



Universidad Tecnológica Ecotec

Facultad de Ciencias Económicas Empresariales

Título del trabajo:

Analizar los factores que inciden en la falta de incentivo de exportación de frejol ecuatoriano

Línea de investigación:

Emprendimiento y Desarrollo Empresarial

Modalidad de titulación:

Proyecto de investigación

Carrera:

Licenciatura en Administración de Empresas con énfasis en negocios internacionales

Autor (a):

Ordoñez Sempertegui Andrea Stephanie

Tutor (a):

Jhonny Alfredo Jaramillo Chiriboga

Samborondón – Ecuador

2022

DEDICATORIA

Mi tesis va dedicada a mis padres Sandra Sempértegui y Marcos Ordoñez, sin el apoyo incondicional de ellos no estuviera en donde estoy el día de hoy, me han apoyado en cada paso que he dado y me han brindado su amor y confianza para afrontar las diversas circunstancias que se presentan en la vida. A mi hermano Emilio Ordoñez quien ha estado durante varias situaciones difíciles y me ha brindado su paciencia y soporte. A mi mejor amigo Luiggi De Mora quien me ayudo a mantener la calma en los años de universidad y fue un pilar fundamental para mi estabilidad emocional. A mis mascotas las cuales tienen el amor más puro y llenan mi vida de felicidad.

ANEXO N°15

CERTIFICADO DEL PORCENTAJE DE COINCIDENCIAS

Habiendo sido nombrado JHONNY ALFREDO JARAMILO CHIRIBOGA, tutor del trabajo de titulación “**Analizar los factores que inciden en la falta de incentivo de exportación de frejol ecuatoriano**” elaborado por **ORDOÑEZ SEMPERTEGUI ANDREA STEPHANIE**, con mi respectiva supervisión como requerimiento parcial para la obtención del título de LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS CON ÉNFASIS EN NEGOCIOS INTERNACIONALES.

Se informa que el mismo ha resultado tener un porcentaje de coincidencias 1% , mismo que se puede verificar en el siguiente link:
<https://secure.arkund.com/view/139709852-224505-222810>

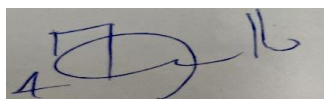
Adicional se adjunta print de pantalla de dichos resultados



Document Information

Analyzed document	ORDOÑEZ SEMPERTEGUI ANDREA STEPHANIE Tesis primera entrega.docx (D146494557)
Submitted	10/14/2022 11:46:00 PM
Submitted by	Mgr.Jhonny Jaramillo
Submitter email	jjaramillo@ecotec.edu.ec
Similarity	1%
Analysis address	jhojaramillo.ecotec@analysis.arkund.com

ATENTAMENTE,



.....
Jhonny Alfredo Jaramillo Chiriboga

ANEXO N°16

CERTIFICADO DE APROBACIÓN DEL TUTOR PARA LA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN CON INCORPORACIÓN DE LAS OBSERVACIONES DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL

Samborondón, 10 de septiembre del 2022

Magíster

Gino Cornejo

Decano(a) de la Facultad

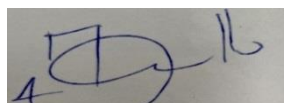
Ciencias económicas y empresariales

Universidad Tecnológica ECOTEC

De mis consideraciones:

Por medio de la presente comunico a usted que el trabajo de titulación TITULADO: **Analizar los factores que inciden en la falta de incentivo de exportación de frejol ecuatoriano** según su modalidad **PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**, fue revisado y se deja constancia que el estudiante acogió e incorporó todas las observaciones realizadas por los miembros del tribunal de sustentación por lo que se autoriza a: **JHONNY ALFREDO JARAMILLO CHIRIBOGA**, para que proceda a la presentación del trabajo de titulación para la revisión de los miembros del tribunal de sustentación y posterior sustentación.

ATENTAMENTE,



.....
Jhonny Alfredo Jaramillo Chiriboga

Resumen:

La presente investigación tiene como objetivo el determinar cuáles han sido los causantes de la falta de incentivos para la exportación del frejol ecuatoriano, para poder determinar alternativas para poder incrementar las ventas del frejol ecuatoriano en el mercado internacional. Se realizó un estudio para poder conocer la situación actual del frejol ecuatoriano dentro del Ecuador para conocer el motivo por cual este no ha sido promovido para exportación. La investigación presente tuvo como objetivo primordial el poder identificar cuáles han sido los factores que han incidido en los incentivos de exportación del frejol ecuatoriano. El método que implementó en esta investigación fue el método empírico, el enfoque implementado fue cualitativo, el tipo de investigación usada fue analítico sintético, y los instrumentos implementados para recopilar la información fueron entrevista y grupo focal, los resultados obtenidos mostraron que el factor que más ha incidido es la nula intervención del gobierno del Ecuador. Se concluyó que la intervención del gobierno es fundamental para el desarrollo y explotación del cualquier producto.

Palabras clave: Frejol, Ecuador, Exportación, Incentivo

Abstract:

The objective of this research is to determine what has been the cause of the lack of incentives for the export of Ecuadorian beans, in order to determine alternatives to increase sales of Ecuadorian beans in the international market. A study was carried out to know the current situation of the Ecuadorian bean within Ecuador to know the reason why it has not been promoted for export. The main objective of this research was to be able to identify the factors that have influenced the export incentives for Ecuadorian beans. The method implemented in this research was the empirical method, the implemented approach was qualitative, the type of research used was synthetic analytical, and the instruments implemented to collect information were interview and focus group, the results obtained showed that the factor that has most had an impact is the null intervention of the government of Ecuador. It was concluded that government intervention is essential for the development and exploitation of any product.

Keywords: Bean, Ecuador, Export, Incentive

Índice

Resumen:.....	1
Abstract:	2
Introducción	7
Planteamiento del problema	7
Objetivo general.....	8
Objetivos específicos.....	8
Justificación	9
Alcance o tipo de investigación.....	9
Novedad o aspecto innovador	10
CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO	12
1.1 Frejol.....	12
1.2 Producción de frejol	13
1.3 Antecedente del frejol ecuatoriano	13
1.4 Fundamentación legal.....	15
1.5 Categorías del frejol ecuatoriano.....	16
1.5.1 Frejol Cargabello	16
1.5.2 Frejol Calima Rojo	16
1.5.3 Frejol TOA.....	17
1.5.4 Frejol Calima Negro	18
1.5.5 Frejol Blanco Panamito	18
1.5.6 Frejol Canario	19
1.6 Valor nutricional del frejol	20
1.7 Principales exportaciones del Ecuador	20
1.8 Exportación de frejol ecuatoriano.....	21
1.9 Pasos para exportar frejol	22
1.10 Certificaciones para exportar frejol	23
1.10.1 Certificado de origen.....	24
1.10.2 Certificado de calidad.....	24
1.10.3 Certificación orgánica nacional	24
1.10.4 Certificados orgánicos	25
1.10.5 Permisos fitosanitarios.....	25
1.11 Sectores con mayores incentivos de exportación del Ecuador.....	25
1.12 Situación actual del frejol ecuatoriano	28

1.13 Barreras arancelarias del frejol	29
1.14 Acuerdo comerciales para frejol con diferentes países	31
1.15 Idea a defender	32
CAPÍTULO II Metodología.....	34
2.1 Método de investigación.....	34
2.2 Enfoque de investigación	34
2.3 Tipo de investigación.....	35
2.4 Técnicas e instrumentos de investigación	35
2.5 Población y muestra.....	36
2.6 Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación.....	37
2.7 Operacionalización de las variables	39
2.8 Procedimiento	40
2.9 Procesamiento	40
CAPÍTULO III Análisis e interpretación de los resultados	43
3.1 Resultados de la entrevista	43
3.2 Interpretación de resultados de la entrevista.....	45
3.3 Resultados del grupo focal.....	46
3.4 Interpretación de resultados del grupo focal.....	48
3.5 F.O.D.A.	49
3.6 P.E.S.T.E.L.	50
3.7 Diagrama Ishikawa	53
3.8 Diamante de Porter.....	54
3.9 Fuerzas competitivas que influyen en la competencia	55
3.9.1 Amenaza de nuevos aspirantes.....	56
3.9.2 Poder de negociación de los proveedores	56
3.9.3 Poder de negociación de los compradores	56
3.9.4 Amenaza de productos sustitutos.....	57
3.9.5 Rivalidad entre competidores	57
CAPÍTULO IV: Propuesta.....	59
4.1 Descripción de la propuesta.....	59
4.2 Objetivo de la propuesta.....	59
4.3 Propuestas.....	60
4.3.1 propuesta 1: Reducir exigencias tributarias y facilitar requerimientos para pymes para proyectos con gran potencial.....	61

4.3.2 propuesta 2: Mayor coordinación entre instituciones públicas para facilitar acceso a instrumentos de apoyo	61
4.3.3 Desarrollar líneas especiales para financiar proyectos relacionados a la exportación de frejol	62
4.3.4 Capacitaciones y orientaciones en referencia a exportación de frejol ecuatoriano.....	63
Conclusiones	64
Recomendaciones	65
Bibliografía	66
Anexos.....	69

Índice de tablas

Tabla 1. Vitamina que posee el frejol.....	20
Tabla 2. Principales productos de exportación del Ecuador	21
Tabla 3. Exportaciones de frejol ecuatoriano por peso neto (Periodo 2019-2021).....	22
Tabla 4. Evolución de exportaciones del Ecuador (En tasas de variación anual).....	26
Tabla 5. Exportaciones petroleras y no petroleras: concentración y diversificación (en USD millones).....	27
Tabla 6. Exportaciones no petroleras y principales países destino (en millones USD).....	28
Tabla 7. Aranceles de importación de frejol según país	30
Tabla 8. Acuerdos comerciales para la partida 0713.33	31
Tabla 9. Muestra seleccionada.....	36
Tabla 10. Muestra seleccionada para grupo focal	37
Tabla 11. Operacionalización de las variables.....	39
Tabla 12. Resultados de la entrevista	43
Tabla 13. Resultados de grupo focal	46
Tabla 14. F.O.D.A.....	49
Tabla 15. P.E.S.T.E.L.....	50
Tabla 16. Propuestas.....	60

Índice de figuras

Figura 1. Frejol Cargabello.....	16
----------------------------------	----

Figura 2. Calima rojo	17
Figura 3. Frejol TOA.....	17
Figura 4. Frejol Calima negro	18
Figura 5. Frejol blanco panamito.....	18
Figura 6. Frejol canario.....	19
Figura 7. Diagrama Ishikawa del sector ecuatoriano	53
Figura 8. Diamante de Porter del frejol ecuatoriano	54
Figura 8. Diagrama de las fuerzas competitivas de Porter.....	55

Introducción

Ecuador exporta frejoles hacia países tales como Perú, Colombia, estados unidos, entre otros. Sin embargo, el frejol no ha sido un producto estrella dentro de las exportaciones del Ecuador, esto debido a que no se incentiva una mayor producción de frejol a nivel nacional y mejores sistemas de comercialización.

Mediante el presente estudio se plantea la idea de fomentar la exportación del frejol , de igual manera se fomentará su producción, para así poder incrementar la generación de trabajo a través del fortalecimiento de la industria nacional, por cual se ha analizado diferentes factores que inciden en los incentivos de la exportación del frejol para así poder aumentar la misma.

Planteamiento del problema

El trabajo en mención hace referencia al frejol ecuatoriano perdiendo cada vez más acogida dentro de los mercados internacionales, esto debido a que Ecuador ha priorizado otros productos para su exportación, dejando al frejol prácticamente en el olvido.

De acuerdo con Armijos (2015), Ecuador exporta frejoles a países como Colombia, Perú, Estados Unidos, etc. Sin embargo, las exportaciones no son a gran escala debido a problemas de falta de incentivos tanto para la producción del producto como para las industrias exportadoras de este tipo de producto.

En los últimos años, la producción del fréjol ha venido incrementándose ya que, a más de ser un producto nutritivo para el consumo, es fácil de preparar y existe una gran variedad de frejol. Es por esto por lo que muchos países han hecho de este su principal fuente de ingresos, sin embargo, este no ha tenido ventas significativas en el extranjero, teniendo volúmenes de venta prácticamente insignificantes.

Los principales problemas radican en que los productores de fréjol se han preocupado principalmente de la producción, descuidando la comercialización y

que no existe apoyo por parte de Gobierno Local hacia el sector agrícola en lo que se refiere a nuevas alternativas de comercialización.

De acuerdo con Zamora (2015), al seguir disminuyendo la participación del frejol ecuatoriano en el mercado internacional, se corre el riesgo de que esta industria se vea afectada de manera negativa, lo cual estaría afectando aproximadamente 60.000 empleos, los cuales consiste tanto como a productores como a comerciantes.

Se plantea recopilar de porque no ha habido incentivos para exportar frejol ecuatoriano, esperando que con esta información se puedan plantear alternativas para aumentar los incentivos y al mismo tiempo aumentar las ventas del frejol ecuatoriano en el extranjero.

Ante lo expuesto anteriormente surge la pregunta problemática ¿Qué factores han incidido en la falta de incentivos de exportación del frejol ecuatoriano?

Objetivo general

Analizar los factores que inciden en los incentivos de exportación de frejol ecuatoriano

Objetivos específicos

1. Identificar los procesos de producción y comercialización del frejol ecuatoriano
2. Diagnosticar la situación actual del frejol ecuatoriano en el extranjero
3. Determinar alternativas para poder exportar más frejol ecuatoriano

Justificación

El presente análisis es significativo ya que existe una necesidad tanto para el desarrollo del país como para la cubrir la demanda de otro país que requieren importar productos para cubrir su demanda. Gaucín (2019) considera que en el ámbito mundial la importancia de este producto es relevante ya que existen países muy importantes, tales como Francia, Reino Unido y España, que consumen grandes cantidades de frejol debido a su alto valor nutricional.

De acuerdo con el Banco Central (2020), debido a que el frejol ecuatoriano no está dentro de los productos tradicionales que se exportan, no existe una gran demanda por parte de diferentes países, por ende, en el ámbito regional se no produce frejol a gran escala.

Realizar esta investigación es importante debido a que nos ayudaría a tener una mejor idea sobre lo que se intenta exportar hacia el mercado internacional, además con esta investigación pretende ayudar al desarrollo del país al querer penetrar otros mercados para la exportación de frejol y también poder exportar productos no tradicionales

Alcance o tipo de investigación

Descriptivo: De acuerdo con Bernal (2006), el método de investigación descriptivo consiste en describir, diseñar y validar los instrumentos para la recolección de información para así poder analizar y Discutir los resultados obtenidos. Teniendo en cuenta lo previamente mencionado, esta investigación busca identificar y validar los procesos de comercialización y producción de frejol ecuatoriano.

Exploratorio: Según Sampieri (1997), el método exploratorio es utilizado para investigar problemas no definidos y poco estudiados, con el objetivo de poder comprenderlos mejor. Por ende, esta investigación busca analizar la factibilidad de exportar frejol ecuatoriano dentro de un mercado nuevo sin penetrar.

Novedad o aspecto innovador

El aspecto innovador de la presente investigación es que mediante a esta se podrán aumentar el número de exportaciones de un producto no tradicional dentro del Ecuador.

MARCO TEÓRICO

CAPÍTULO I

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1 Frejol

De acuerdo con Salcedo (2015), los frejoles se comenzaron a domesticar aproximadamente hace 8,000 años, los cuales tienen un origen en América latina, enfocada más en las regiones de los Andes y Mesoamérica.

Los frejoles pertenecen a la familia de las leguminas, de las cuales también pertenecen diversos miembros tales como la soya, los huizaches, las habas, entre otros.

Existe un aproximado de 150 diferentes tipos de frejol, que abundan mayormente en América latina. Indica Pachico (1989), que el cultivo de frejol es uno de los cultivos económicamente más importantes para la mayoría de los países de América latina, siendo este la fuente de ingresos más fuerte de la mayoría de los agricultores pequeños.

Según Ventimilla (2018), el frejol dentro del Ecuador siempre ha sido considerado como un excelente acompañante para los diversos platillos gastronómicos locales. Dentro de la gastronomía ecuatoriana, el frejol siempre ha sido considerado un alimento secundario, sin embargo, este siempre ha estado presente en su mayoría de platillos.

De acuerdo con INIAP (1993), las zonas agrícolas donde más se producen frejoles dentro del Ecuador son la en la región sierra, tentativamente desde las provincias de Loja hasta Carchi.

1.2 Producción de frejol

Rincón (1984), Sugiere que los suelos sean arcillosos, fértiles, sueltos y bien drenados, ya que estos son perfectos para el cultivo. Los frejoles son muy sensibles al empapado, Las plantas de frejol no soportan que los suelos sean calizos o arenosos, y los suelos arcillosos no los favorecen. Los suelos deben tener el mayor contenido posible de materia orgánica, no solo como suelo sino también como sustancias en proceso de descomposición.

De acuerdo con la INIAP, (1994) las zonas agrícolas donde se produce el frejol ecuatoriano se encuentran mayormente a lo largo de las tierras altas de Ecuador (región sierra) desde Carchi a Loja, dentro de los caminos interandinos o en las laderas exteriores de la Cordillera. Los frejoles crecen mejor en suelos de gran altitud entre 1500 y 2200 metros sobre el nivel del mar.

El tiempo de siembra recomendado para los frejoles ecuatoriano en estas áreas es desde mediados de marzo hasta principios de mayo (aproximadamente). La recolección se realiza cuando la planta está madura, es decir, cuando las hojas se han caído por completo, pero las vainas están amarillas y se nota la sequedad del grano. Cuando las vainas están secas y tienen un contenido de humedad del 14% hasta el 20% de grano, se trillan a mano con un palo o en el suelo.

1.3 Antecedente del frejol ecuatoriano

El frejol se ha constituido como un producto bastante dinámico dentro del Ecuador, esto debido a que su producción y cultivo representa una alternativa de trabajo para la mayoría de los agricultores de todas las provincias del

Ecuador, sin embargo, varias limitantes ligadas a los procesos de comercialización del frejol han impedido que este pueda ser explotado en su totalidad.

El frejol ecuatoriano tiene una demanda moderada en mercados internacionales, esto debido a su excelente calidad y buena reputación, sin embargo, las exportaciones del frejol ecuatoriano no representan un valor significativo. De acuerdo con Yépez (2011) , esto es se debe a que la mayoría de la producción nacional va directamente al consumo al consumo nacional, y el restante es adquirido por intermediarios que se encargan de exportar a países vecinos.

El frejol dentro del Ecuador alcanza tanta importancia que está considerado dentro de la canasta básica familiar del Ecuador, esto se debe a su alto contenido de proteínas y pectinas, el cual tiene propiedades de prevención de enfermedades tanto como digestivas como del corazón.

De acuerdo con Yépez (2011) , los productores de frejol locales se inclinan más a vender sus productos a intermediarios locales, los cuales se encargan de distribuirlo a nivel nacional y al exterior. Esto es debido mayormente a que falta una organización prudente para que se permita la comercialización del producto según los volúmenes producidos en mercados más seguros, con un valor justo para el productor.

Desde el punto de vista macroeconómico, el Ecuador ha adoptado nuevas políticas del estado, las cuales han favorecido mucho al sector agrícola, dándole así más beneficios y facilidades a los productores locales de frejol, brindándoles nuevas alternativas de financiamiento directo, lo cual permite que el sector pueda ser más competitivo.

Según Armijos (2015), Ecuador exporta su frejol a Perú, Colombia y Estados unidos, sin embargo, los volúmenes de exportación no son significativos debido a falta de motivación por parte de los productores locales como para los intermediarios que se encargan de exportar los productos.

En la historia del Ecuador existe una historial de falta de inversión e incentivos para la exportación de productos no tradicionales, dándole más importancia a

los productos tradicionales, tales como el petróleo, camarón, banano, entre otros.

Teniendo en cuenta lo expuesto anteriormente, se considera que la situación actual para la producción de frejol está en su auge de potencial, sin embargo, existe muchas limitantes para los procesos de comercialización, por lo cual se hace necesaria el desarrollo de una estrategia para poder exportar frejol a diferentes mercados.

1.4 Fundamentación legal

El proyecto es legalmente viable debido a que existen ordenamientos jurídicos que respalda el comercio entre naciones.

La constitución de la república del Ecuador (2008), señala que el trabajo es un derecho básico y un deber social. Al fomentar el cultivo de frejol se fomenta de igual manera la generación de más puestos de trabajo para los agricultores locales. Esto es sustentado por el artículo 284 de la constitución del Ecuador, el cual señala incentivar la producción nacional.

Indica la constitución de la república del Ecuador (2008), que el país promoverá las exportaciones que sean responsables ambientalmente, las cuales deben generar más empleos y deben contar con un valor agregado. Por ende, este respalda la propuesta ya que al exportar frejol ecuatoriano a nuevos mercados se crean oportunidades de incrementar la producción local y de igual manera generar nuevos puestos de trabajo.

El código orgánico de la producción es el ente que se encarga de regir la política comercial sobre el comercio exterior, este se encarga de regular el ingreso y salida de productos en el Ecuador, de igual manera, este ente permite que existan intercambios entre personas naturales y jurídicas, siempre que estas cumplan las normas del código tributario.

De acuerdo con el COPCI (2012), transformar la matriz productiva del Ecuador es necesario, para que esta pueda tener un mayor valor agregado, basados en la innovación y potenciador de servicios. La estrategia en mención se relaciona con este punto, al diversificar y fomentar las exportaciones del frejol a nuevos mercados, lo cual ayuda con el desarrollo productivo del Ecuador y sus zonas de menor desarrollo económico.

1.5 Categorías del frejol ecuatoriano

Según Basantes (2015) , dentro del Ecuador se cultivan aproximadamente 50 diferentes especies de frejol, de las cuales sobresalen el frejol canario, blanco panamito, TOA, calima negro, calima rojo y el cargabello.

1.5.1 Frejol Cargabello

El frejol cargabello es una variante de frejol que produce que el grano tenga un color rojo con partes color crema, es de un tamaño grande en comparación a otros frejoles, este es producido mayormente en las provincias de Pichincha, Imbabura y Carchi.

Figura 1. Frejol Cargabello



Elaboración propia.

1.5.2 Frejol Calima Rojo

El frejol calima es un grano que tiene un color rojo moteado de tamaño mediano en comparación a otros frejoles, este frejol se cultiva en climas

tropicales y de igual manera que frejol cargabello, se cultiva en las provincias de Carchi, Pichincha e Imbabura.

Figura 2. Calima rojo



Elaboración propia.

1.5.3 Frejol TOA

El frejol TOA es considerado una especie mejorada, esta cuenta con un color rojo moteado, se cultiva principalmente en la provincia del pichincha y esta tiene un alto nivel de demanda en Colombia.

Figura 3. Frejol TOA



Elaboración propia.

1.5.4 Frejol Calima Negro

Dentro del Ecuador se cultivan varios tipos de frejol negro, de los cuales resaltan el frejol calima negro y el frejol caraota. Este tipo de frejol es el más popular a nivel internacional, teniendo una alta demanda en países como México, Cuba, Venezuela, Colombia y Brasil. Dentro del país se consume mucho de este frejol, sin embargo, este tipo de frejol se cultiva principalmente para exportarlo debido a su alta demanda internacional. Este tipo de frejol también es utilizado para la preparación de diversos platillos veganos, ya que este es un componente principal para su elaboración.

Figura 4. Frejol Calima negro

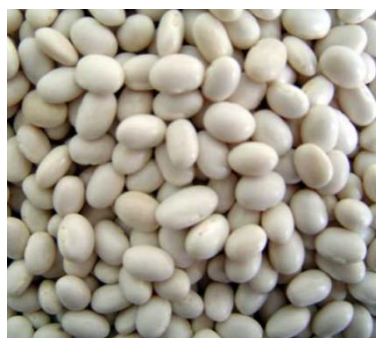


Elaboración propia.

1.5.5 Frejol Blanco Panamito

El frejol blanco panamito se caracteriza por tener un color blanco, tiene una forma semiaplastada. Se cultiva principalmente en las provincias de Chimborazo, Loja y Azuay.

Figura 5. Frejol blanco panamito



Elaboración propia.

1.5.6 Frejol Canario

El frejol canario consta de un color amarillo, su tamaño varía en grande y mediano, se cultiva aproximadamente entre 180 y 210 días.

Figura 6. Frejol canario



Elaboración propia.

1.6 Valor nutricional del frejol

El frejol cuenta con un alto contenido de fibra y proteínas, adicionalmente cuentan con un excelente aporte en minerales.

Tabla 1. Vitamina que posee el frejol

<u>Vitaminas</u>
Fibra
Carbohidratos
Complejo b
Zinc
<u>Herró</u>

Fuente: MedlinePlus

Elaboración propia.

Según Serrano (2004) , el frejol negro es el más alto en proteínas, de igual manera el frejol rojo y el pinto cuentan con una cantidad casi similar de proteínas.

El frejol también es base fundamental para la producción de comidas veganas. Indica Cárdenas (2022), que mayormente se utilizan tres tipos de frejoles para elaborar los alimentos, los cuales son el frejol negro, el garbanzo y el frejol pinto.

De acuerdo con Echeverría (2020), los alimentos a base de frejol son un alimento vegano ideal, ya que el frejol es un sustituto ideal para la carne, adicionalmente, el frejol tiene la ventaja de encontrarse entre los alimentos con más proteínas y abundantes disponibles.

1.7 Principales exportaciones del Ecuador

La exportación de materias primas y productos industrializados promueve desarrollo económico y de igual manera promueve su desarrollo.

De acuerdo con el Banco Central (2021), las principales exportaciones del Ecuador son el petróleo, camarón, banano, enlatados de pescado, flores, cacao, pescado, aceites vegetales y productos mineros.

Tabla 2. Principales productos de exportación del Ecuador

Producto	Exportaciones (Millones USD)
Petróleo	7.278,20
Camarón	5.323,30
Banano	3.381,40
Derivados de Petróleo	1.329,10
Enlatados de pescado	1.262,50
Flores naturales	927,30
Concentrado de Plomo	920,60
Cacao	817,50
Oro	572,60
Pescado	292,90

Fuente: Banco Central del Ecuador 2021

Elaboración propia

De acuerdo con El Comercio (2021), en el 2020 hubo un índice histórico de exportación de productos no tradicionales, pese a la pandemia global Covid 19, dándole así más importancia a productos agrícolas. De igual manera, esto se mantuvo durante el periodo 2021.

Según el Banco Central (2022), Ecuador exportó 26.699 millones de dólares en el periodo 2021, los productos de exportación se concentran principalmente en productos primarios, con excepción de los derivados del petróleo que se exportan por no exportar susceptibles de mayor refinación o procesamiento.

1.8 Exportación de frejol ecuatoriano

El frejol ecuatoriano cuenta con una pequeña demanda de exportación en varios países, sin embargo, las cantidades exportadas no han sido significativas.

Tabla 3. Exportaciones de frejol ecuatoriano por peso neto (Periodo 2019-2021)

2019		2020		2021	
País Destino	Peso Neto	País Destino	Peso Neto	País Destino	Peso Neto
Estados Unidos	0.2	Estados Unidos	0.2	Rep. Dominicana	22.7
Estados Unidos	0.0	Estados Unidos	2.0	Varios Destinos	0.2
Estados Unidos	0.0	Estados Unidos	0.2	Italia	0.0
Colombia	1,819.1	Colombia	2,935.3	Estados Unidos	0.2
Bahamas	0.0	Bahamas	14.3	Colombia	693.0
Italia	0.0	Italia	20.0	Bahamas	6.0
Trinidad y Tobago	0.0	Trinidad y Tobago	26.7	Varios Destinos	1.9
Estados Unidos	1.2	Estados Unidos	5.7	Estados Unidos	0.0
Estados Unidos	0.9	Estados Unidos	6.3	Estados Unidos	2.1
Perú	89.5	Perú	14.7	Jamaica	22.7
Estados Unidos	40.0	Estados Unidos	0.0	Perú	205.5
Alemania	0.0	Alemania	0.0	Estados Unidos	0.0
Estados Unidos	1.5	Estados Unidos	3.9	Varios Destinos	2.9
Peso total exportado	1,952.4	Peso total exportado	3,029.3	Peso total exportado	957.3

Fuente: Banco Central del Ecuador 2021

Elaboración propia

De acuerdo con Plus Valores (2020) , los productos agrícolas han sido protagonistas de las principales exportaciones del Ecuador en los últimos periodos y de igual manera sosteniendo la economía del Ecuador.

A raíz de la pandemia global en el periodo 2020, se comenzó una tendencia de exportaciones de productos no tradicionales al petróleo, sin embargo, el frejol ecuatoriano no ha encontrado su lugar dentro de esta tendencia, teniendo solo un leve incremento en el año 2020 y un gran declive para finales del periodo 2021.

1.9 Pasos para exportar frejol

Para que un producto dentro del Ecuador pueda ser exportado debe pasar por una serie de procedimientos, los cuales son:

Aduana: Una oficina de aduanas es una oficina pública y/o fiscal, a menudo establecida por orden de un gobierno estatal o político en una costa o frontera, para registrar, controlar y regular el movimiento internacional de mercancías y productos dentro y fuera de un país.

Exportación a consumo: El código orgánico de producción, establece que el régimen aduanero que las mercancías de producción nacional o nacionalizada salgan del territorio aduanero para su uso o consumo final en el exterior.

Declaración de exportación: Toda exportación que se realiza del Ecuador debe presentar y completar una declaración aduanera única de exportación de acuerdo con las instrucciones del Manual de Despacho de Exportación del distrito aduanero donde se presenten y procesen las exportaciones.

Documentación: el código orgánico de la producción exige que las exportaciones sean acompañadas de la siguiente documentación:

- Registro único de contribuyente (RUC) del exportador
- Factura original
- Autorización previa
- Guía de remisión (Documento de transporte)
- Certificado de origen
- Registro como exportador

1.10 Certificaciones para exportar frejol

Para poder exportar cualquier producto del Ecuador, se necesita contar con diversos certificados, los cuales certifican que un producto es apto para su exportación.

A continuación, se detalle el listado de certificados que se necesita para exportar frejol.

1.10.1 Certificado de origen

De acuerdo con Weisson (2016), un certificado de origen es un documento legal, el cual certifica que un bien de exportación es originario de una región en particular, por lo tanto, este será sujeto a preferencias arancelarias, cuotas y estadísticas comerciales. La importancia de este documento es que este apoya al comercio exterior y permite que los derivados puedan acceder a beneficios tales como acuerdos comerciales entre naciones que les permitan exonerar tributos.

Para poder obtener un certificado de origen dentro del Ecuador se tiene que seguir los siguientes requisitos;

- Registrar los datos generales del exportar y el producto en la página web del MIPRO (www.micro.gob.ec)
- Presentar la factura comercial del producto
- Adjuntar el certificado de origen llenado y firmado debidamente por la autoridad gubernamental y por el exportador

1.10.2 Certificado de calidad

De acuerdo con Guano (2021), es un certificado que se expide para poder indicar que los productos que se exportan son de buena calidad. Dentro del Ecuador, la INEN es entidad que se encarga de regular y conceder estos certificados.

1.10.3 Certificación orgánica nacional

Dentro del Ecuador, la organización que se encarga de emitir esta certificación se llama BCS OKO GARANTIE Cía. Ltda. Esta se encarga de la emisión orgánica de los productos del Ecuador. La matriz se encuentra ubicada en Alemania, sin embargo, esta cuenta con 20 oficinas en otras partes del mundo.

1.10.4 Certificados orgánicos

Esta certificación es la que garantiza que el cultivo se cultivó de acuerdo con las reglas de la producción orgánica. Cuando los consumidores ven el sello de un organismo de certificación, lo reconocen y les da confianza de que es un producto orgánico. La autenticación es beneficiosa para los consumidores. Pero también es útil para los productores porque les ayuda a vender mejor sus productos al mostrar que estos son diferenciados.

1.10.5 Permisos fitosanitarios

Este tipo de permisos solo son requeridos para productos vegetales y leguminosos. El ministerio de agricultura y ganadería es la que se encarga de otorgar estos permisos dentro del Ecuador.

1.11 Sectores con mayores incentivos de exportación del Ecuador

De acuerdo con el Comercio (2021), las exportaciones del Ecuador han estado en un auge desde el año 2021, teniendo un alto índice de exportaciones de productos no tradicionales. Los productos no petroleros tuvieron un 60% de participación total de las exportaciones del país en el periodo 2021, lo cual refleja un aumento del 12% en comparación al periodo anterior.

Los sectores que tuvieron un incremento considerable en este mismo periodo fueron el sector aceites y vegetales, los cuales tuvieron un incremento del 27% en comparación al periodo anterior, las frutas que tuvieron un crecimiento del 10% en comparación al periodo anterior y las flores, las cuales tuvieron un incremento del 12% en comparación al periodo anterior.

De acuerdo con Segovia (2020), de 1990 a 1995, la liberalización del comercio y La política anterior es principalmente en exportaciones no tradicionales ha

tenido un aumento sin precedentes para este segmento. Como resultado, el valor total de exportación aumenta un 6,1% anual en promedio por el impacto de la dinámica exportadora no tradicional, A diferencia de las exportaciones tradicionales.

Tabla 4. Evolución de exportaciones del Ecuador (En tasas de variación anual)

	Export. Totales	Export petroleras	Export no petroleras	Export tradicional	Export no tradicional
1990-1995	10	1.5	16.9	12.2	36.2
1995-2000	2.3	9.6	-2.7	-8.2	6.8
2000-2005	15.5	19.4	11.2	8.21	14.2
2005-2010	11.6	10.5	13.1	14	12.3
2010-2015	0.9	-7.2	8.3	11.2	5.5
2015-2019	5.1	6.8	4	7.2	-0.3
1990-2000	6.1	5.5	6.7	1.5	20.6
2000-2019	8.3	7	9.4	10.3	8.2

Fuente: Banco Central del Ecuador 2021

Elaboración propia

Vale la pena recordar la coincidencia de varios factores que influyeron en el mundo a finales de los 90. Dinámica del sector manufacturero y exportador, incluyendo menores precios del petróleo (USD 9,1 por barril en 1998), daños a plantaciones e infraestructura vial, El fenómeno de El Niño y el impacto de la crisis asiática.

Estos eventos lo habrían acelerado. Movimientos del tipo de cambio nominal terminaron en devaluación acumulada, en el período de 1995 al 2000 la devaluación acumulada fue del 875% y como es bien conocido, la dolarización

formal de la economía ecuatoriana fue decidida a nivel oficial. A pesar de esta devaluación, las exportaciones no petroleras no se contrajeron. Las compañías petroleras se contrajeron en un promedio de 7,7% anual entre 1995 y 2000.

De acuerdo con Concha (2002), Para emprender el camino del desarrollo, un país necesita ampliar su base manufacturera, y por lo tanto la base manufacturera. Además de que contribuye a reducir la dependencia del producto, su oferta exportable Productos de repuesto como aceites cuyos niveles necesitan ser monitoreados Diversificación o concentración de la canasta exportadora

Tabla 5. Exportaciones petroleras y no petroleras: concentración y diversificación (en USD millones)

	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2019	Var.anual promedio 1990-2019
Exportaciones petroleras	1.418	1.53	2.418	5.87	9.672	6.659	8.68	6.40%
Exportaciones no petroleras	1.306	2.851	2.489	4.23	7.817	11.671	13.649	8.40%

Fuente: Banco Central del Ecuador 2021

Elaboración propia

Se señala un camino hacia una mayor diversificación, aunque lentamente. El grado de concentración o diversificación se muestra mayormente para exportaciones no petroleras en la siguiente situación; en 1990, 10 productos no petroleros representaron un total de 83,4%, en 2019 esta concentración disminuyó mientras a 63,4 %, lo cual representa un mejor resultado, lo cual refleja en 20 puntos porcentuales de mayor diversificación entre el grupo de empresas no petroleras. .

De acuerdo con Jaramillo (2010) , Mediante A medida que pasa el tiempo, los productos ecuatorianos se dirigen a cada vez más países, por ende, se disminuye el riesgo por mala dispersión en destino.

Tabla 6. Exportaciones no petroleras y principales países destino (en millones USD)

País destino	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2019
EE. UU.	585	1033	698	1239	1644	3039	2680
China	1	17	58	7	98	564	2635
Rusia	0	84	122	309	597	716	879
Colombia	269	253	272	510	791	778	848
España	41	150	67	218	354	483	639

Fuente: Banco Central del Ecuador 2021

Elaboración propia

Aunque es de momento, cabe destacar el dinámico desarrollo de algunos destinos como China, el cual es el segundo destino más importante para los suministros de exportación nacionales (solo \$ 45 millones en comparación con los EE. UU.). Uno de los países con mayor aumento promedio de la demanda de Ecuador 32,9% anual de 1990 a 2019. También lo son los mercados ruso y vietnamita. Éste último Las exportaciones apenas comenzaron en 2010. Rusia será el tercer socio en 2019 Cuarto petrolero de Ecuador y Colombia

Teniendo en consideración lo expuesto anteriormente, se llega a la conclusión de que los productos no tradicionales han tenido una gran acogida en el sector de exportaciones del Ecuador, dándole así un gran potencial a diversos productos cuyo potencial no ha sido explotado, entre ellos, el frejol ecuatoriano.

1.12 Situación actual del frejol ecuatoriano

Según Lideres EC (2018) , la producción de frijol se ha mantenido estable desde 2014 hasta el año 2017, con un ligero aumento.

Imbabura y Carchi son provincias con producción predominante de frijol. Sin embargo, también existencias producciones considerables en Bolívar, Azuay, Chimborazo, Loja, Morona Santiago, Pichincha, Tungurahua, Guayas, Cotopaxi, Los Ríos, Manabí, Cañar, Morona Y Napo.

Según BanEcuador (2018), para el periodo julio-septiembre 2019, las cifras son: Los préstamos otorgados a los productores para el cultivo y producción de frijol se han incrementado en un 150%. Pago de USD 29.004,40, un incremento del 948,5% Fue entregado en 2018 por \$2.766,3.

Como resultado, los frijoles cosechados fueron vendidos con un precio de venta promedio de \$46 por quintal, crecimiento de 9.52% El año pasado el precio era de \$42. En este caso, se utilizó el único canal de comercialización de. La venta fue la de un intermediario. Los principales problemas que enfrentan los agricultores dedicados a este cultivo durante este período fueron: Precio de venta bajo, Clima adverso y falta de canales de comunicación.

De acuerdo con el Banco central (2019), la perspectiva para la próxima temporada de siembra es que el área sembrada será mayor, Incrementará la producción en un 8%.

Sin embargo, los resultados no fueron los esperados, tanto así que el banco central del Ecuador dejó de tomar en cuenta al frejol dentro de sus reportes anuales del sector agropecuario del Ecuador.

1.13 Barreras arancelarias del frejol

De acuerdo con Bancomext (2003) , el arancel es un impuesto al comercio exterior para aumentar el precio de los bienes en el mercado del país de destino.

El frejol ecuatoriano es un producto que consta de este tributo para su introducción a otros países.

La tasa de derecho aplicable es lo que el producto realmente se debe pagar cuando se importa al país y la tasa ad-Valorem, es un promedio calculado en base a tasas específicas, mixtas, antidumping y de cuota.

A continuación, en la siguiente tabla se muestra los aranceles de importación promedio que los principales países que importan frejol, los cuales también aplican a los productos importados de Ecuador.

Tabla 7. Aranceles de importación de frejol según país

País	Arancel	Ad Valorem
Italia	0.00%	0.00%
México	93.83%	125.10%
Reino unido	0.00%	0.00%
Venezuela	0.00%	0.00%
España	0.00%	0.00%
Brasil	0.00%	0.00%
Sudáfrica	10.00%	10.00%
Cuba	0.00%	0.00%
Francia	0.00%	0.00%
Argelia	5.00%	5.00%
India	10.00%	10.00%
Turquía	9.65%	19.30%
Holanda	0.00%	0.00%
EE. UU.	0.00%	0.00%
Portugal	0.00%	0.00%
Pakistán	0.00%	0.00%
Bélgica	0.00%	0.00%
Colombia	0.00%	0.00%
Grecia	0.00%	0.00%
República dominicana	25.00%	25.00%
Perú	0.00%	0.00%

Fuente: Market Access Map

Elaboración propia

Teniendo en consideración lo expuesto anteriormente, se puede observar que existe casi una nula carga arancelaria en la mayoría de los países del mundo, lo cual hace que el acceso del frejol ecuatoriano no tenga mucha dificultad.

1.14 Acuerdos comerciales para frejol con diferentes países

Ecuador comparte acuerdos comerciales con diferentes países, lo cual agiliza la comercialización de productos entre países.

El frejol ecuatoriano no se queda atrás de estos acuerdos, pues Ecuador tiene diversos acuerdos con diversos países que benefician la comercialización del frejol en todos los países donde rige el acuerdo.

A continuación, se detalla un breve listado de acuerdos que son aplicables al frejol ecuatoriano (Partida arancelaria 0713.33):

Tabla 8. Acuerdos comerciales para la partida 0713.33

País	Acuerdo
Italia	MFN duties
México	MFN duties
Reino unido	MFN duties
Venezuela	Preferential tariff for CAN countries
España	MFN duties
Brasil	Preferential tariff (AAPP.CE59)
Sudáfrica	MFN duties
Cuba	Preferential tariff (AAPP.AG2)
Francia	MFN duties
Argelia	General tariff
India	MFN duties
Turquía	MFN duties
Holanda	MFN duties
EE. UU.	Andean trade preference
Portugal	MFN duties
Pakistán	MFN duties
Bélgica	MFN duties
Colombia	Preferential tariff for CAN countries
Grecia	MFN duties
República dominicana	MFN duties
Perú	Preferential tariff for CAN countries

Fuente: Market Access Map

Elaboración propia

1.15 Idea a defender

El frejol ecuatoriano se ha comercializado mayormente dentro del territorio nacional, manteniendo volúmenes de venta muy limitados hacia el exterior.

Ecuador ha exportado su frejol a un número limitado de países tales como Perú, Colombia y Estados Unidos.

Se sostiene la idea de que el segmento de frejol ecuatoriano para exportación ha tenido una falta de incentivos, por consecuencia, este no se ha podido explotar en su totalidad, ni ha podido ser parte de la reciente acogida de exportación de productos no tradicionales del Ecuador.

Se considera que esta falta de incentivos se ha debido a que no ha habido intervención por parte del gobierno ecuatoriano y debido a se está dando protagonismo a diferentes diversos productos.

**METODOLOGÍA DEL PROCESO DE INVESTIGACION
CAPÍTULO II**

CAPÍTULO II Metodología

2.1 Método de investigación

Esta investigación utilizó el método analítico sintético, el cual según Sosa (2013), consiste en la descomposición de algo para poder observar y analizar sus causas, efectos y naturaleza, para posteriormente relacionar dichos elementos mediante la elaboración de una síntesis.

2.2 Enfoque de investigación

La presente investigación implementa un enfoque cualitativo.

Según Salgado (2007), este método comienza con el concepto básico de que el mundo social está compuesto de signos y significados, por lo cual, se resalta la intersubjetividad como parte fundamental de este tipo de investigaciones ya que es el punto de partida para comprender los significados sociales.

Por lo tanto, esta investigación implementó el método cualitativo debido a que se pretende obtener información social mediante los instrumentos implementados. Se realizó una entrevista a comerciantes de frejol tocando temas como los productos competencia, barreras comerciales y tendencias del sector agro cultural. De igual manera, se realizó un grupo focal a agrónomos donde se tocaron temas tales como la producción, precio y calidad del frejol ecuatoriano.

2.3 Tipo de investigación

La investigación es descriptiva.

Según Sabino (1992), La tipificación descriptiva funciona objetivamente y su característica esencial es la presentación de interpretaciones correctas. En la investigación descriptiva, el principal interés es descubrir algunas características fundamentales de un conjunto homogéneo de fenómenos.

La investigación es descriptiva debido a que se identifican los puntos clave que han afectado directamente en la falta de incentivos del frejol ecuatoriano.

2.4 Técnicas e instrumentos de investigación

La presente investigación implemento los siguientes instrumentos de recopilación de información:

- Entrevista
- Grupo focal

Utilizando la entrevista realizada a comerciantes de frejol se pudo obtener información relevante sobre productos competencia del frejol ecuatoriano, tendencias del mercado y barreras comerciales.

La entrevista consta de 10 preguntas (Anexo 1), las cuales fueron adaptadas del Diario Exportador, en su artículo "Preguntas para adaptar tu producto". El cuestionario original consta de 20 preguntas, las cuales 10 fueron escogidas y modificadas de acuerdo con las dimensiones exploradas.

Mediante la implementación del grupo focal destinado a ingenieros agrónomos se obtuvo información relevante sobre el precio, calidad y producción del frejol ecuatoriano.

El grupo focal consistió en 10 preguntas (Anexo 2), las preguntas fueron adaptadas del trabajo “preguntas para analizar el potencial entorno del negocio”. El cuestionario original consta de 40 preguntas, las cuales 10 fueron elegidas y modificadas de acuerdo con las dimensiones exploradas.

2.5 Población y muestra

La presente investigación implemento el método no probabilístico por conveniencia para el desarrollo de esta investigación, esto debido a que se están implementado instrumentos de recopilación de información cualitativos, lo cual hace imposible poder calcular una muestra de manera estadística en una población determinada.

Para la entrevista se hizo contacto con diversas empresas dedicadas a la comercialización de frejol y otros productos derivados, de igual manera, se contactó a diversos comerciantes independientes de frejol.

Al final solo se obtuvieron una respuesta positiva 2 personas para poder realizar la entrevista.

A continuación, se detalla la lista de las personas con las que se tomó contacto:

Tabla 9. Muestra seleccionada

Nombre	Empresa	Cargo	Estado
Jessica Gonzalez	EL sabor	Gerente de ventas	ACEPTADO
Carmen Sanchez	Independiente	Vendedor	ACEPTADO
Josué Herrera	EL sabor	Asistente compras	Rechazado
Pedro Serrano	Independiente	Vendedor	Sin respuesta
Marco Vélez	Independiente	Vendedor	Sin respuesta

Elaboración propia

Para el desarrollo del grupo focal se contactó a diversos ingenieros agrónomos con un perfil que los relacione con la producción de frejol.

Se intentó hacer contacto con diferentes personas, de las cuales se tuvo respuesta positiva de 4 personas.

A continuación, se detalla la lista de las personas con las que se tomó contacto:

Tabla 10. Muestra seleccionada para grupo focal

Nombre	Ocupación	Estado
Alejandro Delgado	Ingeniero agrónomo	ACEPTADO
Richard Mariño	Ingeniero agrónomo	ACEPTADO
Henry Arias	Ingeniero agrónomo	ACEPTADO
Iván Pallo	Ingeniero agrónomo	ACEPTADO
David Flores	Ingeniero agrónomo	Sin respuesta
Andrea Luna	Ingeniero agrónomo	Sin respuesta
Ángel soto	productor de frejol	Sin respuesta

*Elaboración
propia*

2.6 Periodo y lugar donde se desarrolla la investigación

La presente investigación tuvo lugar en la ciudad de Guayaquil entre los meses de junio a septiembre del año 2022.

2.7 Operacionalización de las variables

Tabla 11. Operacionalización de las variables

Variable	Conceptualización	Tipo	Indicadores	Método
			Barreras comerciales	
Incentivos de exportación del frejol	Motivación u beneficio para exportar un producto no tradicional	Independiente	Tendencia del sector Productos competencia	Entrevista
			Precio del bien	
Mercado internacional	Espacio comercial donde se realizan operaciones comerciales entre naciones	Dependiente	Calidad del bien Producción del bien	Grupo focal

Elaboración propia

2.8 Procedimiento

La investigación se divide en cuatro capítulos principales y finaliza con las conclusiones y recomendaciones. Pero antes de comenzar con la redacción de los capítulos, se procedió a:

Dependiendo de la modalidad elegida y el tipo de investigación (en este caso un proyecto de investigación), elegir los temas a realizar. Luego de seleccionar un tema, se realiza un anteproyecto que contiene un objetivo general y tres objetivos específicos, de igual manera cuenta con una introducción, identificación del problema, justificación, la metodología y un alcance de investigación.

Una vez que el anteproyecto es aceptado por el tribunal comisionado, se pone en acción un marco teórico que es el resultado de la revisión bibliográfica por parte de los autores tanto de fuentes primarias como secundarias. Esta información es detallada en el primer capítulo de este estudio.

Luego escribe un segundo capítulo relacionado con la metodología utilizada, el diagnóstico del problema en estudio, y los métodos y herramientas de investigación utilizados. El capítulo 3 se ocupa del análisis de los resultados obtenidos mediante los instrumentos de recopilación implementados. Finalmente, el Capítulo 4 se relacionó con las sugerencias realizadas al problema definido. El trabajo también contiene conclusiones y recomendaciones selectivas sobre el tema.

2.9 Procesamiento

El marco teórico se estructura considerando varios aspectos considerables del frejol, tales como su historia dentro del Ecuador, producción, comercialización, valor nutricional, variedad, situación actual dentro del mercado internacional, entre otros. La información proviene de bases de

datos confiables como Google académico, revistas académicas, entrevistas y bases de datos del banco central.

Habiendo realizado un relevamiento de campo para conocer los antecedentes y situación actual del frejol en Ecuador y diagnosticar la su situación en la comercialización nacional e internacional. Se define como un método de investigación cualitativo para extraer información dirigida utilizando instrumentos tales como entrevista y grupo focal.

Por medio de la entrevista realizada a comerciantes de frejol, se pudo determinar diversas barreras y dificultados que ha tenido el frejol para sus procesos de comercialización.

Mediante el grupo focal, el cual fue dirigido a ingenieros agrónomos, se obtuvo información relevante sobre el producto en sí y su percepción en el mercado.

Utilizando la información previamente recopilada se procede a analizar los resultados para poder realizar las conclusiones y recomendaciones.

**ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS DE LA
INVESTIGACION**

CAPÍTULO III

CAPÍTULO III Análisis e interpretación de los resultados

3.1 Resultados de la entrevista

Se muestran los resultados obtenidos en la entrevista realizada a los comerciantes de frejol en Ecuador.

Tabla 12. Resultados de la entrevista

1) ¿cuáles considera que son las barreras comerciales más grandes que tiene el Ecuador para poder exportar frejol a otros países?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Según tengo entendido, no existen muchas barreras arancelarias ni dificultades para exportar, el problema radicaría en que no hay incentivo para exportar frejol.

El frejol se comercializa más nacionalmente, me imagino no habrá mucha demanda en el exterior.

2) ¿Qué mercado considera podría ser el más apropiado para realizar una exportación?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Estados unidos siempre ha sido un mercado seguro para las exportaciones ecuatorianas, considera que igual habría buenas oportunidades en Europa.

Considero que China sería un mercado ideal, ya que ya existen relaciones comerciales previas.

3) ¿cuál considera que ha sido la mayor barrera comercial que ha afectado la exportación del frejol ecuatoriano?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Falta de financiamiento por parte del gobierno ecuatoriano.

Dificultades comerciales con el gobierno, falta de apoyo por parte del gobierno para ser más claro.

4) ¿Cómo percibe la evolución reciente de las exportaciones del frejol en número de compradores, volumen de ventas en unidades físicas y monetarias?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Por lo que tengo entendido, los niveles de venta se han mantenido estables pero bajos.

No tengo mucho conocimiento al respecto, pero considero que exportaciones son bajas.

5) ¿En qué fase del ciclo de vida considera que se encuentra el frejol ecuatoriano dentro del mercado internacional?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Se encuentra en la etapa de crecimiento, ya que de poco a poco el producto se está dando a conocer en el extranjero.

En introducción, el frejol ecuatoriano es un producto casi que nuevo en otros países.

6) ¿Considera que Existe alguna posibilidad de ampliar el mercado actual del frejol ecuatoriano? ¿Por qué?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Sí, el frejol es un producto bastante consumido en Ecuador, con mejores gestiones de comercialización se puede lograr aumentar las ventas nacionales y de igual manera cuenta con una mano de obra capacitada y herramientas para el correcto cultivo de frejol.

Si, el frejol de por si se vende bien en general dentro del Ecuador. Sin embargo, no existen incentivos para poder aumentar las ventas en el exterior.

7) ¿Cuáles considera que son los principales productos competidores del frejol ecuatoriano en los mercados internacionales?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Lentejas, habas, garbanzo, entre otras leguminosas.

Otros frejoles que importan de otros países.

8) ¿Cuáles considera son los productos sustitutos del frejol ecuatoriano en el mercado internacional y qué nivel de amenaza representan?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Los productos sustitutos podrían ser los otros tipos de granos. Representan un nivel de amenaza considerable.

Los otros tipos de granos representan una gran amenaza ya que estos son sustitutos directos del frejol.

9) ¿Cuáles considera que son los puntos fuertes y débiles del frejol ecuatoriano?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Un punto fuerte seria la gran variedad de frejol que se cultiva en el Ecuador, las cuales contienen una gran variedad de nutrientes, una desventaja seria que estas no son reconocidas a nivel internacional. El frejol ecuatoriano tiene muchas proteínas y nutrientes, al igual que los otros frejoles de otros países. Recientemente hay una tendencia de productos naturales en el extranjero.

10) ¿Considera que existe una posibilidad de ampliar el mercado internacional actual? ¿Por qué?

Jessica Gonzalez:

Carmen Sanchez:

Si, existe un gran potencial en diferentes mercados, solo que no se ha explotado el producto en su totalidad, esto debido a incentivos para este sector. Sería algo complicado pero posible. No existe un proceso de comercialización adecuada nacionalmente, peor para exportar.

Elaboración propia

3.2 Interpretación de resultados de la entrevista

De la entrevista realizada resaltan los siguientes puntos:

- El gobierno del Ecuador no ha apoyado al sector para que pueda prosperar en ventas internacionales.
- La mayoría de la producción de frejol es destinada para consumo nacional.
- Una pequeña parte de la producción es destinada al exterior.
- Existen pobres procesos para la comercialización de frejol.
- No existen grandes barreras arancelarias para la exportación.
- No existen incentivos para poder exportar más frejol al extranjero.

3.3 Resultados del grupo focal

Se muestran los resultados obtenidos en el grupo focal realizado a ingenieros agrónomos con conocimiento sobre frejol ecuatoriano.

Tabla 13. Resultados de grupo focal

1) ¿Considera que el precio del frejol ecuatoriano es competitivo en comparación a otros productos sustitutos? Explique porque

La mayoría de los participantes coincidieron con que sí, el precio del frejol ecuatoriano es muy parecido al precio de los otros frejoles ofertados en el mercado internacional.

2) ¿Considera que el precio del producto va de acuerdo con sus características?

Todos los participantes estuvieron de acuerdo con el precio del bien es justo a las características (Nivel nutricional y variedad) del frejol ecuatoriano.

3) ¿Considera que el frejol ecuatoriano cuenta con una ventaja competitiva que justifique su precio de venta?

La mayoría considera que el frejol ecuatoriano sobre sale de los demás frejoles por su alto nivel de proteína y nutrientes. Sin embargo, uno de los participantes considera que el frejol ecuatoriano tiene las mismas características que otros frejoles cultivados en otros países.

4) ¿Existe una guerra de precios entre competidores? Comente un poco al respecto

Varios integrantes consideran que no existe una guerra de precios entre competidores, esto debido a varios motivos, tales como que entre competidores se manejan un precio similar, y que consideran que no existe

mucho conflicto entre competidores. Varios integrantes decidieron no responder al no tener conocimiento.

5) ¿Cuáles considera que son las características que diferencian el frejol ecuatoriano ante otros?

La mayoría de los integrantes considera que su sabor y valor nutricional es lo que le da una ventaja competitiva ante otros frejoles, de igual manera resaltan su popularidad para elaborar menestra.

6) ¿Considera que existe otro producto que tenga las mismas o mejores características que el frejol ecuatoriano?

La mayoría considera que la mayoría de las leguminas cuentan con características similares, de igual manera, otros frejoles de diferentes países también.

7) ¿Cómo percibe el nivel de satisfacción de los consumidores del frejol ecuatoriano?

Todos consideraron que el frejol ecuatoriano es un producto estrella dentro del Ecuador, esto debido a que este producto es base para la elaboración de diversos platillos típicos. De igual manera, señalan su desconocimiento de la satisfacción del frejol en otros países.

8) ¿Cuántos tipos de frejol se cultivan en Ecuador?

Se obtuvo diferentes respuestas por parte de los participantes, de las cuales se concluye que se cultiva una gran variedad de frejol dentro del Ecuador, sobre saliendo el frejol canario y el frejol negro.

9) ¿Considera que la producción actual es la adecuada para la demanda nacional?

La mayoría considera que si, la producción actual es más que suficiente para la demanda nacional.

10) ¿considera que existe suficiente producción de frejol ecuatoriano para abastecer al mercado internacional?

Todos los integrantes estuvieron de acuerdo con que no, la producción actual apenas alcanza para la abastecer al país y una pequeña parte se envía al extranjero. De igual manera, señalan que no existe una demanda considerable para poder producir más frejol para poder exportarlo.

Elaboración propia

3.4 Interpretación de resultados del grupo focal

Del grupo focal realizado se destacan los siguientes puntos:

- El frejol ecuatoriano es un producto estrella dentro del Ecuador debido a su sabor y alto nivel nutricional.
- La producción actual no es suficiente para una gran exportación.
- La mayoría de las leguminas cultivadas en otros países son consideradas productos competencia.
- El frejol ecuatoriano cuenta con un precio competitivo de venta.

3.5 F.O.D.A.

De acuerdo con Ponce (2006), la matriz F.O.D.A son las siglas que representan fortaleza, oportunidad, debilidad y amenazas, el cual consiste en la elaboración de un análisis de la situación interna de una organización, detallando en esta sus puntos fuertes, oportunidades, debilidades y amenazas.

Se procede a elaborar el análisis F.O.D.A del sector del frejol ecuatoriano utilizando la información obtenida en la investigación.

Tabla 14. F.O.D.A.

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">• En Ecuador se cultiva una gran variedad de frejol• El cultivado en Ecuador tiene muchas proteínas y nutrientes• Productores nacionales con mucha experiencia en recolección de frejol• Capacidad para desarrollar procesos básicos de comercialización
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">• Clima adecuado para el cultivo de frejol• Precios competitivos• Reciente interés de productos orgánicos a nivel internacional• Acuerdos comerciales con diversos países
Debilidades	<ul style="list-style-type: none">• Falta de interés de parte comerciantes para explotar este sector• Falta de apoyo financiero por parte del gobierno• Poco conocimiento a nivel internacional• Gobierno apoya más a otros productos del sector agrícola

Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia en constante crecimiento • Inexistencia de incentivos para desarrollar más el sector • Falta de demanda internacional
----------	---

Elaboración propia

3.6 P.E.S.T.E.L.

De acuerdo con Parada (2017), el análisis P.E.S.T.E.L. es una herramienta de análisis de manera estratégica para poder definir el contexto político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal de una empresa.

Se procede a elaborar el análisis P.E.S.T.E.L. del sector del frejol ecuatoriano utilizando la información obtenida en la investigación.

Tabla 15. P.E.S.T.E.L.

P	<ul style="list-style-type: none"> • El gobierno del Ecuador da importancia a los sectores que producen alimentos frescos • El frejol ecuatoriano no consta dentro de estos sectores prioritarios para el Ecuador • Gran falta de apoyo financiero e incentivos para este sector
---	---

	<ul style="list-style-type: none"> • Existencia de acuerdos comerciales con otros países para el ingreso de productos del Ecuador • Ecuador busca fomentar el consumo interno de productos agroindustriales • Ecuador busca abrir nuevos mercados mediante la planificación de negociaciones por mercado y producto
E	<ul style="list-style-type: none"> • El precio del frejol en el extranjero se determina mediante a la oferta y demanda • Los productores locales no pueden imponer los precios en base a sus costos • Falta de financiamiento por parte del gobierno del Ecuador • El frejol no representa un valor significativo para las exportaciones del Ecuador
S	<ul style="list-style-type: none"> • El frejol es un producto estrella dentro del Ecuador • Existen diversos productores a nivel nacional para abastecer la demanda • Existen diversos comerciantes que se encargan de llevar el frejol a todos los diferentes puntos de venta • El frejol ecuatoriano es reconocido por su sabor y valor nutricional • Clientes internacionales no conocen sobre el frejol ecuatoriano
T	<ul style="list-style-type: none"> • Disponibilidad de herramientas y maquinarias necesarias para el cultivo de frejol • Mano de obra capacitada para el cultivo

E	<ul style="list-style-type: none">• Clima ideal para cultivo• No existe contaminación en los procesos de cultivo
L	<ul style="list-style-type: none">• Falta de apoyo financiero por parte del gobierno ecuatoriano• Falta incentivos por partes del gobierno• Acuerdos comerciales entre países• Poca carga arancelaria

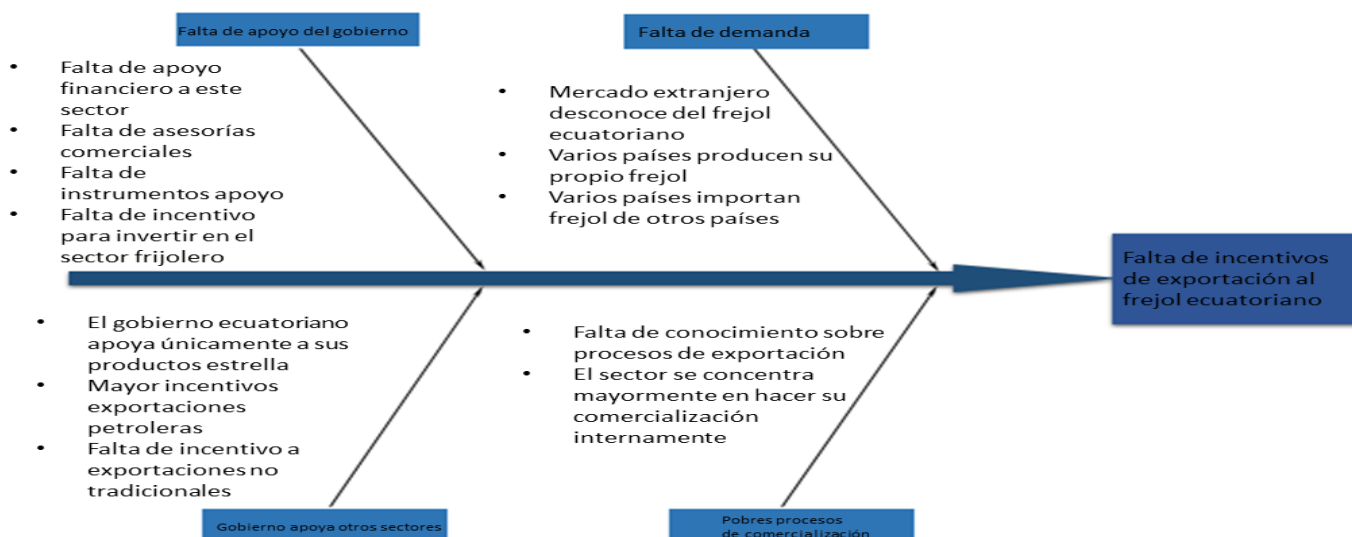
Elaboración propia

3.7 Diagrama Ishikawa

De acuerdo con Martínez (2018) , el diagrama Ishikawa es una herramienta que se implementa de manera gráfica para identificar las causas de alguna situación, para así poder determinar una solución.

Se procede a elaborar el diagrama Ishikawa de la falta de incentivos de exportación del frejol ecuatoriano.

Figura 7. Diagrama Ishikawa del sector ecuatoriano



Elaboración propia

3.8 Diamante de Porter

De acuerdo con BanBajío (2018), el diamante de Porter es un esquema gráfico, el cual se vinculan de manera verdaderamente competitiva indicadores a nivel microeconómico que tienen un impacto decisivo en países, regiones, municipios e incluso empresas.

Este diamante requiere que sus componentes se analicen por separado, sin embargo, debido a que estos están vinculados, la evolución de uno afecta a los otros indicadores microeconómicos que dan y mejor la competitividad.

Se procede a elaborar el diamante de Porter sobre el sector frijolero ecuatoriano.

Figura 8. Diamante de Porter del frejol ecuatoriano



Elaboración propia

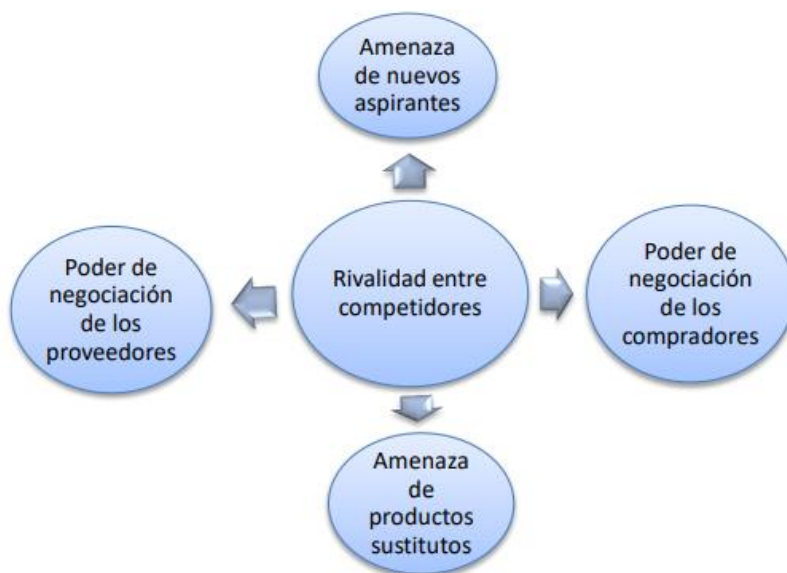
3.9 Fuerzas competitivas que influyen en la competencia

De acuerdo con Porter (1980), esta técnica es implementada para que una empresa pueda analizar y medir sus recursos mediante las 5 fuerzas dadas, mediante a estas fuerzas la empresa podrá planificar y establecer estrategias tomando en cuentas a su competencia y amenazas.

Las 5 fuerzas son:

- Amenaza de nuevos aspirantes
- Poder de negociación de los proveedores
- Poder de negociación de los compradores
- Amenaza de productos sustitutos
- Rivalidad entre competidores

Figura 8. Diagrama de las fuerzas competitivas de Porter



Se procede a elaborar el análisis de las fuerzas competitivas del frejol ecuatoriano:

3.9.1 Amenaza de nuevos aspirantes

Las nuevas empresas o productos competidores pueden o no tener barreras de entrada a los diferentes países dependiendo de la situación y del país destino. A menudo hasta el punto de que surgen obstáculos como la política establecida a nivel internacional. Las barreras a la entrada de frijoles a otros países son pocas, esto hace que la entrada a nuevos participantes sea mayor. Los nuevos participantes son considerados tanto como los frejoles de otro país que quieran exportar hacia nuestro país objetivo como nuevos productores de frejol que puedan surgir en el mismo país destino. Por lo cual se concluye que el nivel de amenaza de nuevos aspirantes es alto.

3.9.2 Poder de negociación de los proveedores

En la mayoría de los casos, el proveedor siempre busca el máximo beneficio comercial cuando es posible, pero hay muchos factores en cuanto a si tendrá un impacto positivo o negativo. En una sucursal de materias primas agrícolas Hay muchos proveedores que producen y suministran en abundancia. Con respecto a maquinaria y contenedores están presentes en diferentes partes del país, varios proveedores entre los que la industria alimentaria puede elegir productos según sean necesarios. Por lo cual se concluye que el nivel de poder de negociacion de proveedores es bajo, ya que existe mucha variedad de proveedores.

3.9.3 Poder de negociación de los compradores

Existe una gran cantidad de competencia en los mercados internacionales, lo cual hace complicado poder establecer precios o características diferentes a la

competencia sin que los compradores tengan más opciones. Por lo cual se concluye que el poder de negociación de los compradores es alto.

3.9.4 Amenaza de productos sustitutos

Cuando un producto sale a la venta, habrá alternativas para que la gente compre y esto hace que el producto primario sea Fácil de reemplazar. Los sustitutos directos del frejol ecuatoriano incluyen: Conservas de legumbres, garbanzos en conserva, guiso de lentejas propiedades similares. Por otro lado, los productos indirectos incluyen maíz dulce enlatado y Maíz. Además, hay que tener en cuenta que la amenaza de los productos sustitutos no está solo contemplado a nivel nacional, sino también al internacional. En el ámbito internacional se contemplan todos los productos sustitutos mencionadas previamente, y la lista se amplía aún más dependiendo del país. Por lo cual se concluye que el nivel de amenaza de productos sustitutos es alto.

3.9.5 Rivalidad entre competidores

Dentro del Ecuador hay pocas empresas que se dedican a exportar frejol ecuatoriano al extranjero. Por lo cual se concluye que el nivel de rivalidad entre competidores es bajo.

Propuesta
CAPÍTULO VI

CAPÍTULO IV: Propuesta

4.1 Descripción de la propuesta

Las presentes propuestas están dirigidas para poder aumentar los incentivos de exportación de frejol ecuatoriano a diferentes países, ya que como la investigación ha reflejado, la comercialización del frejol ecuatoriano se ha realizado mayormente dentro del mercado nacional, esto debido a falta de apoyo por parte del gobierno del Ecuador, el cual ha sido el principal problema de la falta de incentivos.

A través de la entrevista realizada a comerciantes de frejol se pudo conocer varios aspectos importantes sobre las barreras comerciales que existen para la comercialización de frejol, también se obtuvo información relevante sobre las tendencias del sector frijolero y como está afecta las ventas del frejol ecuatoriano, también se conocieron puntos importantes sobre la competencia directa del frejol ecuatoriano en el extranjero.

Por otro lado, a través del grupo focal se pudo conocer aspectos relevantes sobre la producción del frejol, su precio y calidad, esto relacionado a la comercialización de esta.

4.2 Objetivo de la propuesta

Lograr aumentar el incentivo para exportar frejol cultivado en el Ecuador, para que este pueda aumentar sus ventas y de igual manera que represente un rubro relevante para las exportaciones del Ecuador.

4.3 Propuestas

Tabla 16. Propuestas

Propuesta	Objetivo	Involucrado
Reducir exigencias tributarias y facilitar requerimientos para pymes para proyectos con gran potencial	Librar de cargas tributarias a los emprendedores para que estos se motiven a entrar dentro del mundo de la exportación del frejol.	Gobierno del Ecuador
Mayor coordinación entre instituciones públicas para facilitar acceso a instrumentos de apoyo	Poder facilitar instrumentos de apoyo a comerciantes para que estos puedan tener más conocimiento de los procesos de exportaciones y no se les haga complicado el poder seguirlos.	Pro-Ecuador
Desarrollar líneas especiales para financiar proyectos relacionados a la exportación de frejol	Poder brindar una ayuda económica para que los emprendedores tengan como empezar.	Instituciones bancarias Y Gobierno del Ecuador
Capacitaciones y orientaciones en referencia a exportación de frejol ecuatoriano	Enseñar a los exportadores y emprendedores los beneficios, ventajas y oportunidades que existe dentro del sector del frejol ecuatoriano, de igual manera capacitar en los procesos que se deben realizar para poder exportar la misma.	Gobierno del Ecuador

Elaboración propia

4.3.1 propuesta 1: Reducir exigencias tributarias y facilitar requerimientos para pymes para proyectos con gran potencial

Para los emprendedores, una de las barreras más grandes es la carga tributaria que se tiene que pagar para poder empezar con sus actividades comerciales.

Por ende, para incentivar a los Pymes a entrar al mundo de la exportación de frejol ecuatoriano, se propone eliminar dicha carga tributaria, de igual manera se plantea la reducción de la documentación necesaria para poder exportar este bien para que los Pymes lo consideren como una opción factible para invertir.

Para esto se necesita la intervención del gobierno del Ecuador, el cual puede facilitar dicha reducción tributaria para poder incentivar la exportación del frejol ecuatoriano.

4.3.2 propuesta 2: Mayor coordinación entre instituciones públicas para facilitar acceso a instrumentos de apoyo

Uno de los mayores problemas que tienen los comerciantes del frejol al momento de querer exportar frejol es la falta conocimiento y apoyo por parte de instituciones públicas.

Por lo cual se propone que instituciones tales como Pro-Ecuador puedan brindar un programa de ayuda para las exportaciones de frejol, en las cuales se puedan brindar instrumentos de apoyo para pymes u otros comerciantes que estén interesados en exportar frejol.

Los instrumentos propuestos son:

- Sistema de información sobre comercio exterior
- Actividades de promoción comercial
- Programas de apoyo a la primera exportación
- Programa de apoyo a grupos exportadores
- Inducción a programas financieros relacionados con la exportación

4.3.3 Desarrollar líneas especiales para financiar proyectos relacionados a la exportación de frejol

Uno de los inconvenientes más grandes para los Pymes es poder contar con un capital inicial para poder comenzar con sus actividades laborales. Existen diversos programas que ayudan a Pymes primerizos a comenzar, sin embargo, no todos los que aplican son aceptados, sobre todo si su propuesta de negocio no es ligada a un producto conocido que este dentro de los principales en exportarse en el Ecuador.

Por ende, se propone crear líneas de financiamiento directo para exportadores de frejol. De esta manera los Pymes tendrán un mejor acceso a financiamiento de sus proyectos, de igual manera, se incentivará más que las pymes entren al mundo de la exportación de frejol.

Para esto se considera que la intervención del gobierno del Ecuador junto con instituciones bancarias serían las ideales para poder desarrollar las líneas de financiamiento propuesta, en la cual, se considera apropiado otorgar un préstamo que este dirigido a la exportación de frejol, el cual contenga un interés bajo y meses de gracia para que sea más atractivo para las pymes.

Las condiciones de estos préstamos serian:

- Sin garante
- Hasta 60 meses de plazo
- 2% de interés
- Acreditación inmediata
- Primer año de gracia

4.3.4 Capacitaciones y orientaciones en referencia a exportación de frejol ecuatoriano

La falta de conocimiento ha sido una barrera enorme para las exportaciones del frejol, al no saber los procesos ni los beneficios, los exportadores han optado por otras alternativas a exportar.

Por ende, se propone que el gobierno del Ecuador realice capacitaciones y orientaciones enfocadas a la exportación del frejol ecuatoriano, en las cuales, se topen temas tanto de beneficios, potencial y procedimientos para poder lograrlo.

Se detalla los temas sugeridos a mencionar:

- Inducción a regímenes de exportación del Ecuador
- Dirección internacional de mercados agroalimentarios
- Orientación a instrumentos de apoyo para exportadores
- Orientación a procedimientos de exportación de productos agrícolas
- Capacitaciones básicas para primeros exportadores

Conclusiones

- De acuerdo a los fundamentos teóricos vistos en esta investigación, los cuales hacen referencia a la producción y comercialización del frejol ecuatoriano, de igual manera topando temas de su legislación, se concluye que ha habido diversas barreras que han evitado que este producto pueda ser explotado en los mercados internacionales, barreras tales como la falta del apoyo del gobierno del Ecuador, falta de incentivos para que los Pymes se atrevan a adentrarse dentro del mundo de la exportación del frejol y pobres procesos de comercialización interna, lo cual ha causado que este producto sea comercializado mayormente dentro del Ecuador, con una pequeña cantidad destinada al extranjero.
- En referencia a los datos recopilados en esta investigación, se concluye que el frejol ecuatoriano en los mercados internacionales es prácticamente un producto desconocido, el cual no ha sido incentivado para llegar más allá de donde está, concentrándose más en su comercialización interna que en la externa. Una falta de incentivos y una promoción correcta ha impedido que este producto sea reconocido a nivel internacional.
- Mediante la implementación de las propuestas que se encuentran en la presente investigación se pretende aumentar los incentivos para exportar el frejol ecuatoriano, lo cual hará que más personas se interesen por exportar más este producto, y por ende se mejoraran las ventas de este en el extranjero.

Recomendaciones

- Es importante que el gobierno del Ecuador le dé importancia a sus productos no tradicionales, los cuales tienen un gran potencial dentro de las exportaciones ecuatorianas. Recientemente, el Ecuador ha tenido un gran aumento en las exportaciones de sus productos no tradicionales, sin embargo, este segmento no ha sido explorado ni explotado en su totalidad. Se propone que para futuros estudios estos puntos sean considerados.
- Los comerciantes y cultivadores nacionales deben tener más iniciativa, saber que hay mucho más de las cosas que conocen, salir de su zona de confort y atreverse a explorar nuevos mercados es clave fundamental para el crecimiento del sector del frejol en Ecuador. Se propone que para futuros estudios se considere las condiciones sociales actuales de los cultivadores y comerciantes de frejol local.
- Implementar la propuesta de la presente investigación, las cuales tienen el objetivo de aumentar los incentivos de exportación del frejol ecuatoriano al motivar a lo Pymes a adentrarse dentro del mundo de las exportaciones de frejol.

Bibliografía

- Agropecuarias, I. N. (1993).
- Arias, E. (2020). Investigación explicativa.
- ARMIJOS, J. (2015). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN.*
- Armijos, J. (2015). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y EXPORTACIÓN DE CONSERVA DE FREJOL CON.*
- BanBajío. (2018). *¿Qué es el diamante de Porter?*
- Bancomext. (2003). *Guía Básica de Bancomext.*
- BanEcuador. (2018). *Creditos personas.*
- Basantes, R. (2015). *Manejo de cultivos andinos del Ecuador.*
- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación.*
- Cardenas, A. (2022). Frijoles: una guía de cocina y nutrición para veganos.
- Central, B. (2020). Evolución del comercio no tradicional ecuatoriano .
- Central, B. (2021). *Exportaciones ecuatorianas.*
- Central, B. (2022). Los principales productos de exportación de Ecuador.
- Código Orgánico de la Producción. (2012). *Artículo 4.*
- Comercio. (2021). Exportaciones crecieron 31% hasta noviembre de 2021.
- Comercio, E. (2021). Ecuador tuvo récord de exportaciones no petroleras en 2020 pese a la pandemia.
- Concha, J. (2002). *¿CUANDO LOS PAÍSES AUMENTAN SUS EXPORTACIONES LES VA MEJOR?*
- Ec, L. (2018). Estabilidad en el cultivo de fréjol.
- Echeverria, M. (2020). Los beneficios nutricionales del frijol mexicano.
- Ecuador, B. c. (2019). *REPORTE DE COYUNTURA.*
- ECUADOR, C. D. (2008). *Artículo 33.*
- Gaucín, D. (2019). *El mercado mundial y nacional del frijol.*
- Guano, N. (2021). *Certificados de Calidad para Exportación.*
- INIAP. (1994). *Producción de semilla de Fréjol Voluble o Trepador.*
- Jaramillo, M. (2010). *ECUADOR COMERCIO EXTERIOR.*

- Laborda, L. A. (2020). Más vegetarianos y veganos entre los jóvenes canadienses.
- Martínez, M. (2018). *Diagramas: Causa-Efecto, Pareto y de flujo. Elementos clave.*
- Nieves, L. (2020). Canadá realiza una inversión millonaria en industria vegana.
- Pachico, D. (1989). Trends in world common bean production.
- Parada, P. (2017). *Análisis PESTEL, una herramienta de estrategia empresarial de estudio del entorno.*
- Ponce, H. (2006). *La matriz FODA: una alternativa para realizar diagnósticos.*
- Porter, M. (1980). *estrategia competitiva.*
- Rincón, O. (1984). *El cultivo de fréjol.*
- Sabino, C. (1992). *El proceso de la Investigación.*
- Salcedo, J. (2015). El frijol común .
- Salgado, A. (2007). *Investigación cualitativa: diseños, evaluación del rigor metodológico y retos.*
- Sampieri, H. (1997). *Metodología de la investigación.*
- Segovia, S. (2020). *Análisis del sector externo.*
- Serrano, J. (2004). Papel del frijol negro Phaseolus vulgaris en el estado nutricional de la población guatemalteca.
- Sosa, A. (2013). El Método Analítico-sintético.
- Valores, P. (2020). Exportaciones no tradicionales del Ecuador.
- ventimilla, A. (2018). El frejol, un alimento versátil y con historia.
- Weisson, I. (2016). *Qué es y cómo se obtiene el certificado de origen.*
- Yépez, E. (2011). *PLAN PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y EXPORTACIÓN DE FRÉJOL.*
- ZAMORA, J. C. (2015). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA ELABORACIÓN Y EXPORTACIÓN DE CONSERVA DE FREJOL CON CERTIFICACIÓN FAIR TRADE ORIENTADO AL MERCADO DE CHILE DESDE EL CANTÓN EL GUABO PROVINCIA DE EL ORO.*

Anexos

Anexo 1: Preguntas de entrevista

- 1) ¿cuáles considera que son las barreras comerciales más grandes que tiene el Ecuador para poder exportar frejol a otros países?
- 2) ¿Qué mercado considera podría ser el más apropiado para realizar una exportación?
- 3) ¿cuál considera que ha sido la mayor barrera comercial que ha afectado la exportación del frejol ecuatoriano?
- 4) ¿Cómo percibe la evolución reciente de las exportaciones del frejol en número de compradores, volumen de ventas en unidades físicas y monetarias?”
- 5) ¿En qué fase del ciclo de vida considera que se encuentra el frejol ecuatoriano dentro del mercado internacional?
- 6) ¿Considera que Existe alguna posibilidad de ampliar el mercado actual del frejol ecuatoriano? ¿Por qué?
- 7) ¿cuáles considera que son los principales productos competidores del frejol ecuatoriano en los mercados internacionales?
- 8) ¿Cuáles considera son los productos sustitutos del frejol ecuatoriano en el mercado internacional y qué nivel de amenaza representan?
- 9) ¿Cuáles considera que son los puntos fuertes y débiles del frejol ecuatoriano?

10) ¿Cuáles considera que son los puntos fuertes y débiles de los productos competencia del frejol ecuatoriano?

Anexo 2: Preguntas del grupo focal

1) ¿Considera que el precio del frejol ecuatoriano es competitivo en comparación a otros productos sustitutos? Explique porque

2) ¿Considera que el precio del producto va de acuerdo con sus características?

3) ¿Considera que el frejol ecuatoriano cuenta con una ventaja competitiva que justifique su precio de venta?

4) ¿Existe una guerra de precios entre competidores? Comente un poco al respecto

5) ¿Cuáles considera que son las características que diferencian el frejol ecuatoriano ante otros?

6) ¿Considera que existe otro producto que tenga las mismas o mejores características que el frejol ecuatoriano?

7) ¿Cómo percibe el nivel de satisfacción de los consumidores del frejol ecuatoriano?

8) ¿Cuántos tipos de frejol se cultivan en Ecuador?

9) ¿Considera que la producción actual es la adecuada para la demanda nacional?

10) ¿considera que existe suficiente producción de frejol ecuatoriano para abastecer al mercado internacional?

