuador*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/11372>
- Dieguez, K., Zabala, A., Villarroel, K., & Sarduy, L. (2020). *Evaluation of the Environmental Impact of the Pitahaya Crop, Cantón Palora, Ecuador. TecnoLógicas*. Obtenido de <https://repositorio.itm.edu.co/handle/20.500.12622/4631>
- Dieguez, K., Zabala, A., Villarroel, K., & Sarduy, L. (2020). Evaluation of the Environmental Impact of the Pitahaya Crop, Cantón Palora, Ecuador. *TecnoLógicas. Instituto Tecnológico Metropolitano*, 23(49). Obtenido de <https://repositorio.itm.edu.co/handle/20.500.12622/4631>
- Espinosa, B., & Nájera, S. (2021). Análisis de la influencia de los SGC en la cadena de suministro de empresas agroexportadoras de pitahaya en Ecuador. *Digital Publisher CEIT*, 6(6), 181-195.
- Fiallos, D. (2020). *Análisis y Proyección de la Demanda de Pitahaya de Ecuador a Singapur 2014-2019 [Tesis de grado. Universidad de Los Hemisferios 2020]*.

Obtenido de

<http://dspace.uhemisferios.edu.ec:8080/xmlui/handle/123456789/1128>

Forbes Ecuador. (2024). *Los 10 principales destinos de la pitahaya ecuatoriana*.

Obtenido de <https://www.forbes.com.ec/rankings/los-10-principales-destinos-pitahaya-ecuatoriana-n51537>

Galora, D. (2024). *Análisis del comportamiento de la exportación de Pitahaya ecuatoriana hacia el mercado asiático, año 2022 [Tesis de grado*.

Universidad Politécnica Salesiana]. Obtenido de

<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/27534>

García, Á., Peñate, M., Torres, E., Peñate, A., Esmeralda, G., & Minda, J. (2020).

Modelación productiva y pronósticos de las ventas del cultivo de la pitahaya en Ecuador. *Revista Sinapsis*, 12(1).

Gonzalez, J., & Tussie, D. (2023). A presença econômica da China na América do

Sul: Implicações para a dinâmica da cooperação intrarregional. *URVIO Revista Latinoamericana de Estudios de Seguridad* (36), 7-25.

<https://doi.org/https://doi.org/10.17141/urvio.36.2023.5936>

Guamán, F. (2024). Plan de Internacionalización de la Finca Sucúa Fruit del Cantón

Sucúa, Provincia de Morona Santiago, Ecuador. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(1), 797-823.

https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9459

- Guevara, B. (2024). *Análisis comparativo del TLC China-Costa Rica y el TLC China-Perú: Perspectivas para el Ecuador [Tesis de grado. Universidad del Azuay]*.
Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/14228>
- Guzmán, A. (2023). *Análisis de los beneficios comerciales que traerá a Ecuador, el acuerdo con EFTA [Tesis de grado. Universidad del Azuay]*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/12851>
- Jaramillo, M. (2023). *Análisis de puntos clave de los tratados comerciales que Estados Unidos tiene con Colombia y Perú dentro del sector agrícola como guía de lineamientos para el Ecuador [Tesis de grado. Universidad del Azuay]*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13593>
- Jaramillo, S., & Tonon, L. (2023). Ventajas y desventajas de la firma de tratados de libre comercio. . *Estudios de la Gestión: Revista Internacional de Administración*(14), 155–177.
<https://doi.org/https://doi.org/10.32719/25506641.2023.14.7>
- López, Á. (2023). *El acuerdo comercial bilateral Ecuador – China y su impacto en el producto interno bruto del Ecuador [Tesis de grado. Universidad Técnica de Ambato]*. Obtenido de <https://repositorio.uta.edu.ec:8443/jspui/handle/123456789/38839>
- Menéndez, R., & Cobeña, X. (2022). Factores críticos de la gestión de la calidad de la pitahaya ecuatoriana de exportación. Estudio de caso Ecuador Divine-El Okaso S.A. *Dominio de las Ciencias*, 573-615.

- Mila, A. (2023). *Perspectivas históricas y actuales de Ecuador en la integración regional: Continuidades y rupturas*. Obtenido de <https://www.fundacioncarolina.es/catalogo/perspectivas-historicas-y-actuales-de-ecuador-en-la-integracion-regional-continuidades-y-rupturas/>
- Ministerio de Agricultura y Ganadería. (2021). *MAGAP levanta información de agricultores en Guayas – Ministerio de Agricultura y Ganadería*. Obtenido de <https://www.agricultura.gob.ec/magap-levanta-informacion-de-agricultores-en-guayas/>
- Ministerio de la Producción. (2024). *China abre su mercado a la pitahaya ecuatoriana – Ministerio de Producción Comercio Exterior Inversiones y Pesca*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/china-abre-su-mercado-a-la-pitahaya-ecuatoriana/>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *Lo que debes saber del Acuerdo Comercial Ecuador-China*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/2023/05/Preguntas-Frecuentes.pdf>
- Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca. (2023). *Tratado de Libre Comercio Ecuador – China*. Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/tratado-de-libre-comercio-ecuador-china/>
- Molina, G., & Vera, F. (2023). *Diagnóstico de la visión futuro frente a los objetivos de desarrollo sostenible en las exportadoras manabitas de pitahaya [Tesis de*

grado. ESPAM MFLJ. Obtenido de
<http://repositorio.espam.edu.ec/handle/42000/2040>

Mordor Intelligence. (2024). *Tamaño de mercado de la fruta del dragón y análisis de participación, tendencias y pronósticos (2024-2029)*. Obtenido de
<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/dragon-fruit-market>

PROECUADOR. (2023). *Pitahaya de Ecuador ingresa a China con gran entusiasmo y aceptación*. Obtenido de <https://www.proecuador.gob.ec/pitahaya-de-ecuador-ingresa-a-china-con-gran-entusiasmo-y-aceptacion/>

Rios, P. (2020). *Metodología de la Investigación: Un Enfoque Pedagógico*. Cognitus, C.A. Obtenido de
https://www.academia.edu/44012248/Metodolog%C3%ADa_de

Rivera, A. (2022). *Costos de producción del cultivo de pitahaya (Hylocereus undatus) en el Ecuador [Tesis de grado. Universidad Técnica de Babahoyo]*. Obtenido de <http://dspace.utb.edu.ec/handle/49000/13336>

Robles, I. (2024). *Oportunidades y desafíos del sector cacaotero en el marco de la firma del TLC de Ecuador con China [Tesis de grado. Pontificia Universidad Católica del Ecuador]*. Obtenido de
<https://repositorio.puce.edu.ec/server/api/core/bitstreams/848a90e4-79bd-4894-b923-4ddc13c153af/content#:~:text=Un%20Tratado%20de%20Libre%20Comercio,y%20estimule%20el%20crecimiento%20econ%C3%B3mico.>

- Romero, J. (2023). *Integración Económica en la Comunidad Andina y Tratados de Libre Comercio [Tesis de posgrado. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales]*. Obtenido de <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/19295/1/TFLACSO-2023JNRS.pdf>
- Rubio, E. (2023). *Regionalismo Abierto y Cooperación Regulatoria: Costos y Beneficios de la Adhesión del Ecuador a la Alianza del Pacífico [Tesis de grado. Flacso Ecuador]*. Obtenido de <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/handle/10469/19292>
- Salgado, R. (2023). *La política exterior de los Estados latinoamericanos: Enfoques, metodologías y casos (1.a ed.)*. FLACSO Ecuador. <https://doi.org/https://doi.org/10.46546/2023-38foro>
- Sánchez, Y., Velasco, L., Aguas, F., & Rivera, R. (2024). Acuerdos Comerciales y su Impacto en el Comercio Exterior. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(2), 7629-7679. https://doi.org/https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i2.11162
- Vallejo, C. (2023). *Análisis comparativo de las Exportaciones Tradicionales y el crecimiento económico, período 2017-2021. Caso: Ecuador, Perú y Chile [Tesis de grado. Universidad del Azuay]*. Obtenido de <http://dspace.uazuay.edu.ec/handle/datos/13581>

Wang, Q., Zhang, F., & Li, R. (2024). Free trade and carbon emissions revisited: The asymmetric impacts of trade diversification and trade openness. *Sustainable Development*, 32(1), 876-901. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/sd.2703>

Anexos

Anexo 1 Modelo de entrevista aplicada

En esta entrevista, conversamos con tres expertos agricultores ecuatorianos sobre la creciente tendencia de exportar pitahayas a China. Cada uno comparte sus perspectivas y experiencias sobre diversos aspectos de este negocio, incluyendo los beneficios potenciales, los desafíos logísticos, la competitividad en el mercado chino, y las estrategias de sostenibilidad y marketing. Además, abordan cómo las relaciones diplomáticas entre Ecuador y China impactan este comercio y ofrecen consejos valiosos para otros agricultores interesados en expandir sus operaciones. Esta conversación proporciona una visión integral de las oportunidades y obstáculos que enfrenta la industria de la pitahaya en Ecuador al aventurarse en el mercado chino.

Entrevista con Agricultores sobre la Exportación de Pitahaya desde Ecuador a China

Pregunta 1: ¿Cuál es su opinión sobre la exportación de pitahayas desde Ecuador a China y cuáles considera que son los beneficios más significativos de esta actividad?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 2: ¿Cómo ha afectado la exportación de pitahayas a China a su negocio o a la industria de la pitahaya en general en Ecuador?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 3: ¿Qué desafíos logísticos han enfrentado al exportar pitahayas a China y cómo los han superado?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 4: ¿Cuál es su opinión sobre la competitividad de las pitahayas ecuatorianas en el mercado chino en comparación con otros países exportadores?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 5: ¿Qué medidas han tomado en términos de sostenibilidad y responsabilidad social en su producción de pitahayas, considerando las expectativas de los consumidores chinos?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 6: ¿Qué perspectivas tienen sobre el futuro de la exportación de pitahayas desde Ecuador a China y cómo planean aprovecharlas?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 7: ¿Cuál es su percepción sobre el impacto de las relaciones diplomáticas entre Ecuador y China en el comercio de pitahayas entre ambos países?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 8: ¿Qué estrategias de promoción y marketing han utilizado para aumentar la demanda de pitahayas ecuatorianas en el mercado chino?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 9: ¿Cómo ven el papel de la innovación tecnológica en el futuro de la producción y exportación de pitahayas desde Ecuador a China?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 10: ¿Qué consejos darían a otros agricultores que están considerando iniciar o expandir la producción de pitahayas para exportación a China?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 11: ¿Cómo han lidiado con la incertidumbre y los riesgos asociados a la exportación de pitahayas a mercados internacionales, incluyendo China?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 12: ¿Cómo han contribuido las asociaciones y cooperativas de agricultores en Ecuador al éxito de la exportación de pitahayas a China?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3:

Pregunta 13: ¿Qué estrategias utilizan para mantener la calidad de las pitahayas durante todo el proceso de exportación, desde la cosecha hasta la llegada a los mercados chinos?

Experto Agricultor #1:

Experto Agricultor #2:

Experto Agricultor #3: