



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO**

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

**ESCUELA INGENIERÍA DE FINANZAS Y COMERCIO EXTERIOR**

**CARRERA: INGENIERÍA COMERCIO EXTERIOR**

## **TRABAJO DE TITULACIÓN**

Previo a la obtención del título de:

**INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

**TEMA:**

**PROYECTO LOGÍSTICO PARA LA EXPORTACIÓN DEL BANANO (BABY BANANAS) ORGÁNICO DE LA EMPRESA NATFREXCO S.A DESDE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL - ECUADOR HACIA EL MERCADO DE GWANGYANG - COREA DEL SUR.**

**AUTORA:**

**LUZMILA ALEXANDRA VALENCIA PACHECO**

**RIOBAMBA - ECUADOR**

**2017**

## **CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL**

Certificamos que el presente trabajo de investigación ha sido desarrollado por la Srta. Luzmila Alexandra Valencia Pacheco, ha cumplido con las normas de investigación científica y una vez analizado su contenido, se autoriza su presentación.

---

**Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes**  
**DIRECTOR**

---

**Ing. María Elena Espín Oleas**  
**MIEMBRO**

## **DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD**

Yo, Luzmila Alexandra Valencia Pacheco, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y que los resultados del mismo son auténticos y originales. Los textos constantes en el documento que proviene de otra fuente están debidamente citados y referenciados.

Como autora, asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación.

Riobamba, 14 de Febrero del 2017.

---

Luzmila Alexandra Valencia Pacheco  
C.C. 092844311-8

## DEDICATORÍA

A Dios, por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Quién me ha guiado en su infinita gracia dándome fuerzas para seguir adelante y no desmayar en ninguna adversidad.

A mis padres Líder Valencia Y Julia pacheco, quienes son pilares fundamental en mi vida. Les dedico todo mi esfuerzo, en reconocimiento a su amor, trabajo y sacrificio realizado durante todo este tiempo para que yo pueda estudiar, se merecen esto y mucho más.

A mi hno. John valencia por estar siempre a mi lado, y ser mi gran amigo.

*Los amo a todos y gracias por su cariño incondicional*

*Luzmila valencia*

## **AGRADECIMIENTO**

(Abba Padre) te agradezco por mantenerme aún con vida, y por permitir que haya experimentado esta bella etapa universitaria en mi existencia, con diversas experiencias y oportunidades gratas que las llevo en lo profundo de mi corazón. Las palabras no me son suficiente para expresar mi gratitud, Todo lo que tengo y soy, te lo debo a ti.

A mis padres y hno. Por enseñarme valores, principios, empeño, perseverancia, carácter y coraje para conseguir mis objetivos. Gracias por su confianza y firmeza.

A mi abuelita Carmen Mendoza quien me ha brindado un cálido abrazo y palabras de aliento en momentos oportunos, durante este arduo camino para convertirme en una profesional.

A la familia Medina Santos por su sustento y consejos en los momentos difíciles de mi vida.

A la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, a la Facultad de Administración de Empresas a los docentes de la Carrera de Ingeniería Comercio Exterior, por haber sido una fuente del conocimiento que me ha permitido alcanzar mi carrera profesional y en exclusivo al Ing. Juan Carlos Alarcón y a la Ing. María Elena Espín mis tutores, por su ayuda para la conclusión de este trabajo.

A la Empresa Natfrexco S.A quien me brindo la apertura para realizar mi trabajo de titulación y en especial mi agradecimiento para el sr. Patricio Polanco presidente de dicha entidad, con su refuerzo profesional pude ampliar mi proyección hacia al desarrollo de la tesis.

*Luzmila valencia*

# ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN DEL TRIBUNAL .....	ii
DECLARACIÓN DE AUTENTICIDAD .....	iii
DEDICATORÍA .....	iv
AGRADECIMIENTO .....	v
ÍNDICE GENERAL .....	vi
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	x
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE ANEXOS .....	xiv
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
Introducción .....	1
CAPITULO I: PROBLEMA .....	2
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
1.1.1 Formulación del Problema.....	3
1.1.2 Delimitación del Problema .....	3
1.2 JUSTIFICACIÓN .....	4
1.3 OBJETIVOS .....	5
1.3.1 Objetivo General.....	5
1.3.2 Objetivos Específicos .....	5
CAPITULO II: MARCO TEORICO .....	6
2.1 ANTECEDENTES INVESTIGACIONES ANTERIORES .....	6
2.2 FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA.....	8
2.2.1 Boquejo de la teoría del comercio internacional. ....	8
2.2.2 Teoría de las ventajas absolutas.....	9
2.2.3 Teoría de las ventajas comparativas o relativas.....	9
2.2.4 Actitud del exportador .....	10
2.2.5 Ventaja de Mejora de la competitividad e imagen de la empresa. ....	10
2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA .....	11
2.3.1 El impacto de un Proyecto.....	11
2.3.2 ¿Qué es exportación?.....	11
2.3.3 Tipos de Exportación de exportación. ....	12

2.3.4	¿Qué es la logística? .....	12
2.3.5	Coordinación de la logística .....	13
2.3.6	Tipos de logística.....	13
2.3.7	¿Qué es DFI? .....	14
2.3.8	Tipos de contratación de negociación internacional (INCOTERMS).....	15
2.3.9	Elementos de la Logística.....	17
2.3.10	Medios de Transporte .....	18
2.4	FUNDAMENTACIÓN LEGAL .....	19
2.4.1	Constitución de la República del Ecuador.....	19
2.4.2	Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI) .....	20
2.4.3	(COPCI) capítulo II: Obligaciones tributarias Aduaneras.....	21
2.4.4	Plan Nacional del buen vivir .....	22
2.4.5	Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.....	24
2.4.6	Ley Orgánica de aduanas.....	24
2.4.7	Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración .....	25
2.4.8	El Servicio Ecuatoriano de Normalización .....	25
2.4.9	Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador .....	25
2.5	IDEA A DEFENDER.....	26
2.6	VARIABLES DE ESTUDIO .....	26
2.6.1	Variable Independiente.....	26
2.6.2	Variable Dependiente .....	26
	<b>CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>27</b>
3.1	Modalidad de la Investigación.....	27
3.2	Tipos de Investigación.....	27
3.3	Población y muestra.....	27
3.4	Métodos, Técnicas e Instrumentos .....	28
3.5	RESULTADOS .....	29
3.6	Verificación de la idea a defender .....	43
	<b>CAPITULO IV MARCO PROPOSITIVO.....</b>	<b>44</b>
4.1	La Empresa .....	44
4.1.1	Reseña histórica.....	44
4.1.2	Misión.....	45
4.1.3	Visión.....	45
4.1.4	Políticas .....	45

4.1.5	Objetivos institucionales.....	45
4.1.6	Valores y Estrategias .....	45
4.1.7	Organigrama de la empresa NATFREXCO S.A .....	46
4.1.8	FODA de la empresa NATFREXCO S.A .....	47
4.2	Antecedentes del banano .....	47
4.3	TITULO.....	50
4.3.1	Objetivo de la Propuesta.....	51
4.4	FASE N°1 ESTUDIO DE MERCADO .....	51
4.4.1	Análisis del macro entorno .....	51
4.4.2	Análisis Económico .....	51
4.4.3	Análisis del Micro entorno .....	57
4.4.4	Demanda.....	62
4.4.5	Oferta.....	67
4.5	FASE N° 2 ANALIZAR EL MERCADO DE DESTINO GWANGYANG - COREA DEL SUR. ....	74
4.5.1	Relaciones Comerciales entre Ecuador y Corea del Sur .....	76
4.5.2	Acuerdo Comercial entre Corea del Sur y Ecuador .....	78
4.5.3	Balanza Comercial Ecuador – Corea del Sur .....	78
4.5.4	Prohibiciones y Restricciones de Corea del Sur a las Importaciones.....	79
4.5.5	Reglamentos Técnicos, Evaluación de Conformidad y Normas de Corea del Sur.....	80
4.5.6	Clientes .....	80
4.5.7	Tendencia en el Mercado Sur Coreano.....	80
4.5.8	Normas Sanitarias y Fitosanitarias .....	81
4.5.9	Reglas de Origen para la Exportación .....	81
4.5.10	Certificaciones Asia.....	81
4.6	FASE N°3 ANALISIS ADMINISTRATIVO Y TÉCNICO DE LA EMPRESA NATFRESCO S.A.....	82
4.6.1	Análisis Administrativo.....	82
4.6.2	Análisis Técnico .....	83
4.7	FASE N° 4 Diseño de un plan logístico de exportación para la empresa Natrexco S.A .....	86
4.7.1	Proceso de Exportación .....	87

4.7.2	Certificaciones Necesarias para la Exportación del Banano (Baby Banana) Orgánico Hacia Corea del Sur .....	89
4.7.3	Documentos Necesarios para la Exportación del Banano (Baby Banana) Orgánico Hacia Corea del Sur. ....	89
4.7.4	Aranceles e impuestos .....	90
4.7.5	Tipos de Logística para la Distribución Física Internacional de la Empresa Natfrexco S.A .....	91
	CONCLUSIONES .....	112
	RECOMENDACIONES.....	113
	BIBLIOGRAFÍA .....	114
	ANEXOS .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Logística y DFI.....	14
Gráfico 2: Proceso de gestión logística DFI.....	15
Gráfico 3: Costos de la DFI.....	19
Gráfico 4: Consumo del banano en Gwangyang – Corea del Sur.....	30
Gráfico 5: Frecuencia del consumo de banano.....	31
Gráfico 6: Particularidades del banano (baby bananas).....	32
Gráfico 7: Consumo del banano (baby bananas) por países.....	33
Gráfico 8: Consumo del banano (baby bananas) Ecuatoriano.....	34
Gráfico 9: Beneficios del Banano Ecuatoriano (baby bananas).....	35
Gráfico 10: Adquisición del banano Baby banana.....	36
Gráfico 11: Conocimiento de cómo realizar una exportación.....	37
Gráfico 12: Acuerdo de socios y profesionales administrativos en la exportación del banano.....	38
Gráfico 13: Aceptación en el mercado extranjero del banano.....	39
Gráfico 14: Características que posee el banano (baby bananas).....	40
Gráfico 15: Conocimiento de lo que trata un proyecto logístico.....	41
Gráfico 16: Como ayuda un proyecto logístico para exportación.....	42
Gráfico 17: Organigrama de la empresa NATFREXCO S.A.....	46
Gráfico 18: Productos de exportación de Ecuador 2016.....	54
Gráfico 19: Productos importados del Ecuador 2015.....	56
Gráfico 20: Balanza Comercial.....	57
Gráfico 21: Productos sustitutos del banano (baby bananas) en Corea.....	58
Gráfico 22: Balanza comercial del banano en el Ecuador.....	68
Gráfico 23: Principales destinos de las exportaciones de banano ecuatoriano.....	69
Gráfico 24: Balanza Comercial total Ecuador -corea del sur miles USD FOB.....	79
Gráfico 25: Logística Integrada.....	92
Gráfico 26: Logística de Abastecimiento.....	93
Gráfico 27: Logística interna de Comercialización.....	95
Gráfico 28: Logística de la Planta.....	96
Gráfico 29: Símbolos & Mercado.....	98
Gráfico 30: Logística integral de Distribución (DFI).....	98

Gráfico 31 : Contenedor 40 Pies .....	99
Gráfico 32: Canal de Distribución .....	109
Gráfico 33: Flujo de procesos del producto desde Ecuador hacia Corea del Sur.....	110
Gráfico 34: Flujograma de distribución del producto.....	111

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: DFI Constantes y Factores.....	17
Tabla 2: Consumo del banano en Gwangyang – Corea del Sur .....	30
Tabla 3: Frecuencia del consumo de banano .....	31
Tabla 4: Particularidades del banano (baby bananas).....	32
Tabla 5: Consumo del banano (baby bananas) por países .....	33
Tabla 6: Consumo del banano (baby bananas) Ecuatoriano .....	34
Tabla 7: Beneficios del Banano Ecuatoriano (baby bananas) .....	35
Tabla 8: Adquisición del banano Baby banana .....	36
Tabla 9: Conocimiento de cómo realizar una exportación .....	37
Tabla 10: Acuerdo de socios y profesionales administrativos en la exportación del banano .....	38
Tabla 11: Aceptación en el mercado extranjero del banano .....	39
Tabla 12: Características que posee el banano (baby bananas) .....	40
Tabla 13: Conocimiento de lo que trata un proyecto logístico .....	41
Tabla 14: Como ayuda un proyecto logístico para exportación .....	42
Tabla 15: FODA de la información obtenida del resumen de los resultados .....	43
Tabla 16: Análisis FODA de la empresa NATFREXCO S.A .....	47
Tabla 17: Información nutricional .....	49
Tabla 18: Producto Interno Bruto .....	51
Tabla 19: PIB Per cápita .....	52
Tabla 20: Inflación.....	52
Tabla 21: Tasa de interés .....	53
Tabla 22: Riesgo País .....	53
Tabla 23: Principales mercados de exportación .....	55
Tabla 24: Principales empresas proveedoras de Banano (baby bananas) del Ecuador ..	59
Tabla 25: Competencia de empresas nacionales e internacional que exporta banano a Corea del Sur.....	61
Tabla 26: Exportadores de banano a Corea del Sur 2015.....	62
Tabla 27: Importaciones del banano de Gwangyang Corea del Sur.....	63
Tabla 28: Calculo para la proyección de Importaciones Gwangyang- Corea del Sur....	63
Tabla 29: Proyección de las importaciones de banano Gwangyang – Corea del sur .....	64

Tabla 30: Exportaciones de banano en Gwangyang- Corea del Sur.....	65
Tabla 31: Calculo para la proyección de Exportación de banano en Gwangyang- Corea del Sur .....	65
Tabla 32: Proyección de las exportaciones del Banano Gwangyang – Corea del Sur ...	66
Tabla 33: Consumo aparente .....	67
Tabla 34: Producción del Banano en toneladas métricas en el Ecuador .....	70
Tabla 35: Exportación de la empresa Natfrexco.....	71
Tabla 36: Oferta Proyección para la distribución internacional de la empresa Natfrexco .....	72
Tabla 37: Cobertura de la demanda insatisfecha .....	73
Tabla 38: Precio del banano orito por Kg por año en el Ecuador.....	74
Tabla 39: Análisis precios del banano mercado extranjero hacia Corea .....	74
Tabla 40: Índice Económico de Corea del sur .....	75
Tabla 41: Sectores Productivos.....	76
Tabla 42: Principales productos exportados por Ecuador hacia Corea del sur.....	77
Tabla 43: Certificaciones Continente Asiáticos.....	81
Tabla 44: Costo de la Implementación de un departamento Logístico.....	83
Tabla 45: Equipos técnicos de Natfrexco S.A .....	84
Tabla 46: Costos de la Implementación de equipo técnico .....	85
Tabla 47: Logística Utilizada por la Empresa Natfrexco .....	86
Tabla 48: Certificaciones exigidas por Corea del Sur .....	89
Tabla 49: Clasificación Arancelaria .....	90
Tabla 50: Medidas de cartón.....	100
Tabla 51: Medidas de pallet.....	100
Tabla 52: Calculo de la carga del contenedor .....	101
Tabla 53: Beneficios de los Incoterms y su impacto en la Empresa Natfrexco.....	104
Tabla 54: Precio del banano empresa Natfrexco S.A .....	106
Tabla 57: Navieras a utilizarse.....	108

## ÍNDICE DE ANEXOS

- Anexo 1: Producto verde ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 2: Producto totalmente amarillo ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 3: Producto en el mercado internacional ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 4: Producto amarillo con puntas verdes ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 5: Presentación del producto en Corea del Sur ... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 6: Hanaro Mart Productos ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 7: Arribo de la mercadería al país de destino ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 8: Estibación del producto ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 9: Acuerdo comercial Corea del Sur ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 10: Empresa Natfrexco Ltda. Corea del Sur ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 11: Cámaras de refrigeración y maduración de la Empresa Natfrexco en Corea del Sur ..... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 12: Recopilación de información de la empresa NATFREXCO S.A. .... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 13: Modelo de Encuesta a la población de Corea del Sur... **¡Error! Marcador no definido.**
- Anexo 14: Modelo de Encuesta dirigida a la Empresa... **¡Error! Marcador no definido.**

## **RESUMEN EJECUTIVO**

El proyecto logístico para la exportación del banano (baby bananas) orgánico de la empresa Natfrefco S.A desde la ciudad de Guayaquil - Ecuador hacia el mercado de Gwangyang - Corea del Sur, tiene la finalidad de ampliar y darse a conocer en el mercado internacional, confirmando que el producto cumple con normativas y estándares de calidad. Se realizó un estudio de mercado con una oferta exportable de 2075 TM en el años 2016 y para este año 2017 se proyectó a la cantidad de 2200.45 TM, acaparando la cobertura de la demanda en un 2.23% en el años 2016 y para el 2017 con un 2.03%. Para reducir la brecha de (distribución física internacional DFI) que se da entre el mercado Ecuatoriano y Sur Coreano se propone la implementación de los siguientes procesos logístico: distribución, comercialización, integrada, logística interna de la planta y abastecimiento. La aplicación de la propuesta se constituirá en una herramienta que permita reducir costos, aumentar la producción y fomentar la correcta distribución del producto de acuerdo a la disposición del mercado extranjero. Se recomienda ampliar la oferta exportable, crear un departamento logístico de exportación, capacitar al personal administrativo y operativo.

**Palabras clave:** LOGÍSTICA. DISTRIBUCIÓN FÍSICA INTERNACIONAL. EXPORTACIÓN. PROYECTO LOGÍSTICO. MERCADO INTERNACIONAL. COMERCIO EXTERIOR.

---

Ing. Juan Carlos Alarcón Gavilanes  
DIRECTOR TRABAJO DE TITULACIÓN

## SUMMARY

The Logistic Project to export organic bananas (baby banana) by the natfrefco Company from Guayaquil – Ecuador to the Gwangyang at South Korea market aims at expanding itself known in the international market and verifying that the product complies with quality standards. A market research was carried out with an exportable supply of 2015 MT in 2016. For this year was projected the amount of 2200.45 TM, monopolizing the demand with 2.23 % in 2016 and for the year 2017 with 2.03 % to reduce the gap of the International Physical Distribution (IPD) between the Ecuadorian and South Korean markets, it is proposed to implement the following logistic processes: distribution, marketing, integrated, supply and the company's internal logistics. The implementation of the proposal will constitute a tool to reduce costs, increase production and promote the correct distribution of the product according to the provision of the foreign market. It is recommended to expand the exportable supply, create an export logistics department, and train the administrative and operational staff.

**Keywords:** LOGISTICS. INTERNATIONAL PHYSICAL DISTRIBUTION. EXPORT. LOGISTICS PROJECTS. INTERNATIONAL MARKET. FOREIGN TRADE.

## INTRODUCCIÓN

La agricultura es parte de la historia a nivel mundial de la humanidad. Los antepasados solo se han destacaban en ser cazadores y colectores, después de ello comienza la domesticación mundial entre plantas y animales, de esta manera se hace presente la llegada de obtener la provisión de alimentos. En el transcurso de los años se realizan modificaciones en cuanto al sector agrícola, mencionados cambios permite producir la adaptación de elementos naturales como también las funciones de entes económicos y políticos.

El desarrollo de los sectores agroexportadores ha sido un factor preciso en la economía Ecuatoriana. El Ecuador es un país agrario, se encuentra distribuido en costa, sierra, oriente y (región insular). Las zonas de cultivo agropecuario y en zonas de reserva natural, en nuestro país se distinguen claramente por la presencia de cultivos de acuerdo al clima y tipo de suelo que poseen. Nacionalmente los principales cultivos son: el banano, café, cacao, maíz, papa y el arroz, se han destacado en los mercados internos y externos llevándolos así a tener un reconocimiento a nivel internacional.

Actualmente se continúa desarrollado la agricultura de productos tradicional que se utiliza especialmente para la exportación; entre estos productos se encuentran las frutas, entre otros. El cantón Caluma cuenta con una importante producción agrícola y posee características de clima idóneas para la producción del banano baby banana. Es por ello que se puede destacar el banano que se produce en la provincia de Bolívar. Ha llegado a mercados internacionales, siendo este uno de los productos estrellas con los que se cuenta para una oferta exportable.

Consiguientemente la producción de banano aporta para el desarrollo económico del país, de la empresa NATFREXCO, y conjunto personal. Ensanchando la capacidad de comercialización del banano (baby banana) que conlleva a la propuesta logística a exportar hacia la oferta de mercado proveniente de Gwangyang - Corea del Sur, siendo una oportunidad de exponer el producto nacional de calidad garantizada hacia los mercados internacionales.

# **CAPITULO I: PROBLEMA**

## **1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

La logística a nivel mundial, juegan un papel importante en referencia a la competitividad de mercados internacionales, debido a la relación que existe entre países, el idioma sigue siendo una conflicto que provoca descoordinación en los departamentos de movimiento de gestión, retrasando la salida del bien exportado. Causando carencias en el crecimiento y desarrollo sostenido de los mercados extranjeros, proporcionando un menor acceso del comercio e integración mundial.

El Ecuador responde al desarrollo económico basado al petróleo, cacao, acuicultura, pesca, banano, flores. Los cuales son exportados hacia un mercado internacional, sin embargo es necesario identificar que para exportar existe varias falencias internas que no permiten realizar una exportación de excelencia y uno de los motivos corresponde al bajo índice de conectividad naviera. La oferta del medio de transporte acuático progresa anualmente en no más de 1.3%. Existen actualmente 8.600 buques mercantes, de los cuales un 32% superan los 25 años, esto hace que aumenten costos en referencia a las embarcaciones ya obsoletas. En la actualidad existen mayores exigencias ambientales en mercados extranjeros para exportar y esto obliga a las embarcaciones a equipar con sistemas de contención de residuos por lo cual los puertos Ecuatorianos cuenta con pocas cantidades de navieras con sistema de contención y no pueden abastecer la oferta local de productos a exportar, teniendo almacenado en bodegas para la espera de la rotación de naviera.

Los principales problemas detectados en la empresa Natfrexco S.Aexportadora de banano hacia el mercado sur coreano, se encuentra en mal manejo de procesos logístico interno sin coordinación de trazabilidad, lentitud operativa, falta de información interna en el tiempo real de la entrega del fruto para la debida inspección antes la salida de las bodegas de aduana del puerto Guayaquil, desconocen el movimiento de entrada y salida de navieras contando con información dispersa efectuando la demora de embarque, quedándose el producto en almacenamiento de contecon Gye aplazando a la espera de estiba.El mal manejo del sistema logístico inexacto, ha causado que el producto tiende a

deteriorarse aún desde el país de origen con resultados negativos al país de destino, no llegando a la fecha estipulada por el importador, incumpliendo las exigencias acordadas por el mercado coreano, dichos percance ha producido varios acontecimientos ya que el producto llega demasiado maduro causando una pérdida general.

La logística al ser implantada dentro de una exportación, presentan a proporcionar validez confiable y oportuna de datos para el ingreso de nuevos nichos de mercado, llevando a la empresa a ser competitiva, no solo por el simple hecho de la oferta del producto, sino también por el acceso inmediato de obtener el producto el importador, de dicha manera se afianza la contribución del éxito de las operaciones, y así como margen fijo de mercado proporciona una eficaz salida. Se juega el aumento de ventas, por lo tanto la rotación impacta de manera directa a la rentabilidad de la empresa Natfrefco.

### **1.1.1 Formulación del Problema**

¿De qué manera influye el Proyecto logístico para mejorar las exportaciones del banano (baby bananas) orgánico de la empresa Natfrefco S.A desde la ciudad de Guayaquil - Ecuador hacia el mercado de Gwangyang - Corea del Sur?

### **1.1.2 Delimitación del Problema**

El proyecto logístico para la exportación del banano (baby bananas) se llevará a cabo a través de la empresa NATFREXCO S.A.

- **Ubicación:** la misma que se encuentra ubicada en la provincia del Guayas.
- **Ciudad:** Guayaquil, parroquia Tarqui.
- **Ciudadela:** Del río barrio PUERTO SANTA ANA. Calle AV.P.J MENEDEZ número 100. Edificio THE POINT, este producto será exportado a la ciudad de Gwangyang - Corea del Sur.

## 1.2 JUSTIFICACIÓN

Debido a ello la empresa Natfrexco S.A ubicado en la Ciudad de Guayaquil Ecuador, dedicada a la exportación de frutas en el mercado sur Coreano con una trayectoria de comercialización del banano Cavendish se ha visto en la necesidad de exportar el banano orito un producto similar, con mayor sabor y calidad, por motivo que la demanda existente del producto solicita un producto de banano, más pequeño y orgánico que se acople a su estilo de vida, una de las exigencias para que el producto pueda ingresar hacia el mercado de destino consiste en respetar la calidad orgánica del producto siendo verde - verde sin defecto en el transcurso del proceso logístico hacia el mercado de destino.

En la actualidad las empresas requieren un sistema logístico que permita cooperar de manera adecuada con los procesos de manuales ineficientes, para poder disminuir recursos, utilizando herramientas tecnológicas capaces de automatizar los seguimientos de las entradas y salidas para obtener una búsqueda en un tiempo real.

La elaboración del presente sistema logístico mejorara las tareas operativas profesionales, para no perder tiempo ni dinero en la subcontratación de la gestión operativa logística. Invirtiendo así en la tecnología que proporcione un fácil acceso de información en proceso desde que el producto se encuentra en almacenamiento, naviera y país de destino.

El propósito del sistema logístico es reducir costos y procesos para poder tener un precio competitivo en la comercialización internacional del banano, de manera que ayude a seguir una exportación eficiente al mercado sur coreano.

El proyecto permitirá que la empresa Natfrexco S.A logre los beneficios económicos y sociales debido a que la realización del mismo generara fuentes de trabajo aportando con la tasa de desempleo actualmente existente. Así mismo la empresa podrá incursionar en nuevos nichos de mercados asiáticos, que le ayudaran a incrementar la comercialización y exportación permitiendo así reacción económica, investigando mayor rentabilidad en mercados internacionales y de esta manera asegurar la existencia de la empresa a un periodo de largo plazo.

La empresa “Nاتفrexco S.A” con la ejecución del proyecto, tiende a incrementar los ingresos de divisas que accede a equilibrar una mejor economía llevando al desarrollo productivo nacional y de los ciudadanos Ecuatorianos. Aportando con cultivos agrícolas consientes de calidad obteniendo el prestigio y preferencia en los países del exterior.

### **1.3 OBJETIVOS**

#### **1.3.1 Objetivo General**

Elaborar un proyecto logístico para la exportación del banano (baby bananas) orgánico para mejorar la rentabilidad y competitividad de la empresa Nاتفrexco S.A desde la ciudad de Guayaquil - Ecuador hacia el mercado de Gwangyang - Corea del Sur.

#### **1.3.2 Objetivos Específicos**

- Construir los fundamentos teóricos y conceptuales de la logística de exportación.
- Realizar un estudio de mercado a Gwangyang - Corea del Sur.
- Diseñar un plan DFI logístico de exportación para la empresa Nاتفrexco S.A.

## CAPITULO II: MARCO TEORICO

La tesis se realizará con la siguiente estructura, la cual guiara al desarrollo óptimo y una correcta comprensión:

- ❖ Se dará inicio con los Antecedentes investigativos buscando los estudios previos que se relacionan con el trabajo de titulación.
- ❖ A continuación se realiza un breve análisis de la fundamentación epistemológica “Aspectos básicos de la exportación, con base logística”
- ❖ Marco teórico aspectos de la exportación y logística con su debidos conceptos, estructura y procesos
- ❖ Base legal y trámites que están inmersos con la logística internacional.

### 2.1 ANTECEDENTES INVESTIGACIONES ANTERIORES

Para elaborar el Proyecto logístico para la exportación del banano (baby bananas) orgánico de la empresa Natfrefco S.A desde la ciudad de Guayaquil - Ecuador hacia el mercado de Gwangyang - Corea del Sur, se ha revisado un sin número de proyectos, en diferentes argumentos y fechas, seguido de apoyo de tesis, libros y del internet.

El proyecto sustenta su monografía en varios proyectos de exportación logística, entre ellos, los principales trabajos de investigación de similar índole, se detallan a continuación:

**Universidad:** Universidad del Rosario Bogotá D.C

**Autor:** Hernández Adriana & Ruiz Cindy

**Tema:** “DESARROLLO DE UN PLAN ESTRATÉGICO DE LOGÍSTICA PARA LA EMPRESA ACONQUISTAR S.A.S”

**Análisis:** Con el proyecto mencionan que desarrollar un plan logístico estratégico, se constituye en una ventaja competitiva para cualquier tipo de empresa en la medida en la que se logren sus tres principales objetivos: reducción de

costos, reducción de capital y mejora del servicio. Tomar las decisiones correctas para alcanzar esa ventaja competitiva, depende de la relación que haya entre dichas decisiones, la estrategia y los objetivos corporativos. Entender el comportamiento sistemático de la organización

Es el elemento indispensable para lograr los resultados esperados. (Hernandez & Ruiz , 2012)

**Universidad:** Universidad del ICESI

**Autor:** Pérez Fabiana & Rodríguez María

**Tema:** “PROPUESTA DEL SISTEMA LOGÍSTICO DE DISTRIBUCIÓN PARA LAS REGIONALES CENTRO, SANTANDER Y EJE CAFETERO DE UNA EMPRESA DE CONSUMO MASIVO.”

**Análisis:** Nos menciona con el proyecto, concluye que en la búsqueda de un nuevo esquema de gestión de almacenamiento y transporte se realizó la revisión de los factores que afectan el costo logístico de las regionales que hacen parte de la evaluación en este proyecto, logrando plantear a la organización una nueva forma de operar que le permitirá tener opciones para hacer una distribución a costos razonables y mejorando su rentabilidad. (Perez & Rodriguez , 2011)

**Universidad:** Universidad Católica de Pereira

**Autor:** Hurtado Brigitte & Muñoz Ana

**Tema:** “PLAN DE MEJORAMIENTO DEL ÁREA DE ALMACENAMIENTO EN LA EMPRESA HERVAL S.A.S”

**Análisis:** El plan de mejoramiento es un aspecto clave para la empresa, pues este le permitirá tener un mayor control de las materias primas, productos terminados recepción y entrega de productos además de poseer un orden, codificación y clasificación adecuada de cada artículo como

también le permitirá una distribución eficiente del espacio que ayuda a reducir tiempos y costos de modo que todo lo anterior mencionado se ve reflejado en el servicio oportuno que se le brinda a los clientes de la empresa Herval . (Hurtado & Quintero , 2011)

**Universidad:** Universidad Salesiana del Ecuador

**Autor:** Hurtado Brigitte & Muñoz Ana

**Tema:** “DISEÑO DE UN PLAN DE EXPORTACIÓN DEL CHOCOLATE FINO ECUATORIANO CHCHUKULULU AL MERCADO DE CHILE”

**Análisis:** El autor del proyecto concluye que “El chocolate ecuatoriano cuenta con todas las normas sanitarias exigidas por el mercado chileno, generándole al producto cierta ventaja competitiva en relación a la competencia. Esta característica especial que tiene el cacao ecuatoriano ha generado que el consumo de chocolate vaya en aumento al mercado chileno”. (Garcia Guevara , 2015)

De los cuatro trabajos indagados se puede comprobar que todos tienen algo en común, en relación directa o indirectamente con el estudio que debe llevarse a cabo para realizar un proyecto logístico de exportación, cabe recalcar que las frutas tropicales del Ecuador tienen gran acogida en el mercado internacional por sus nutrientes, calidad y beneficios.

## **2.2 FUNDAMENTACIÓN EPISTEMOLÓGICA**

### **2.2.1 Bosquejo de la teoría del comercio internacional.**

En la teoría del comercio internacional pueden distinguirse dos grandes corrientes:

- a) La teoría que postulan que el intercambio internacional es benéfico y que promueve el crecimiento económico de los países, y por tanto están a favor de la “libertad de comercio”
- b) Las teorías que apoyan al “proteccionismo” como instrumento del crecimiento económico de los países. Por lo menos se distinguen tres grandes líneas:

- Teorías que apoyan el proteccionismo como estrategia de enriquecimiento de un país
- Teorías que cuestionan los beneficios del libre comercio para los países no desarrollados y proponen al proteccionismo como estrategias para facilitar su proceso de desarrollo.
- Teorías que apoyan al proteccionismo como instrumento de defensa, mientras se consigue la competitividad.

### **2.2.2 Teoría de las ventajas absolutas**

Indica Adam Smith que es uno de los pilares de la teoría clásica del comercio internacional. Su fundamento es que al ampliar la dimensión de los mercados, aumenta la posibilidad de producir más y con ello se favorece el grado de especialización que, a su vez, incrementa la productividad del trabajo. (García Fonseca , 2004)

Cuando un país extranjero nos puede ofrecer una mercancía más barata de lo que nos cuesta a nosotros, será mejor comprarla que producirlas, dando por ella parte del producto de nuestra propia actividad económica, empleada en aquellos sectores en que saquemos ventaja al extranjero.

### **2.2.3 Teoría de las ventajas comparativas o relativas**

Creada por David Ricardo la teoría clásica del comercio internacional (...) el valor de los bienes a la cantidad de trabajo que incorporan y considera que la productividad del trabajo difiere al utilizarse distintas técnicas de la producción. Luego, la causa del intercambio comercial internacional debe encontrarse en la diferencia de la productividad del trabajo en los diferentes países. (García Fonseca , 2004)

La diferencia de la productividad del trabajo lleva a costos relativos diferentes y esto, a precios relativos distintos. Para Ricardo, el intercambio comercial internacional es beneficio por que aumenta la producción y el consumo en cada país.

#### **2.2.4 Actitud del exportador**

La actitud de un exportador en el comercio exterior, el tamaño de una empresa ya no es tan significativo. Sin embargo, la empresa deberá asumir compromisos, investigar y explorar nuevos mercados, efectuar una planeación cuidadosa y seguir una estrategia clara de ventas. Cabe señalar que la exportación exige el mismo esfuerzo que cualquier otra iniciativa comercial (...) El empresario, como ya se mencionó, debe estar atento a las “señales” del mercado, cambios en las tendencias; nuevos requisitos, como es el caso de las certificaciones, especificaciones en el transporte, entre otros. (Gonzales , 2015)

#### **2.2.5 Ventaja de Mejora de la competitividad e imagen de la empresa.**

“La innovación y el desarrollo de nuevos productos o servicios es imprescindible si pretende mantenerse y posicionar la marca en el mercado”. (Peralta Maniviesa, 2015)

La Empresa Natfrefco pretende Lograr un valor agregar la esencia al producto para obtener la diferencia al respecto al resto de la competencia.

- **Satisfacción del cliente**

“La utilizar herramientas de marketing disponibles es el medio para conocer el grado de satisfacción del cliente y la manera para incrementarla”.

La Empresa Natfrefco, trata de indagar las necesidades reales del mercado e incluso para convertirse la empresa en líder en su segmento de mercado.

- **Sistemas de gestión**

La mejora continua en todos los procesos de la organización, en la búsqueda de la calidad y la excelencia es otra vía para la mejora de la competitividad. Aquí se incluye la gestión de los Recursos Humanos (y el desempeño de los profesionales), los procedimientos y la operativa en la elaboración del producto o servicio.

La empresa Natfexco pretende mejorar los procesos operativos de la exportación del producto, debido a ello tendrá que impartir cargos debidos para tener resultados convenientes.

## **2.3 FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA**

### **2.3.1 El impacto de un Proyecto**

Al seleccionar un proyecto consiste en evaluar proyectos potenciales y luego decidir cuál de ellos debe derivar en su implementación. Los beneficios y las consecuencias, las ventajas y desventajas, los pros y contras de cada proyecto deben considerarse y evaluarse. Los proyectos pueden ser cuantitativos y cualitativos, tangibles e intangibles. Los beneficios cuantitativos podrían ser financieros, por ejemplo un aumento en las ventas o una reducción en los costos. También pueden Desarrollar un conjunto de criterios para evaluar el proyecto. Estos criterios probablemente incluirán los factores a tratarse en las empresas. (Jack Gido & James P. Clements, 2012)

### **2.3.2 ¿Qué es exportación?**

“Es el régimen aduanero que permite la salida definitiva de mercancías en libre circulación, fuera del territorio aduanero ecuatoriano o a una Zona Especial de Desarrollo Económico, con sujeción a las disposiciones establecidas en la normativa legal vigente”. (SENAE, 2012)

La exportación es la salida de mercancías del territorio aduanero de la comunidad y su correspondiente pérdida de estatuto comunitario (...). Para la aplicación del régimen es necesario despachar la mercancía en la aduana a través del Documento Único Aduanero (DUA). No existe ninguna barrera arancelaria de exportación de productos sin embargo; si puede existir algún tipo de barrera en el caso interno de la comunidad en un momento puntual que será determinado por la comisión (Martin Martin & Martinez Gormaz, 2012, pág. 377)

En base a los criterios ya mencionados de los autores se puede determinar que exportación es todo aquello que se quiere enviar hacia un territorio extranjero y debe estar sujeto ante normas y estatutos impuestos en la aduana para la óptima salida del bien a exportar.

### **2.3.3 Tipos de Exportación de exportación.**

**La exportación directa:** “significa que un productor o proveedor vende su producto directamente a un mercado internacional.”.

**La exportación Indirecta:** Es la exportación realizada mediante intermediarios independientes que se hacen cargo de todos los trámites. (Generalitat Valenciana, 2011)

Las bases necesarias para la realización de una buena exportación se encuentran en la realización de un Plan de Exportación logística.

### **2.3.4 ¿Qué es la logística?**

La logística dentro de los negocios, menciona Ballou que es un campo relativamente nuevo del estudio integrado de la gerencia, las empresas también se han ocupado continuamente de las actividades de movimiento y almacenamiento (transporte – inventario). (...) la logística añade valor a los productos o servicios esenciales para la satisfacción del cliente y para las ventas.

“La logística es parte del proceso de la cadena de suministro que planea, llevar acabo y controlar el flujo y almacenamientos eficientes y efectivos de bienes y servicios, así como de la información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de consumo”. (Ballou, 2004, pág. 4)

Long Douglas (2012) añade que “Logística es parte del proceso de la cadena de abastecimiento que planea, implementa y controla eficiente y efectivamente el flujo y almacenamiento de bienes y servicios e información desde el punto de origen hasta el punto de consumo, para los cliente” (Long, Logística Internacional Administracion de la Cadena de Abastecimiento Global, 2012, pág. 5)

### **2.3.5 Coordinación de la logística**

Renombradas autoridades mencionan que Donald Bowersox y David Closs, la logística requiere la coordinación de muchas actividades que controlan y rodean el transporte, incluyendo diseño de la red de contactos, información, transporte, inventarios y almacenamiento”.

***Diseño de la red de contactos:*** la forma en la que las compañías se organizan a ellas mismas y con otras compañías para lograr la mejor red logística.

***Información:*** La información necesaria para coordinar las operaciones logísticas.

***Transporte:*** El movimiento físico de los bienes.

***Inventario:*** El almacenamiento de los bienes.

***Depósitos, manejo de materiales y empaque:*** El manejo y la administración de los bienes (Long , Logística Internacional: Administración de la cadena de abastecimiento, 2012, pág. 7)

De acuerdo con la definición la logística indica los flujos de un producto, es manejado desde el punto de inicio donde se encuentra la materia prima, hasta el punto final de entrega. La logística también se encarga de los flujos de servicio, como los bienes físicos, que es el área de crecimiento y oportunidades para la mejora de la empresa. Los procesos impactan en hacer que el bien o servicio estén a disposición para los consumidores cuando y donde deseen adquirirlos.

### **2.3.6 Tipos de logística**

***Logística comercial:*** Hace énfasis en el papel de la logística dentro de una firma en general y se refiere al más avanzado nivel de integración de las operaciones de la compañía.

***Logística integrada:*** Es similar a la anterior, pero hace hincapié en la coordinación con los proveedores y los clientes.

**Logística internacional:** “es especial por una variedad de razones. El entorno de los negocios varía alrededor del mundo. (Long , Logística Internacional: Administración de la cadena de abastecimiento, 2012, pág. 11)

**Logística Inversa:** La logística inversa incluye la gestión de los flujos físicos, de información y administrativos. (Rodríguez Mazo, 2013)

**Logística de aprovisionamiento:** Conjunto de las actividades que tienen como objetivo asegurar las entregas deseadas por la empresa de las referencias y las cantidades deseadas de primeras materias, productos semiacabados, equipamientos. En las mejores condiciones de coste.

**Logística de Distribución:** La logística de distribución incluye la gestión de flujos físicos hoy conocida como DFI (distribución física internacional) (Giraldo, 2011)

### 2.3.7 ¿Qué es DFI?

DFI es la distribución física internacional de un conjunto de secuencias, consignados para enviar un producto desde el territorio de origen hacia el destino del comprador, basándose en los Incoterms establecidos por el exportador o importador.

**Gráfico 1: Logística y DFI**



**Año:** 2015

**Fuente:** Angie Jiménez, A (Brokers)

**Gráfico 2: Proceso de gestión logística DFI**



Año: 2015

Fuente: Angie Jiménez (Brokers)

### 2.3.8 Tipos de contratación de negociación internacional (INCOTERMS)

Los Incoterms son términos utilizados mundialmente en el comercio exterior, que deben ser estrictamente aceptados por el Importador o Exportador para definir las condiciones de un contrato internacional. (Ecuatoriana, CAE Cooperacion Aduanera, 2009)

Los siguientes Incoterms que serán mencionado son lo que están vigente en el Ecuador son los siguientes 11 términos que se detallaran en el cuadro a continuación.

**EXW (En Fábrica):** El vendedor no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de transporte, de igual manera no tiene ninguna obligación ante el comprador de formalizar un contrato de seguro.

**FCA (Franco Porteador):** El vendedor debe contratar el transporte en las condiciones usuales a riesgos y expensas del comprador, en el caso de que lo solicite el comprador, o de ser una práctica comercial del país del exportador; de igual manera el vendedor deberá asumir los costos para el trámite de exportación.

**CPT (Transporte Pagado Hasta):** El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. Se considera que la mercancía ha sido entregada cuando se la ha entregado al transportista, desde éste punto el riesgo corre por cuenta del comprador.

**CIP (Transporte y Seguro Pagado Hasta):** El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. El vendedor debe contratar el transporte desde el punto de entrega acordado hasta el lugar de destino designado.

**DAT (Entregada en Terminal):** El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. El vendedor deberá contratar el transporte hasta la terminal designada en el puerto o el lugar de destino designado. Si no se llegara a acordar ningún lugar, el vendedor podrá elegir la terminal designada como el puerto u otro lugar de destino designado que mejor le convenga.

**DAP (Entregada en Lugar):** El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. El vendedor deberá contratar el transporte hasta el lugar de destino designado o el punto acordado. Si no se llegara a acordar ningún punto, el vendedor podrá elegir el punto que mejor le convenga en el lugar de destino designado.

**DDP (Entregada Derechos Pagados):** El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. De igual manera, éste término exige que el vendedor también se encargue de los trámites aduaneros para la importación de la mercancía, tales como los derechos de aduana, impuestos, y demás costos relacionados. (PRO ECUADOR , PRO ECUADOR, 2015)

**FAS (Franco al Costado del Buque):** El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma al costado del buque designado por el comprador en el punto de carga, si lo hay indicado por el comprador en el puerto de embarque designado, o proporcionando la mercancía así entregada.

**FOB (Franco a Bordo):** El vendedor debe realizar el trámite para la exportación de la mercancía, así como asumir los costos de la misma. Se considerará la mercancía entregada cuando el vendedor coloca la misma a bordo del buque designado por el comprador en el punto de carga

**CIF (Costo, Seguro y Flete):** Se considera la mercancía entregada cuando está puesta a bordo del buque o cuando se proporciona la mercancía así entregada. Tiene que asumir los costos cuando la mercancía llega al puerto de destino designado. (PRO ECUADOR , PRO ECUADOR, 2015)

**Tabla 1: DFI Constantes y Factores**

CONSTANTES	FACTORES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El análisis de la carga a transportar</li> <li>• Preparación del empaque y embalaje</li> <li>• Selección del modo de transporte</li> <li>• Costo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carga a transportar</li> <li>• Modos de transporte</li> <li>• costos del DFI</li> </ul>

**Fuente:** (Jimenez Chavez, 2013) & (Mendoza Barrantes, 2010)

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

### 2.3.9 Elementos de la Logística

#### Tipos de Carga

Carga es el bien mueble dispuesto para su traslado de un lugar a otro y sujeto a operaciones para lograr este fin sin alterar sus principales características. Para garantizar un manejo adecuado, la carga debe de clasificarse por su tipo en general y a granel.

#### Carga General

Es aquella que se presenta en estado sólido, líquido o gaseoso, y que estando embalada o sin embalar, puede ser tratada como unidad.

**Carga General Fraccionada:** Consiste en bienes sueltos o individuales como: paquetes, sacos y cajas, entre otros.

**Carga General Unitarizada:** Está compuesta de artículos individuales agrupados en unidades como pallets o contenedores.

**Carga a Granel (Sólida, Líquida, Gaseosa):** Es el conjunto de productos que son transportados a grandes cantidades, cuyo único recipiente es el vehículo de transporte. Esta carga es usualmente depositada o vertida con una pala, balde o cangilón en ferrocarriles, camiones o buques.

**Granel Sólido:** En esta clasificación se incluyen los granos, el carbón, el mineral de hierro, la madera, el cemento, la bauxita, la sal, etc.

**Granel Líquido:** Es la carga que se encuentra en estado líquido o gaseoso, dicha condición hace que su transportación sea, por ejemplo, en vehículos tanque de por lo menos 1000 galones. Entre los productos se encuentran: Petróleo, gas natural licuado, gasolina, químicos y alimentos líquidos (aceite vegetal, aceite de cocina, etc.), entre otros. (Condor, 2013)

### 2.3.10 Medios de Transporte

Transporte, medio de traslado de personas o bienes desde un lugar hasta otro. El transporte comercial moderno está al servicio del interés público e incluye todos los medios e infraestructuras implicados en el movimiento de las personas o bienes, (...) Existen 4 vías de transporte: marítima, aérea, por ferrocarril y por carretera (Sabino & Bavaresco, 2011)

**El transporte marítimo :** “es la acción de llevar personas (pasajeros) o cosas (cargas sólidas o líquidas) por mar de un punto geográfico a otro a bordo de un buque con un fin lucrativo”.

**Transportes Aéreos:** “Conocido también como transporte por avión es el servicio de trasladar de un lugar a otros pasajeros o cargamento, mediante la utilización de aeronaves, con fin lucrativo”.

**Transporte por ferrocarril:** “Su principal ventaja radica en su capacidad para transportar grandes volúmenes de mercancías, que se contraponen con su inflexibilidad, pues únicamente puede alcanzar los lugares a los que lleguen las vías férreas.”

**Transporte por carretera:** “es el más importante en la actualidad tanto para mercancías como para personas, debido al gran desarrollo de los vehículos públicos y privados, (coches, camiones o autobuses)”. (Sabino & Bavaresco, 2011)

Gráfico 3: Costos de la DFI



Fuente: Página de brokers

Elaborado por: Valencia, L (2017)

## 2.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL

### 2.4.1 Constitución de la República del Ecuador

*Art. 306.- Sección séptima: Política Comercial*

El Estado promoverá las exportaciones ambientalmente responsables, con preferencia de aquellas que generen mayor empleo y valor agregado, y en particular las exportaciones de los pequeños y medianos productores y del sector artesanal.

El Estado propiciará las importaciones necesarias para los objetivos del desarrollo y desincentivará aquellas que afecten negativamente a la producción nacional, a la población y a la naturaleza. (Constitucion del Ecuador, 2008)

La Empresa Natfrexco S.A promueve las exportaciones responsable, cuidando el medio ambiente debido a la actividad que se realiza es comercializar y exportar el banano (baby bananas) orgánico se lo cosecha de manera tradicional, dando como resultado la no afectación de químico para el producto, al ser humano y cuida de manera positiva la naturaleza.

*Art 304: La política comercial tendrá el siguiente objetivo:*

Fortalecer el aparato productivo y la producción nacional.

La empresa Natfrexco S.A con sus grandes cantidades de Distribución internacional del banano (baby bananas) orgánico, fortalece a la producción nacional que está vinculado conjunto con el trabajo de los centros de acopio y al desarrollo económico del país.

*Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:*

Construir un sistema económico, justo, democrático, productivo, y sostenible basado en la distribución igualitaria de los beneficios del desarrollo, de los medios de producción y en la generación de trabajo digno y estable. (Constitucion del Ecuador, 2008)

La empresa Natfrexco S.A, con la comercialización y exportación del banano (baby bananas contribuye al progreso económico del Ecuador, también obtiene ingresos por el cual efectúa plazas de empleo.

#### **2.4.2 Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones (COPCI)**

*Art. 93 Fomento a la exportación.-* El Estado fomentará la producción orientada a las exportaciones y las promoverá mediante los siguientes mecanismos de orden general y de aplicación directa, sin perjuicio de los contemplados en otras normas legales o programas del Gobierno:

Acceso a los programas de preferencias arancelarias, u otro tipo de ventajas derivadas de acuerdos comerciales de mutuo beneficio para los países signatarios, sean estos, regionales, bilaterales o multilaterales, para los productos o servicios que cumplan con los requisitos de origen aplicables, o que gocen de dichos beneficios.

Derecho a la devolución condicionada total o parcial de impuestos pagados por la importación de insumos y materias primas incorporados a productos que se exporten, de conformidad con lo establecido en este Código;

Derecho a acogerse a los regímenes especiales aduaneros, con suspensión del pago de derechos arancelarios e impuestos a la importación y recargos aplicables de naturaleza tributaria, de mercancías destinadas a la exportación, de conformidad con lo establecido en el libro V de este Código;

Asistencia o facilitación financiera prevista en los programas generales o sectoriales que se establezcan de acuerdo al programa nacional de desarrollo;

Asistencia en áreas de información, capacitación, promoción externa, desarrollo de mercados, formación de consorcios o uniones de exportadores y demás acciones en el ámbito de la promoción de las exportaciones, impulsadas por el Gobierno nacional; y,

Derecho a acceder a los incentivos a la inversión productiva previstos en el presente Código y demás normas pertinentes.

**Art. 94 Seguro .-** El organismo financiero del sector público que determine la Función Ejecutiva establecerá y administrará un mecanismo de Seguro de Crédito a la Exportación, con el objeto de cubrir los riesgos de no pago del valor de los bienes o servicios vendidos al exterior dentro de los parámetros de seguridad financiera. (COPCI, 2010)

### **2.4.3 (COPCI) capítulo II: Obligaciones tributarias Aduaneras**

**Art. 107.- Obligación Tributaria Aduanera.-** La obligación tributaria aduanera es el

Vínculo jurídico personal entre el Estado y las personas que operan en el tráfico

Internacional de mercancías, en virtud del cual, aquellas quedan sometidas a la potestad aduanera, a la prestación de los tributos respectivos al verificarse el hecho generador y al cumplimiento de los demás deberes formales.

**Art. 108.- Tributos al Comercio Exterior.-** Los tributos al comercio exterior son:

Los derechos arancelarios. Los impuestos establecidos en leyes orgánicas y ordinarias, cuyos hechos generadores guarden relación con el ingreso o salida de mercancías; y, las tasas por servicios aduaneros, SENA

Los recargos arancelarios y demás gravámenes económicos que se apliquen por concepto de medidas de defensa comercial o de similar naturaleza, no podrán ser considerados como tributos en los términos que establece el presente Código, y por lo tanto no se regirán por los principios del Derecho Tributario. (COPCI, 2010)

La empresa Natfrefco. Se guía a las normas de la COPCI para el correcto funcionamiento de sus actividades en el comercio exterior.

#### **2.4.4 Plan Nacional del buen vivir**

***El objetivo 3: Mejorar la calidad de vida de la población***

Propiciar condiciones adecuadas para el acceso a un hábitat seguro e incluyente. Garantizar el acceso a una vivienda adecuada, segura y digna. (Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, 2013)

##### ***Subjetivos***

- a) Es aquella que Norma, regula los servicios de la educación, salud, atención especial hacia el cuidado diario en la Equidad Social
- b) Incorporar profesionales capacitados y calificados según corresponda la pertenencia necesaria de regular y evaluar.

- c) Comenzar la certificación, la acreditación, el licenciamiento según corresponda la presentación que componen el sistema nacional de inclusión.

Natfrexco a través del aprovisionamiento de fuentes de empleo, garantiza una mejor vida para la población Ecuatoriana satisfaciendo las necesidades básicas.

***El objetivo 4: Fortalecer las capacidades y potencialidades de la ciudadanía.***

Para el periodo 2013-2017 proponemos el establecimiento de una formación integral a fin de alcanzar la sociedad socialista del conocimiento. Ello nos permitirán dar el salto de una economía de recursos finitos (materiales) a la economía de recursos infinitos: el conocimiento es preciso centrar los esfuerzos para garantizar a todo el derecho de la educación, bajo condiciones de calidad y equidad, teniendo como centro al ser humano y el territorio. Fortalecernos el rol del conocimiento, promoviendo la investigación científica y tecnológica responsable con la sociedad y la naturaleza.

A través del estrecho lazo que hay entre el ser humano con la naturaleza apreciamos a incentivar los cultivos de la manera tradicional, contribuyendo con siembras de calidad orgánica para así contribuir al país económicamente y cuidar los recursos naturales, adquiriendo conocimientos y experiencias que conllevan a un desarrollo nacional e internacional. (Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, 2013)

***Subjetivos***

- a) Avanzar con universidades en la educación desde el inicio, básico (bachillerato) y una democracia a una educación superior
- b) Obtener una infraestructura con un excelente equipamiento, en la cual pueda tener acceso a conectividad educativa de mobiliarios para establecimientos adaptables. Según corresponda.
- c) Sistema Nacional de Cultura y tecnología en lo que concierne a tecnología e innovación.

***El objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas***

Impulsar actividades económicas que permitan generar y conservar trabajos dignos, y contribuir a la consecución del pleno empleo priorizando a los grupos históricamente excluidos. (Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017, 2013)

Mediante la comercialización internacional del banano (baby bananas) orgánico, en la empresa genera un empleo digno para todos sin exclusividad de raza, sexo o condición social.

### ***Subjetivos***

- a) Promover las actividades económicas que generen y conserven los trabajos dignos para la obtención de un empleo.
- b) Optar por mecanismos que faciliten el rol del empleador para la generación y conservación de trabajos dignos que amplíe la oportunidad de empleo
- c) Fortalecer e impulsar la inserción laboral de los ciudadanos y entrelazar la oferta y la demanda.

### **2.4.5 Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones**

PRO ECUADOR es el Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones, parte del Ministerio de Comercio Exterior, encargado de ejecutar las políticas y normas de promoción de exportaciones e inversiones del país, con el fin de promover la oferta de productos tradicionales y no tradicionales, los mercados y los actores del Ecuador, propiciando la inserción estratégica en el comercio internacional. (PRO ECUADOR, 2016)

### **2.4.6 Ley Orgánica de aduanas**

**Art. 1.-** *Ámbito de Aplicación.*- La presente ley regula las relaciones jurídicas entre el Estado y las personas que operan en el tráfico internacional de mercancías dentro del territorio aduanero. Mercancías son los bienes corporales muebles de cualquier clase.

En todo lo que no se halle expresamente previsto en esta ley, se aplicarán las normas del Código Tributario y más leyes generales y especiales. (Aduanas, 2007)

#### **2.4.7 Ministerio de Relaciones Exteriores, Comercio e Integración**

Se encarga de delinear y llevar adelante la relación del país con otros países, organismos y organizaciones internacionales en el ámbito político, comercial y de seguridad. Los lineamientos de las políticas de relaciones exteriores los realiza a través de sus embajadas, consulados y oficinas comerciales. En la actualidad, el Ecuador tiene más de 80 representaciones diplomáticas en el exterior. Este Ministerio se encarga también de la política de comercio exterior del país (Ministerio de Relaciones Exteriores, 2016)

#### **2.4.8 El Servicio Ecuatoriano de Normalización**

Organismo técnico nacional, eje principal del Sistema Ecuatoriano de la Calidad en el país, competente en Normalización, Reglamentación Técnica y Metrología, que contribuye a garantizar el cumplimiento de los derechos ciudadanos relacionados con la seguridad; la protección de la vida y la salud humana, animal y vegetal; la preservación del medio ambiente; la protección del consumidor y la promoción de la cultura de la calidad y el mejoramiento de la productividad y competitividad en la sociedad ecuatoriana. (INEN, 2016)

#### **2.4.9 Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador**

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador es una empresa estatal, autónoma y moderna, orientada al servicio. Es parte activa del quehacer nacional e internacional, facilitadores del Comercio Exterior, con un alto nivel profesional, técnico y tecnológico.

El Servicio Nacional de Aduana del Ecuador está en constante innovación, y perfeccionamiento de los procesos, con el objetivo de brindar la mejor calidad en el servicio al usuario. (SENAE, 2016)

## **2.5 IDEA A DEFENDER**

Con la elaboración de un proyecto logístico mejorara la rentabilidad y competitividad para la exportación del banano (baby bananas) orgánico de la empresa Natfrexco S.A desde la ciudad de Guayaquil - Ecuador hacia el mercado de Gwangyang - Corea del Sur.

## **2.6 VARIABLES DE ESTUDIO**

### **2.6.1 Variable Independiente**

Elaboración del Proyecto logístico de exportación

### **2.6.2 Variable Dependiente**

Mejorar la rentabilidad competitiva en mercado de Gwangyang - Corea del Sur.

## CAPITULO III MARCO METODOLÓGICO

### 3.1 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

El presente proyecto de exportación tendrá las siguientes modalidades.

**Cuantitativa.-** Debido a que realizaremos un procedimiento para conocer las cifras, usando magnitudes numéricas mediante herramientas del campo de la estadística

**Cualitativa.-** Para la información y de los datos recopilados en los diferentes instrumentos de Investigación se llegara a conocer cualidades que caracterizan al problema a investigarse.

### 3.2 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para la realización del presente trabajo de titulación se van a utilizar los siguientes tipos de investigación.

**Explicativa.-** tiene relación causal en cuanto al problema, persigue a describirlo y a encontrar las causas del mismo.

**Descriptiva.-** El propósito de la investigación descriptiva radica en dar a conocer las costumbres y actitudes a través de la descripción de las actividades, objetos, procesos y personas. Su logro no se limita a la recolección de datos, sino a la identificación de las relaciones que existen entre dos o más variables. Este tipo de investigación se utiliza en todo proyecto de investigación por ser más convenientes y permita la relación directamente con la investigación de campo.

### 3.3 POBLACIÓN Y MUESTRA

Por ser una amplia población será necesario el cálculo de una muestra representativa, para ello se utilizará la fórmula de población finita:

Dónde:

n = Tamaño de la muestra

Z = Nivel de confiabilidad

p = Probabilidad de ocurrencia

q = Probabilidad de no ocurrencia 1 – p

N = Población Gwangyang - Corea del Sur.

$$n = \frac{Z^2 PQN}{Z^2 PQ + Ne^2}$$
$$n = \frac{(1.96)^2 (0.80) (0.20) * 50,115,196}{(1.96)^2 (0.80) (0.20) + (50,115,196) (0.05)^2}$$

$$n = \frac{30,803,605.91}{125,288.6047}$$

$$n = 245,86 = 246$$

En el presente trabajo de titulación se tomará en cuenta las encuestas realizadas hacia el mercado Gwangyang - Corea del Sur mediante la fórmula aplicada nos sale el número a encuestar de 246 y para reafirmar con los resultados de la idea a defender se realiza también encuestas a la empresa Natfrexco S.A., la cual no será de referencia y de gran utilidad en la propuesta final del proyecto logístico a realizarse.

### 3.4 MÉTODOS, TÉCNICAS E INSTRUMENTOS

Soriano, R (1997) menciona que las técnicas e instrumentos para obtener información como, el volumen y el tipo de información ya sea cuantitativa o cualitativa sean halladas de campo para que estén plenamente justificados para los objetivos e hipótesis de investigación. Y lo contrario de lo mencionado es correr el riesgo de recopilar datos sin ninguna utilidad para el momento de analizar el problema y análisis.

- **Métodos**

**Deductivo.-** Permite obtener datos Generales para así contractar con el proceso de la logística de exportación basado en los modelos existentes o y sus variedades aplicable durante el periodo de estudio.

**Inductivo.-** posee la intención de determinar aspectos específicos que nos conllevan a operaciones de éxito, las necesidades económicas y financieras entorno a las inversiones necesarias para poner el producto en el mercado propuesto.

**Analítico.-** Analizar datos financieros y observar los resultados de la aplicación de cada estudio y poder llegar a las conclusiones y recomendaciones finales del proyecto.

- **Técnica e Instrumentos**

**Observación:** Capta la realidad objetiva de los sentidos en particularidad de ver.

**Entrevista:** La entrevista es una técnica en la cual se recopila la información mediante una conversación profesional, con la que se adquiere información en cuanto a lo que se investiga.

**Encuesta:** La encuesta es una técnica de provecho de información de interés sociológico, mediante un cuestionario previamente elaborado, a través del cual se puede conocer la opinión o valoración del sujeto seleccionado.

### **3.5 RESULTADOS**

#### **Encuesta #1**

**Unidad de estudio.-** Análisis al Mercado de Gwangyang – Corea del Sur

## Pregunta 1

¿Consume banano?

**Tabla 2: Consumo del banano en Gwangyang – Corea del Sur**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	236	96%
No	10	4%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 4: Consumo del banano en Gwangyang – Corea del Sur**



Fuente: Tabla N° 2

Elaborado por: Valencia, L (2017)

## Análisis

El 96% responde con un sí y el 4% con un no en cuanto al consumo de banano.

## Interpretación

La población de Gwangyang corea del sur responde con un alto índice de que si consumen banano. Y esto se debe a que tienen como habito comer una banana diaria, también se conoce como colación de todos los niños pequeños el banano baby bananas o finger bananas conocido comúnmente en el territorio Sur Coreano.

## Pregunta 2

¿Con que frecuencia consume banano (baby bananas)?

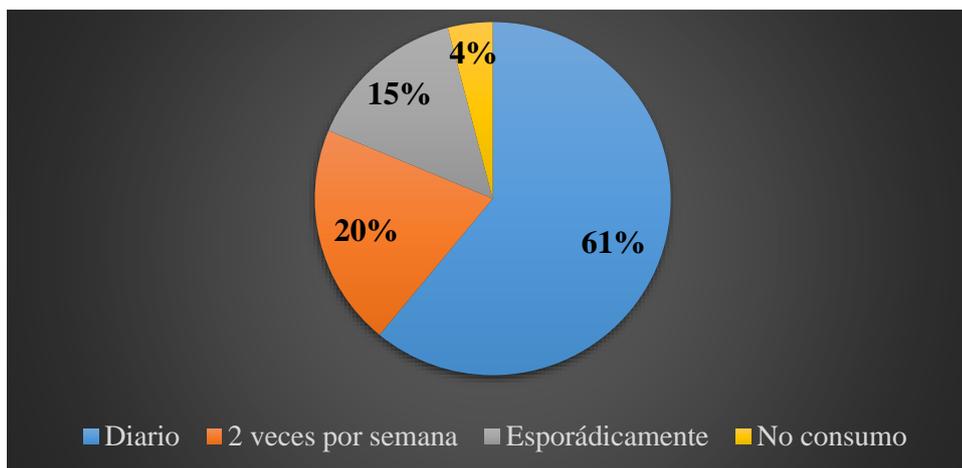
**Tabla 3: Frecuencia del consumo de banano**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Diario	150	61%
2 veces por semana	50	20%
Esporádicamente	36	15%
No consumo	10	4%

**Fuente:** Encuesta

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

**Gráfico 5: Frecuencia del consumo de banano**



**Fuente:** Tabla N° 3

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

## Análisis

El consumo de banano en Corea responde que diariamente consumen el 61%, 2 veces por semana el 20%, mientras el 15% consume esporádicamente y por último el 4% no le es apetecido la fruta.

## Interpretación

Gwangyang es un mercado potencial para Ecuador debido a que el índice diario es alto y su apertura a nivel mundial resulta competitiva.

### Pregunta 3

¿Qué particularidades busca al momento de comparar banano (baby bananas)?

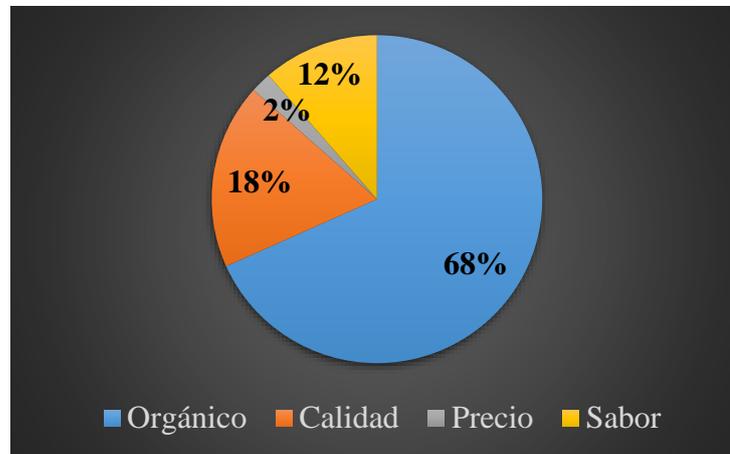
**Tabla 4: Particularidades del banano (baby bananas)**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Orgánico	168	68%
Calidad	45	18%
Precio	5	2%
Sabor	28	12%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 6: Particularidades del banano (baby bananas)**



Fuente: Tabla N° 4

Elaborado por: Valencia, L (2017)

### Análisis

Los factores que inciden en una compra para el cliente según el grado de importancia se ha obtenido la respuesta de un 68% prefiere el producto orgánico, e el 18% se enfoca en la calidad, el 28% prefiere que tenga sabor y el 2% contesta que el factor que incide en la compra es el precio.

### Interpretación

Podemos decir que el factor con mayor incidencia a comprar un producto se inclinan a los productos orgánicos, desde la perspectiva de Natfrexco es un punto favorable debido a que el elemento a exportar son baby bananas orgánico.

#### Pregunta 4

¿De qué país consume el banano (baby bananas)?

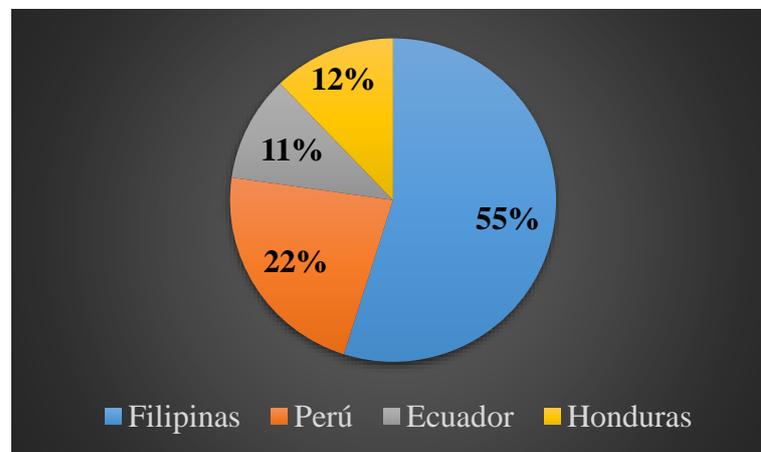
**Tabla 5: Consumo del banano (baby bananas) por países**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Filipinas	135	55%
Perú	55	22%
Ecuador	26	11%
Honduras	30	12%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 7: Consumo del banano (baby bananas) por países**



Fuente: Tabla N° 5

Elaborado por: Valencia, L (2017)

#### Análisis

El consumo por países en Corea del Sur, se encuentra con un 55% Filipinas quien predomina, seguido de Perú con un 22%, un 11% el ingreso de Ecuador y con el 12 % Honduras

#### Interpretación

Uno de los grandes exportadores y reconocidos por Corea del Sur el ingreso del banano Filipino quien ha tiene una gran trayectoria, el consumo a lo que se refiere el periodo 2015 y 2016 ha bajado por la apertura de nuevo ingreso de banano fresco por los comerciantes de producto musa Acuminata AA. Para no ser monopolizado por Filipina.

## Pregunta 5

¿Le interesaría consumir banano Ecuatoriano (baby bananas)?

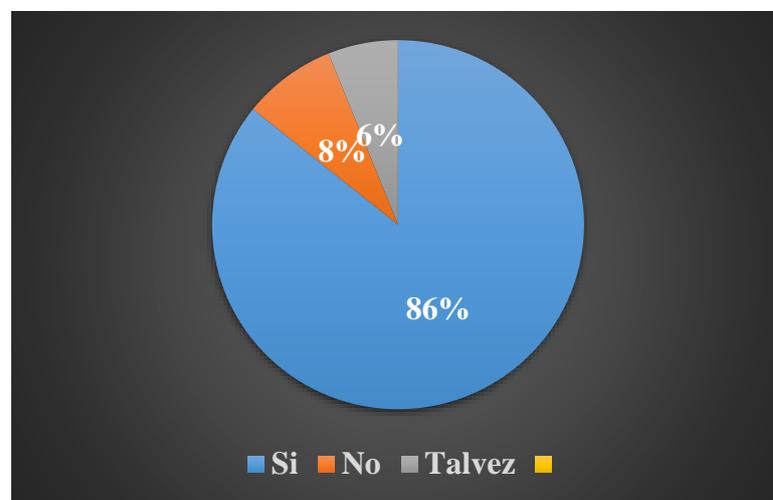
**Tabla 6: Consumo del banano (baby bananas) Ecuatoriano**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	211	86%
No	20	8%
Tal vez	15	6%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 8: Consumo del banano (baby bananas) Ecuatoriano**



Fuente: Tabla N° 6

Elaborado por: Valencia, L (2017)

## Análisis

A la población Coreana le interesa probar el producto Ecuatoriano un 86% responde que les gusta degustarlo, mientras que el 8% no lo probarían y el 6% tal vez lo aceptarían para su alimentación

## Interpretación

Es bueno saber que mediante estos datos se ha podido determinar que por parte de la clientela sur coreana tiene apertura el producto y ser aceptado en los hogares del territorio asiático ya mencionado.

## Pregunta 6

¿Conoce los beneficios del banano Ecuatoriano (baby bananas)?

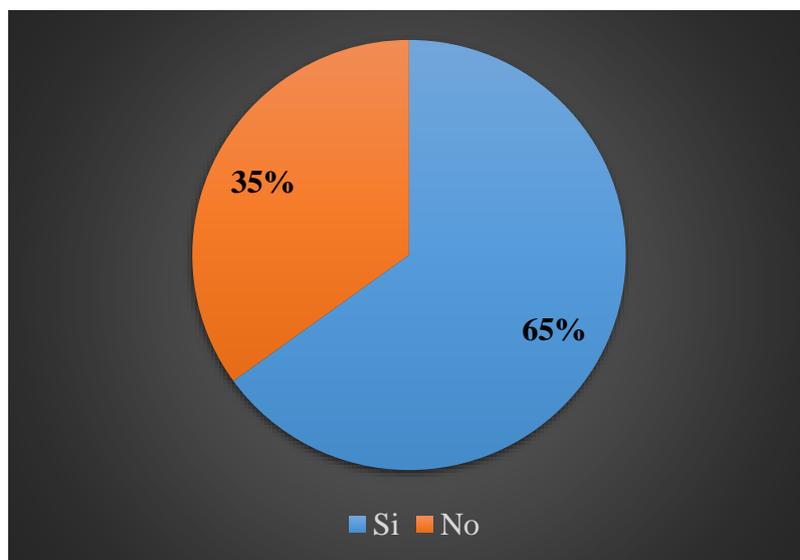
**Tabla 7:** Beneficios del Banano Ecuatoriano (baby bananas)

Alternativa	Frecuencia	porcentaje
Si	186	65%
No	100	35%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 9:** Beneficios del Banano Ecuatoriano (baby bananas)



Fuente: Tabla N° 7

Elaborado por: Valencia, L (2017)

## Análisis

Un 65 % conoce los benéficos que tiene el producto Ecuatoriano ante el mercado, mientras que un 35% no conoce las propiedades del banano

## Interpretación

El Ecuador es reconocido a nivel mundial y no dejo de ser la acepción en corea del sur, como se ha podido notar que mediante la encuesta la mayoría de los Sur Coreanos conocen las propiedad expuesta por el territorio Ecuatoriano

## Pregunta 7

¿En qué lugares adquiere el banano (baby bananas)?

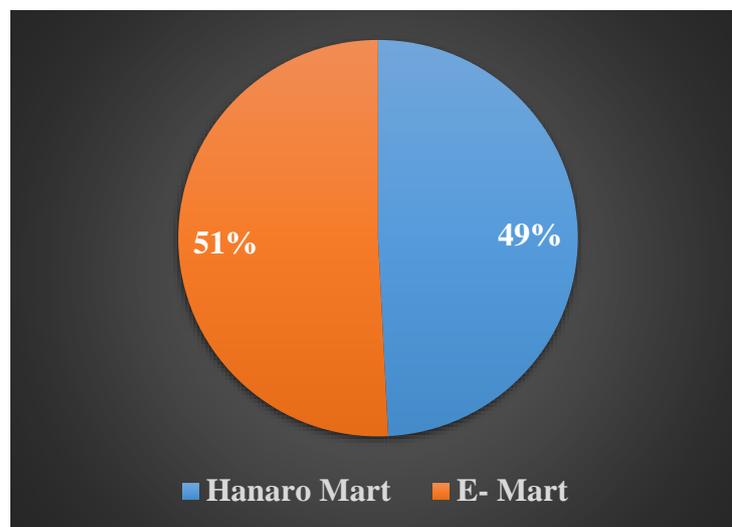
**Tabla 8: Adquisición del banano Baby banana**

Alternativa	Frecuencia	porcentaje
Hanaro Mart	121	49%
E- Mart	125	51%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 10: Adquisición del banano Baby banana**



Fuente: Tabla N° 8

Elaborado por: Valencia, L (2017)

## Análisis

Las cadenas de supermercados donde hay la adquisición del banano los consumidores un 51% lo compran en el supermercado E – Mart con un porcentaje de 51%, mientras que el 49% lo consiguen en las cadenas de Hanaro Mart.

## Interpretación

En Corea se encuentran cadenas grandes en las cuales se encuentran frutas frescas en distintas partes del país, una de las cadenas a la cual está asociada la empresa Natfrexco es Hanaro Mart, quien forma una cadena de productos grandes dentro de Gwangyang.

## Encuesta #2

**Unidad de estudio.-** Análisis de estudio a los Socios y profesionales de la empresa Natfrexco S.A – Ecuador.

### Pregunta 1

**¿Tiene conocimiento de cómo realizar una exportación?**

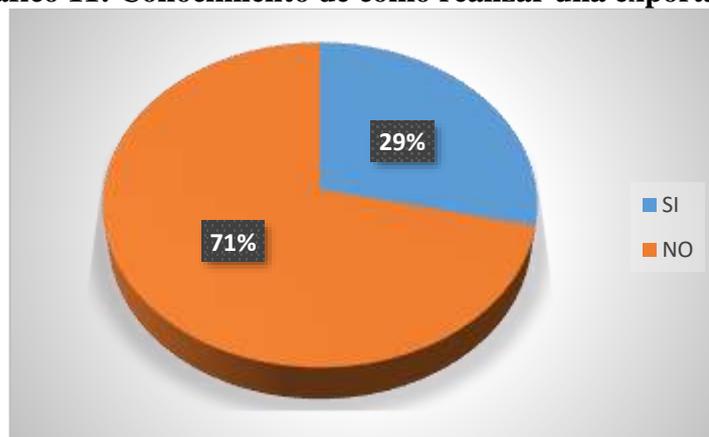
**Tabla 9: Conocimiento de cómo realizar una exportación**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	6	29%
NO	15	71%
<b>TOTAL</b>	21	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 11: Conocimiento de cómo realizar una exportación**



Fuente: Tabla N° 9

Elaborado por: Valencia, L (2017)

### Análisis

En respuesta a la primera pregunta el 71% de los trabajadores del departamento administrativo y socios responden que no tienen ningún conocimiento en lo referente a comercio exterior, mientras que el 29 % si lo tenía.

### Interpretación

La mayoría de los trabajadores profesiones y socios no tenían el conocimiento para realizar las operaciones de negocio internacional del banano (baby bananas) y el 27 % conoce de las exportaciones, que son los que se encargan de dicho departamento.

## Pregunta 2

¿Ustedes como socios de la empresa y profesionales administrativos están de acuerdo que se exporte el banano (baby bananas) hacia Gwangyang – Corea del Sur?

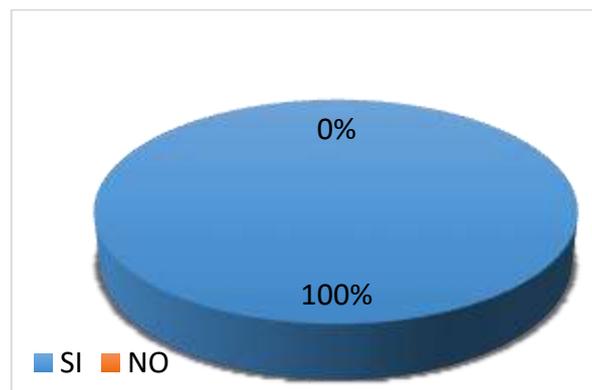
**Tabla 10: Acuerdo de socios y profesionales administrativos en la exportación del banano**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	21	100%
NO	0	
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 12: Acuerdo de socios y profesionales administrativos en la exportación del banano**



Fuente: Tabla 10

Elaborado por: Valencia, L (2016)

### Análisis:

El 100 % de los Socios y personal de análisis administrativos están de acuerdo que se exporte el banano hacia Corea del Sur.

### Interpretación

El 100% se los socios se encuentra de acuerdo para la exportación, debido a que conocen que es un mercado potencial en el cual les generara ganancias altas.

### Pregunta 3

¿Cree usted que el banano (baby bananas) sea aceptado en el mercado extranjero?

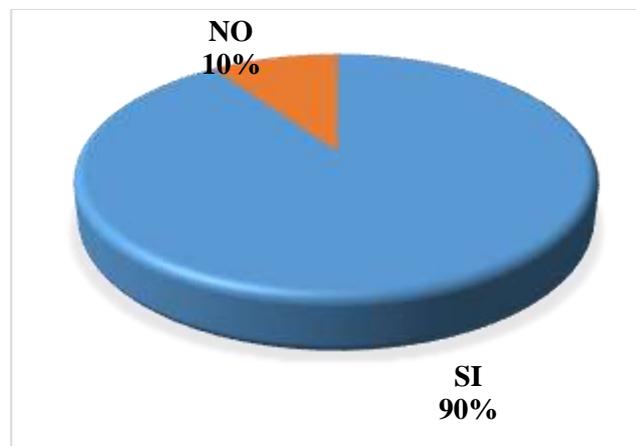
**Tabla 11: Aceptación en el mercado extranjero del banano**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	19	90%
NO	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 13: Aceptación en el mercado extranjero del banano**



Fuente: Tabla 11

Elaborado por: Valencia, L (2017)

### Análisis

El 80 % de los encuestados dieron a conocer que el producto sería aceptado mientras que el 10% manifiesta que no tendrá aceptación.

### Interpretación

En su mayoría se mencionó que el producto tendría acogida por la población coreana, en cuanto a la diferencia que ahora se expone el banano dándole un valor único y de calidad. Mientras que el 10% menciona que no tendrá una aceptación basándose a la popularidad mala que anteriormente había en los exportadores Ecuatorianos que dañaron el mercado asiático.

#### Pregunta 4

¿Qué características posee el banano (baby bananas) a diferente de otros bananos de la competencia internacional?

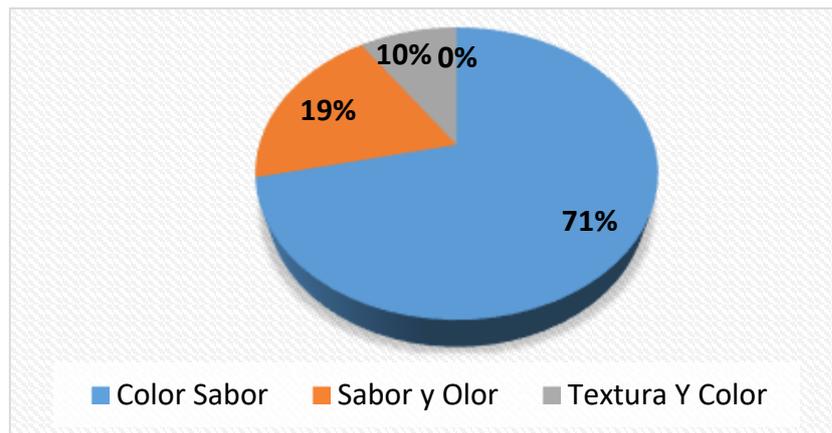
**Tabla 12: Características que posee el banano (baby bananas)**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Color Sabor	15	71%
Sabor y Olor	4	19%
Textura Y Color	2	10%
Olor y Textura	0	
Otros	0	
TOTAL	21	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 14: Características que posee el banano (baby bananas)**



Fuente: Tabla 12

Elaborado por: Valencia, L (2017)

#### Análisis

Las características distintivas que los hace único a exportar, manifiestan que el 71% es el color y sabor, el 19% señala que es el sabor y color, el 10% textura y color.

#### Interpretación

La Empresa Natfrefco en su mayoría opta por caracterizar a su producto (baby bananas) como único distintivo con color y sabor, es aquello inigualable para competir en mercados internacionales.

## Pregunta 5

¿Usted tiene conocimiento de lo que trata un proyecto logístico?

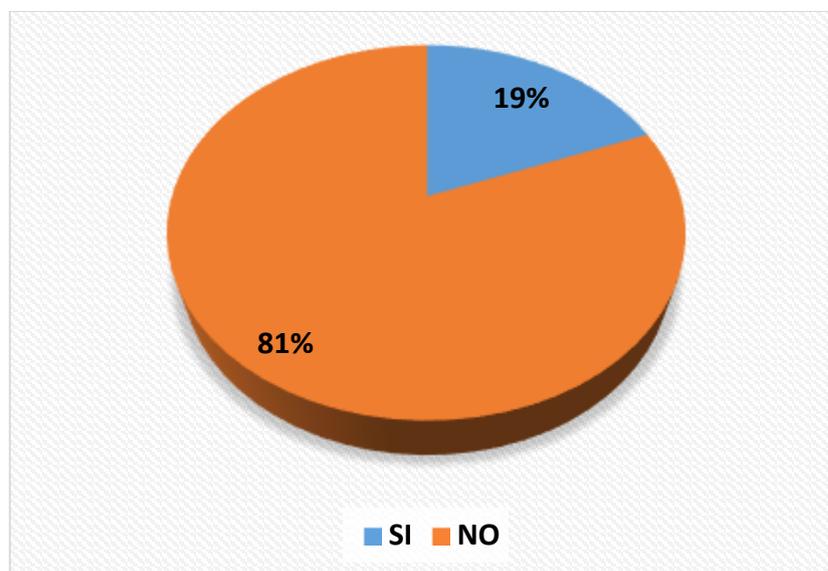
Tabla 13: Conocimiento de lo que trata un proyecto logístico

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
SI	4	19%
NO	17	81%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

Gráfico 15: Conocimiento de lo que trata un proyecto logístico



Fuente: Tabla 13

Elaborado por: Valencia, L (2017)

### Análisis

El 19% de los encuestados conocen lo que es un proyecto logístico, mientras que el 81% mencionan que desconocen la logística internacional.

### Interpretación

En la mayoría del personal administrativo e incluidos socios, no conocen lo que conlleva un proyecto logístico. Lo que determina a que requieren de un refuerzo en mencionada área.

## Pregunta 6

¿Considera usted que la empresa Natfrefxco necesita de la ayuda de un proyecto logístico para exportar?

**Tabla 14: Como ayuda un proyecto logístico para exportación**

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	19	90%
No	2	10%
<b>TOTAL</b>	<b>21</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Valencia, L (2017)

**Gráfico 16: Como ayuda un proyecto logístico para exportación**



Fuente: Tabla 14

Elaborado por: Valencia, L (2017)

## Análisis

El 90 % indica que un proyecto logístico si les favorece mientras que el 10 % señala que no les favorece.

## Interpretación

Los socios estuvieron de acuerdo que un proyecto logístico sería de gran ayuda para la empresa, ya que la raíz de las falencias interna empieza desde el sistema logístico de abastecimiento no aplicando los pasos adecuados, trasmitiendo la falta de seriedad ante el comprador extranjero. Llevándolos como finalidad a que el producto sea castigado al país de destino no acordando que la fecha manifestada.

### 3.6 VERIFICACIÓN DE LA IDEA A DEFENDER

Mediante la utilización de las encuestas dirigidas al mercado de Gwangyang vía online y la encuestas dirigidas a los socios de la empresa Natfrefco, podemos decir que la exportación de banano hacia Corea tiene una gran aceptación con un 86% le gustaría consumir el producto banano, respuesta obtenida de la pregunta # 5 (Corea del Sur). Con lo que respecta al objetivo de estudio de un proyecto logístico en empresa Natfrefco S.A, será de gran ayuda debido a que deduce falencias en el sistema operacional tanto interno como externo. En la pregunta # 5 de los socios (Ecuador) encuetados, indica que el 81% desconocen los procesos logístico y en la pregunta # 6, se les menciona, que si requieren de dicho aporte logístico, señalando con una respuesta representativa del 90%, incluidos socios y personal administrativo que requieren de un diseño logístico para la mejora de procesos de la misma. Por cuanto a lo expuesto y a los resultados obtenidos podemos determinar previo proyecto para la solución de problemas actuales.

**Tabla 15: FODA de la información obtenida del resumen de los resultados**

FORTALEZA	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contar con un producto de alta calidad (orgánico)</li> <li>• Contar con maquinaria nueva</li> <li>• Contar con un espacio físico en Corea con una sucursal de Natfrefco.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explorar un nicho de mercado nuevo</li> <li>• Ser parte de una cadena grande en Corea como Hanaro Mart.</li> <li>• Un contrato por 5 años con Corea del Sur.</li> </ul>
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de maquinaria</li> <li>• Escasa información interna, desorden logístico</li> <li>• Falta de personal y profesionales para las respectivas áreas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• logística internacional. (competencia)</li> <li>• Castigo del producto</li> <li>• Cancelación del contrato</li> </ul>

**Fuente:** Encuesta & Entrevista.

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

## **CAPITULO IV MARCO PROPOSITIVO**

### **4.1 LA EMPRESA**

#### **4.1.1 Reseña histórica**

La empresa Natfrexco es una empresa que se dedica a la exportación de frutas tropicales en Ecuador. Ubicada en la ciudad de Guayaquil, tiene una trayectoria en su comercio con el mercado de Rusia durante los últimos 15 años, comenzando con la empresa “Trinifresh”, los permisos de presentar un mecanismo mediante el cual, con un crecimiento lento y constante del mercado en la exportación y comercialización de plátanos frescos. Mediante estudios internos de la empresa, ha empezado a ampliar su oferta, por lo tanto la oportunidad a exportar hacia el mercado Sur Coreano hace 2 años ha sido un éxito, teniendo el banano Ecuatoriano un excelente acogimiento en dicho país asiático.

Dada a la necesidad y exigencia del mercado a enfocarse, la empresa Natfrexco se haya en mejorar el producto y satisfacer a sus clientes al máximo, debido a ello se ha tomado en cuenta que para el ingreso del mercado Coreano se debe obtener productos orgánicos, por lo tanto, actualmente se ofrece un producto de calidad más pequeño para adaptación del estilo de vida de los consumidores. Se ha hecho la exportación tradicional del banano Cavendish, pero mediante cambios positivos se ha intercambiado y potencializado por el banano (baby bananas orgánico) cumpliendo las exigencias del nicho, satisfaciendo a la clientela final. Y siendo el producto estrella.

Hoy por hoy cuenta con un convenio con la asociación de producción “AGROPECUARIA TABLAS DE LA FLORIDA ASOPROTABF” del cantón Caluma, tienen 305 hectáreas dedicada para la actividad del banano (baby bananas orgánico), por el cual la zona se considera apta con un incremento interesante que despierta interés de cuidado en el proceso. Ya que el hecho que sea orgánico aumenta el precio justo considerable y aceptable.

#### **4.1.2 Misión**

Generar valor y satisfacción para nuestros clientes, proveedores y accionistas a través de la gestión óptima proporcionada por nuestro personal a cargo de producción, operación, logística y comercialización, a través de la garantía de calidad basada en la excelencia.

#### **4.1.3 Visión**

Somos un equipo de profesionales que comercializa frutas, camarones y café, liderando a nuestros productores de plantaciones para brindar los mejores productos posibles, atender a nuestros consumidores con eficiencia y conciencia de costos, contribuyendo al desarrollo sostenible y al bienestar de nuestra sociedad en Ecuador.

#### **4.1.4 Políticas**

- Contratar personal equipado en el profesionalismo de la gestión de negocios.
- Utilizar el marketing adecuado para ser anunciado de la mejor manera el bien ofertado
- Ubicar a la empresa en la mejor posición económica, para que de esta manera sea la carta de presentación de negociaciones y comercializaciones hacia distintos lugares del mundo.
- Realizar la supervisión de la calidad de la fruta, para asegurarnos de no tener inconvenientes con el mercado extranjero.

#### **4.1.5 Objetivos institucionales**

- Garantizar operaciones transparentes con mejora continua y mantener la satisfacción en los mercados.
- Ser una empresa con operaciones eficiente y rentable.

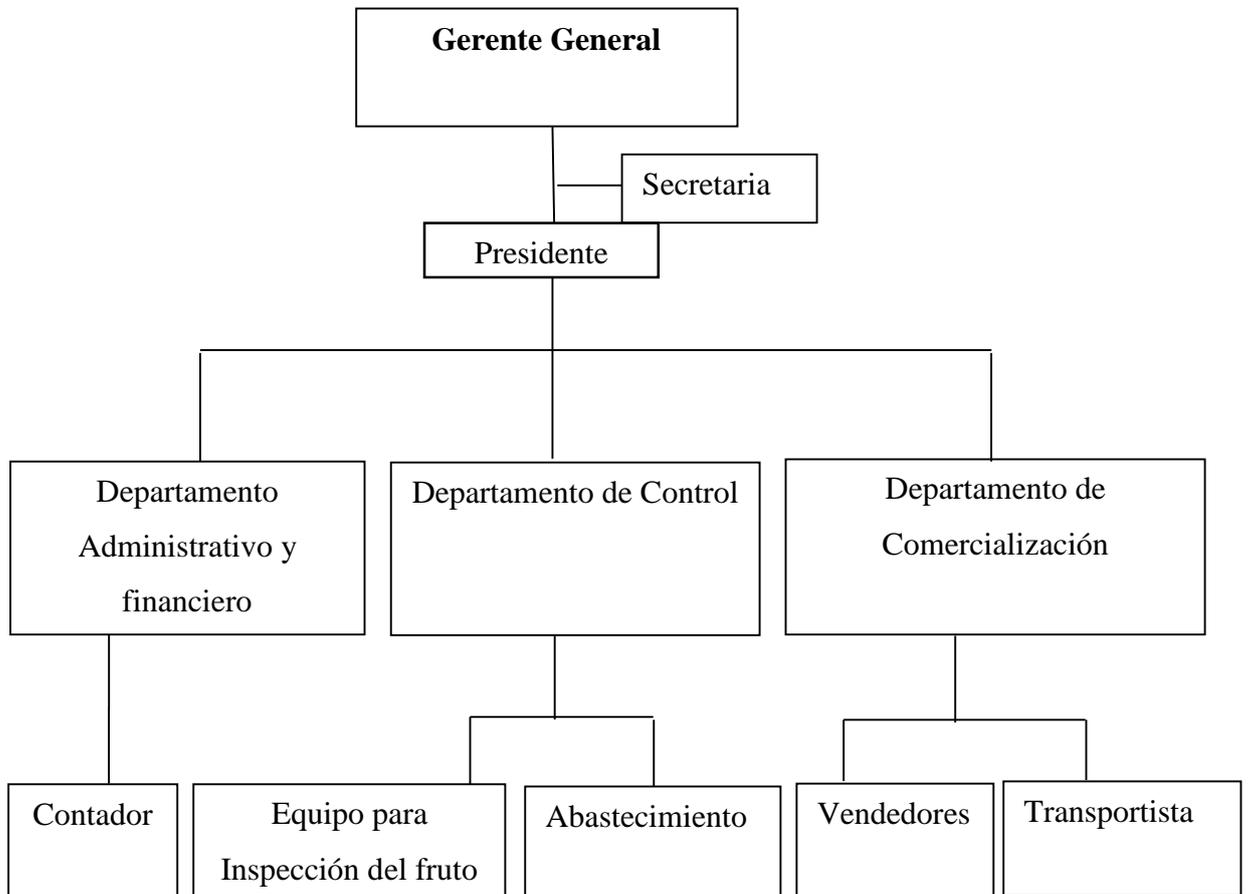
#### **4.1.6 Valores y Estrategias**

**Valore:** Honestidad, Lealtad, Transparencia y Dedicación.

**Estrategias:** Asegurar una calidad óptima de la fruta con una rentabilidad.

#### 4.1.7 Organigrama de la empresa NATFREXCO S.A

Gráfico 17: Organigrama de la empresa NATFREXCO S.A



**Fuente:** Empresa Natfrexco S.A

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### 4.1.8 FODA de la empresa NATFREXCO S.A

**Tabla 16: Análisis FODA de la empresa NATFREXCO S.A**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• La Producción que se obtiene de la asociación para la exportación cuenta con certificaciones optimas expuestas por el estado Ecuatoriano y país de destino.</li><li>• Optima alta capacidad de oferta de exportación debido a la Ubicación geográfica que beneficia el cultivo.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• El banano es apetecido por el mercado internacional</li><li>• Nichos de mercados no atendidos apertura de nuevo mercado asiático en Gwangyang – Corea del Sur.</li></ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Desconocimiento en partes de la logística para la negociación internacional.</li><li>• Transporte dependiente en aduana Puerto Gye</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Productos sustitutos</li><li>• Variación de precios</li><li>• Competencia</li><li>• Legislación de los países</li></ul>

**Fuente:** Empresa Natfrexco S.A

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

## 4.2 ANTECEDENTES DEL BANANO

### Producción

El banano orito es un cultivo tradicional y propio de la zona de Cumandá. Su producción involucra a la comunidad rural y urbana de este importante cantón. Es exportado directamente al mercado estadounidense, en el que tiene una gran aceptación por su exquisito sabor, pero queda un pequeño excedente para consumo local, el cual es aprovechado por los turistas extranjeros que visitan esta región y por la comunidad Ecuatoriana.

Se calcula que en el país existen alrededor de 8.000 hectáreas de banano orito (Musa AA). Este cultivo es sustento para miles de familias ecuatorianas, principalmente para aquellas asentadas en las estribaciones de cordillera de las provincias Guayas, Azuay, El Oro, Bolívar, Cotopaxi y Chimborazo, en donde las plantaciones son manejadas, predominantemente, de forma orgánica y tradicional. (Akrear, 2015)

Variedad: Orito (baby banana)

Tamaño de los dedos: aprox. 12cm

Nombre Científico: Musa acuminata AA

Calibre: Min. 26 mm Max. 34 mm

Número de dedos por mano: Min. 14 Max. 20

Edad de la fruta: 6 semanas

Cajas: peso 16lbs

**Descripción:** El orito es una variante más pequeña del banano, de aproximadamente 12 cm y con un sabor más dulce. También se denomina en inglés "finger banana" o "lady finger" por sus dimensiones similares a un dedo. Cuando está maduro, tiene la piel amarilla y la pulpa casi blanca, cremosa y de alta consistencia.

**Uso:** Por sus dimensiones diminutas y el sabor dulce, el orito es el preferido de los niños. Siendo una importante fuente de carbohidratos, es un complemento ideal en el lunch ya que provee una fuente de energía adicional para los niños activos. Además de ser consumido crudo como postre, el orito puede ser preparado en diferentes formas, tal como horneado, sauté, asado a la parrilla o en ensaladas.

**Almacenaje:** En la temperatura ambiente, es preferible no refrigerarlo. Es importante no manipular mucho el orito, ya que es muy sensible y cambia rápidamente el color adquiriendo mancha café. (Akrear, 2015)

**Época de producción:** todo el año.

**Características nutricionales:** Como la mayoría de las bananas, el orito es una excelente fuente de vitamina B6 (importante para la salud del corazón), vitamina C, fibra y potasio. (Bona Fruta, 2012)

**Tabla 17: Información nutricional**

<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
<b>1 banana</b>	(885g)
<b>Calorías</b>	(80)
<b>Calorías de grasa</b>	(0)
<b>Grasa saturada</b>	0 %
<b>Colesterol omg.</b>	0 %
<b>Sodio Omg.</b>	0 %
<b>Total</b>	7 %
<b>Carbohidratos:</b>	(20g.)
<b>Fibra Dietética</b>	1g. 4%
<b>Azúcar</b>	13g.
<b>Proteína</b>	1g.
<b>Vitamina C</b>	15%
<b>Vitamina A</b>	0%

**Fuente:** Dissupp

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

**Una planta de orito posee las siguientes características:**

El pseudotallo es de color amarillo verdoso con abundantes manchas castaño oscuras, su altura oscila entre 2.5 y 3.7 metros. Las hojas son angostas y erectas; el racimo es compacto y tiene forma de cilindro. En un racimo pueden encontrarse de 6 a 11 manos y entre 107 a 286 dedos. . La fruta es de tamaño pequeño y con extremos redondeados, a la madurez toma un color amarillo limón. La pulpa es ligeramente amarilla, suave, pastosa, dulce y con mucho aroma cuando madura. (Bona Fruta, 2012)

## **Las exportaciones Ecuatorianas de banano**

*La variación –de acuerdo a los datos- en peso es del 7.1%, y en valor llega al 11.6%*

Las exportaciones ecuatorianas de banano aumentaron en los primeros ocho meses de este año, en comparación con igual periodo de 2014. Según las cifras provisionales del Banco Central, entre enero y agosto del año anterior Ecuador exportó 3.855.986 toneladas de banano, mientras que en el mismo lapso del presente año las ventas llegaron a 4.131.404 toneladas. El volumen comercializado el año anterior representó 1.664 millones de dólares, en tanto que lo exportado este año equivale a 1.858 millones de dólares. La variación –de acuerdo a los datos- en peso es del 7.1%, y en valor llega al 11.6%. También, entre los años 2013 y 2014 la producción de banano aumentó, de acuerdo a la Encuesta de Superficie y Producción Agropecuaria Continua (ESPAC). En 2013 se produjeron 5.995.527 toneladas métricas, pero para 2014 llegó a 6.907.376 toneladas. Los datos de producción de este 2015 se los tendrá a inicios del próximo año, ya que la Encuesta es anual. ”. (MAGAP, 2015)

Ecuador es el primer exportador de banano de calidad a nivel mundial. Para Eduardo Ledesma, de la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador,

Este incremento de la producción y exportación de banano ratifica lo que el 24 de abril de 2012 anticipaba el analista económico, Walter Spurrier, en su artículo “Ministro del Banano”, en el que puntualizaba que quizá el sector necesite de “alguien que pueda dar una visión fresca al problema bananero”. (MAGAP, 2015)

### **4.3 TITULO**

PROYECTO LOGÍSTICO PARA LA EXPORTACIÓN DEL BANANO (BABY BANANAS) ORGÁNICO DE LA EMPRESA NATFREXCO S.A DESDE LA CIUDAD DE GUAYAQUIL - ECUADOR HACIA EL MERCADO DE GWANGYANG - COREA DEL SUR.

### 4.3.1 Objetivo de la Propuesta.

- **FASE N° 1.-** Estudio de mercado
- **FASE N° 2.-** Analizar el mercado de destino Gwangyang - Corea del Sur.
- **FASE N° 3.-** Análisis Técnico y Administrativo
- **FASE N° 4.-** Diseño de un plan logístico DFI de exportación para la empresa Natfrefco S.A

## 4.4 FASE N°1 ESTUDIO DE MERCADO

### 4.4.1 Análisis del macro entorno

El macro entorno está compuesto por todos aquellos factores demográficos, económicos, del país que sobresaltan al entorno de la empresa. A continuación se analiza cada una de ellas.

### 4.4.2 Análisis Económico

#### 4.4.2.1 Producto Interno bruto PIB

Es aquel valor económico de los bienes y servicios terminados, producidos por la economía de un país en un periodo determinado. (De Gregorio, 2007)

**Tabla 18: Producto Interno Bruto**

<b>Año</b>	<b>PIB (Millones)</b>
<b>2013</b>	94.47
<b>2014</b>	100.28
<b>2015</b>	101.06
<b>2016 (e)</b>	<b>105.19</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

Ecuador en el 2013 tuvo un PIB de 94.47 millones de dólares. En el 2014 concluye con un PIB de 100.28 millones de dólares. Para el 2015 alcanzo 101.06 millones de dólares.

Lo que indica que el país no ha tenido un crecimiento en relación con el año anterior pese a la caída del precio de petróleo. Para el año 2016 se estima un PIB de \$105.19 millones.

#### 4.4.2.2 PIB Per Cápita

Es el PIB de un país dividido entre su población, representa la cantidad promedio de bienes y servicios por persona. (Andersen, 1999)

**Tabla 19: PIB Per cápita**

<b>Año</b>	<b>PIB per cápita(Miles)</b>
<b>2013</b>	5.989
<b>2014</b>	6.257
<b>2015</b>	6.208
<b>2016</b>	<b>6.362</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

En la tabla se muestra que el año 2013 el PIB Per Cápita fue de \$5.989. En el año 2014 el PIB Per cápita es de \$6.257. En el año 2015 el PIB Cápita fue de \$6.208. Esto indica que el PIB Per Cápita del país ha disminuido en relación con el año anterior. Se espera que el 2016 cierre con un PIB Per cápita de \$6.362.

#### 4.4.2.3 Inflación

Aumento generalizado del nivel de precios en una economía. (Andersen, 1999)

**Tabla 20: Inflación**

<b>Año</b>	<b>Inflación(porcentaje)</b>
<b>2014</b>	3.67%
<b>2015</b>	3.38%
<b>2016 Marzo</b>	<b>2.32%</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

La inflación del 2014 que es de 3.67%. En el 2015 bajo al 3.38%. Y para el 2016 en el mes de marzo bajo al 2.32%.

#### 4.4.2.4 Tasa de Interés Activa y Pasiva (mes de mayo)

Tasa Activa es tasa de interés que reciben los intermediarios financieros de los demandantes por los préstamos otorgados. La tasa pasiva es la tasa de interés que pagan los intermediarios financieros a los oferentes de recursos por el dinero captado. (De Gregorio, 2007)

**Tabla 21: Tasa de interés**

Tasa de interés	Porcentaje
<b>Activa (Mayo 2016)</b>	8.89%
<b>Pasiva(Mayo 2016)</b>	<b>5.47%</b>

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

La tasa de interés activa en el Ecuador en el 2016 del mes de Mayo es de 8.89% y la tasa pasiva es de 5.47%.

#### 4.4.2.5 Riesgo país.

El riesgo país es el riesgo de una inversión económica debido a factores específicos y comunes a un cierto país. Mide en el tono político, económico, seguridad pública (Hernandez G. , 2006)

**Tabla 22: Riesgo País**

Año	Puntos
<b>2014</b>	610.00
<b>2015</b>	701.00
<b>2016</b>	<b>938.00</b>
<b>Mayo</b>	

**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

El Riesgo País en el 2014 es de 610 puntos, en el 2015 es de 701 puntos. El Riesgo País en el Ecuador en el año 2016, mes de mayo es de 938 puntos. Esto quiero decir que el Ecuador tiene una capacidad de pago de 938 puntos. Se tiene en cuenta que mientras más alto es el número, es más riesgoso atraer la inversión, pese a que es un indicador clave para el inversionista.

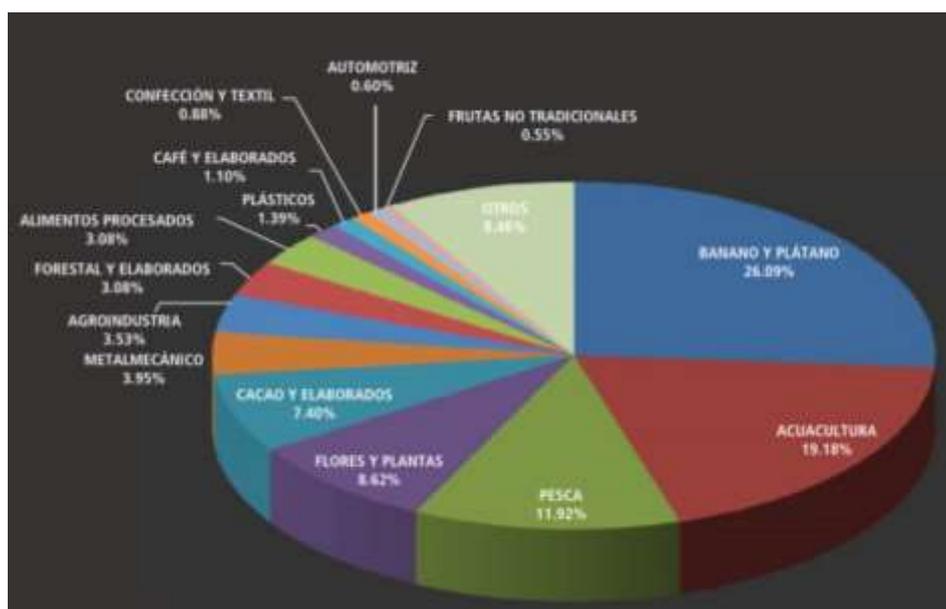
#### 4.4.2.6 Exportaciones del Ecuador

El Ecuador por contar con un clima privilegiado y además con cuatro regiones naturales perfectamente definidas produce una rica variedad de productos. La producción de Ecuador permite satisfacer las necesidades del consumidor nacional y extranjero.

#### 4.4.2.7 Principales productos de exportación

Ecuador en el 2016, el principal sector de exportación se constituye a un 26,09% por el banano, le sigue la acuicultura con una participación del 19,18%, en tercer lugar la pesca con el 11,92%, en cuarto puesto está las flores y fauna con un promedio de 8,62%. Seguido de ello el cacao con un 7,70%. Y el resto de productos con un porcentaje mínimo se encuentran los procesados, forestales, elaborados, metálicos agroindustriales, plástico, café, textil, frutas no tradicionales entre otros.

**Gráfico 18: Productos de exportación de Ecuador 2016**



**Fuente:** PRO ECUADOR  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

## Mercados de exportación desde Ecuador hacia el mundo 2016

Tabla 23: Principales mercados de exportación

<b>Estados Unidos</b> 28.20%	<b>Países Bajos</b> 3.68%	<b>Turquía</b> 1.93%
<b>Vietnam</b>	Italia 2.85%	Argentina 1.64%
<b>Colombia</b>	Venezuela 2.54%	Reino Unido 1.63%
<b>Rusia</b> 6.36%	Perú 2.09%	Japón 1.42%
<b>Alemania</b>	Bélgica 2.03%	México 1.14%
<b>China</b>	Francia 1.98%	Corea
<b>España</b>	<b>Chile</b> 1.93%	<b>Demás Países</b>

Fuente: PRO ECUADOR

Elaborado por: Valencia, L (2017)

Las principales exportaciones en el Ecuador han sido hacia los siguientes mercados, entre los cuales tenemos a los 5 principales que son. Estados Unidos otorgándole el primer lugar con un 28.20%, seguido de Vietnam con el 7.40%, Colombia con el 7.05%, Rusia con el 6.36% y Alemania con el 4.84%.

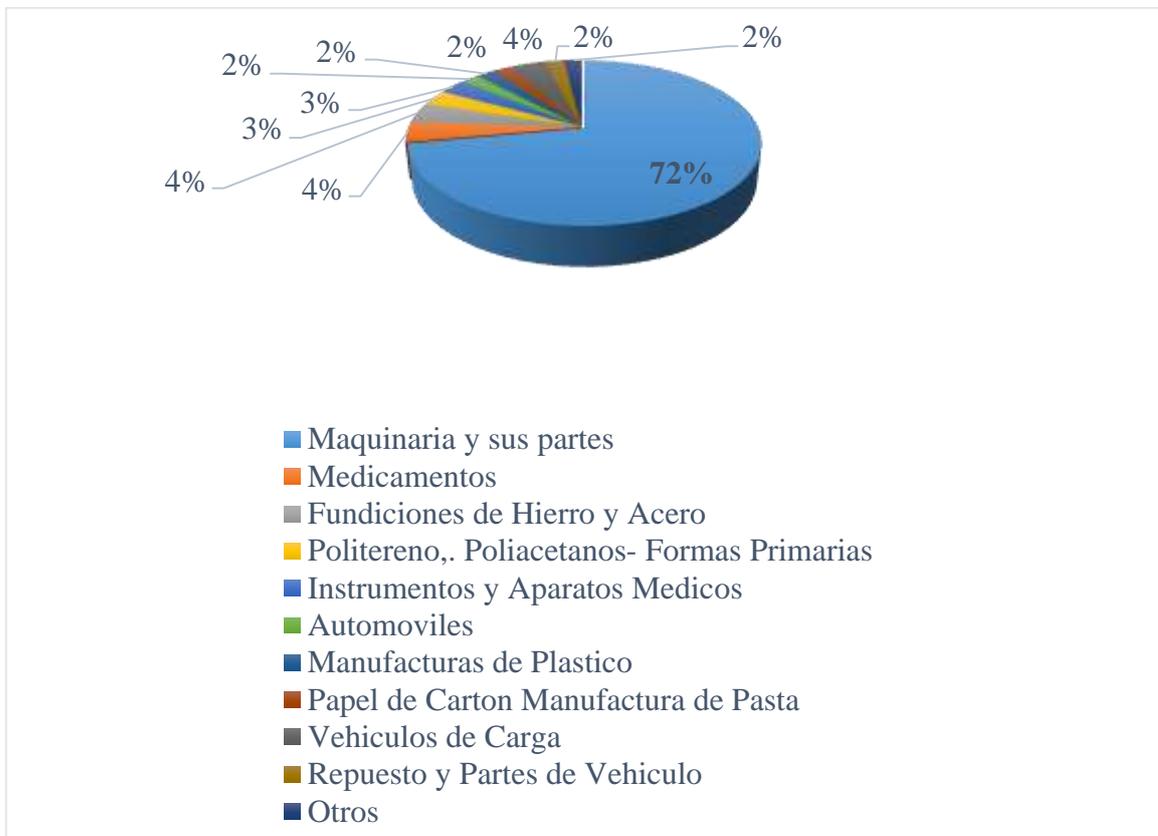
Los principales destinos de exportación es estados Unidos con un 28.20%, seguido de Vietnam con un 7.40%, el 7.05% de Colombia, 6.36% de Rusia, 4.84% de Alemania. Al revisar los veinte principales destinos ocho corresponde a países de América.

### 4.4.2.8 Importaciones

El Ecuador importa muchos productos refinados es decir que ya son industrializados, tal es el caso de los derivados del petróleo.

## Principales productos importados

**Gráfico 19: Productos importados del Ecuador 2015**



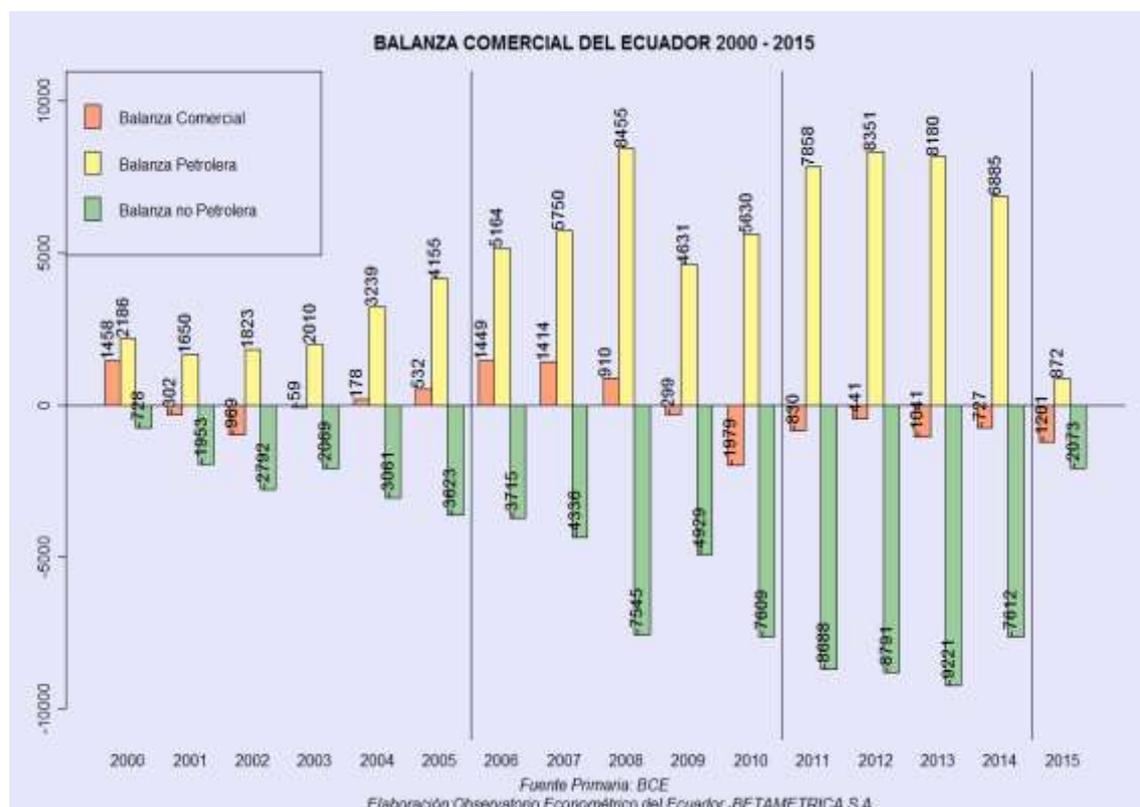
**Fuente:** PRO ECUADOR

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

Ecuador importa con un 4% maquinarias y sus partes, 4% medicamentos, 4% fundición de hierro y acero, 3% polietileno, polímeros, poliacetanos. Instrumentos y aparatos médicos un 3%, Ecuador importa 2% automóviles, 2% manufacturas de plástico, 2% papel y cartón manufacturas de pasta, 2% vehículos de carga, 2% repuestos y partes de vehículos, 72% otros productos.

#### 4.4.2.9 Balanza Comercial

Gráfico 20: Balanza Comercial



Fuente: Banco Central del Ecuador

Elaborado por: Observación Económica del Ecuador – BETAMETRICA S.A

La balanza comercial entre enero y febrero del 2016 tiene un saldo favorable de \$175.6 millones, superávit menor del año 2015 que fue de \$ 388.2 millones, información de medios comunicativos social determinan en análisis que se debe a la disminución del barril del petróleo, y frente a la balanza comercial su déficit llegó al 70% frente a los resultados analizados en el año 2015 al pasar de -1,052.9 millones a USD -315.8 millones.

#### 4.4.3 Análisis del Micro entorno

Para el análisis del micro entorno se toma en cuenta el modelo de Michael Porter que son: amenaza de nuevos competidores, amenaza de productos sustitutos, y rivalidad entre empresas competidores.

#### 4.4.3.1 Productos Sustitutos

Entre los principales productos sustitutos del banano en el mercado sur coreano, se encuentran las diferentes frutas tropicales las más consumidas son:

**Gráfico 21: Productos sustitutos del banano (baby bananas) en Corea**



**Fuente:** Observación directa  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### 4.4.3.2 Proveedores

El cultivo de banano (baby banana) en Ecuador se está desarrollando aceleradamente, especialmente en las provincias del Guayas, Azuay, El Oro, Bolívar, Cotopaxi y Chimborazo en zonas de Caluma, Bucay, Santo Domingo, la Mana, a más de las zonas sur del país, siendo una de las razones de la expansión de este cultivo es su alto consumo como fruta fresca.

El mercado Ecuatoriano menciona Agro calidad que en la actualidad cuenta con 60 empresas proveedoras de banano activas, por lo tanto no habrá escasez de producto en el mercado nacional.

#### 4.4.3.3 Principales empresas proveedoras de Banano

**Tabla 24: Principales empresas proveedoras de Banano (baby bananas) del Ecuador**

EMPRESA	WEBSITE
<b>AGRICOLA COAGRENE S. A.</b> 	<b>Teléfono:</b> 04 2385 040 2887 886 <b>Dirección:</b> Urdesa Central, Malecón del Salado # 224 y Llanes - Jiguas, Guayaquil, Guayas
<b>CHIQUITA BANANA ECUADOR Cbbrands S. A.</b> 	<b>Teléfono:</b> 04 3801 400 <b>Dirección:</b> Km 1.5 Vía a Samborondón - Cdla Los Arcos, Edificio Xima, piso 4, oficina 403., Guayaquil, Guayas
<b>UBESA</b> 	<b>Teléfono:</b> 04 2204 850 <b>Dirección:</b> Km 2.5 Av. Las Monjas 10 y Av. Carlos Julio Arosemena, Edificio Berlín, Guayaquil, Guayas
<b>AGROBERRUZ</b> 	<b>Teléfono:</b> 04 2922 210 <b>Dirección:</b> Ave. Juan Tanca Marengo y Agustín Freire. CC. Dicientro Piso 1 Oficina 17, Guayaquil, Guayas
<b>ECUASABOR CIA. LTDA.</b> 	<b>Teléfono:</b> 04 2630 015 2630 018 <b>Dirección:</b> Edif. WTC Torre a Piso 3, Guayaquil, Guayas.
<b>BANANA EXCHANGUE</b> 	<b>Teléfono:</b> 2631261 / 2631262 <b>Dirección:</b> World Trader Center, Torre A, Piso 8, Oficina 803., Guayaquil, Guayas

<p><b>GROBERRUZ</b></p> 	<p><b>Teléfono:</b> 04 2922 210  <b>Dirección:</b> Ave. Juan Tanca Marengo y Agustín Freire. CC. Dicientro Piso 1 Oficina 17, Guayaquil, Guayas.</p>
<p><b>ASOCIACIÓN DE AGRICULTORES BANANEROS DEL LITORAL - ASOAGRIBAL</b></p> 	<p><b>Teléfono:</b> 07 2921 600 07 2935 295  <b>Dirección:</b> Sucre 112 entre 23 de Abril y 10 de Agosto, Machala, El Oro</p>
<p><b>ASOCIACION DE PEQUEÑOS PRODUCTORES BANANEROS EL GUABO - ASOGUABO</b></p> 	<p><b>Teléfono:</b> 07 2950 088 2950 199  <b>Dirección:</b> El Oro / Guabo - Vía Panamericana y Quinta Oeste, a 50 metros del Hospital María Lorena Serrano., El Guabo, El Oro.</p>
<p><b>COMPAÑÍA DE DESARROLLO BANANERO DEL ECUADOR BANDECUA S. A.</b></p> 	<p><b>Teléfono:</b> 04 2097 406 2097 551  <b>Dirección:</b> Samborondón Edificio Business Center Torre A, Of 103, 1er. Piso, Guayaquil, Guayas</p>
<p><b>FIRESKY S. A.</b></p> 	<p><b>Teléfono:</b> 04 2221 813 2200635  <b>Dirección:</b> Km. 2.5 Av. Carlos Julio Arosemena S/N y Av. Las Monjas, Guayaquil, Guayas  <b>Contacto:</b> <a href="mailto:contreras@firesky.com.ec">lcontreras@firesky.com.ec</a></p>
<p><b>FRUTADELI S. A.</b></p> 	<p><b>Teléfono:</b> 04 3883 069  <b>Dirección:</b> Ciudad del Río, Puerto Santa Ana, Edificio The Point, piso 14 oficina , Guayaquil, Guayas  <b>Contacto:</b> <a href="mailto:manager@frutadelicom.com">manager@frutadelicom.com</a></p>

**Fuente:** aebe (asociación de exportadores de banano del Ecuador)  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### 4.4.3.4 Competidores Potenciales

En la actualidad los competidores potenciales son las empresas nacionales exportadoras de banano que distribuyen el producto a otros países en donde existe demanda insatisfecha y gran aceptación del mercado por la calidad del banano (baby bananas) Ecuatoriano que lo hace competitivo ante los demás países.

**Tabla 25: Competencia de empresas nacionales e internacional que exporta banano a Corea del Sur.**

<b>Nacional</b>	<b>Internacional</b>
Gina Fruit ( <b>Gye</b> )	Agro pacha ( <b>Perú</b> )
Bananabay ( <b>Caluma</b> )	Bananasfresh ( <b>Filipinas</b> )
Ecuasabor ( <b>Gye</b> )	San Manuel ( <b>Honduras</b> )
Guabofresh ( <b>Machala</b> )	Dolé ( <b>Filipinas</b> )

**Fuente:** Empresa Natfrexco S.A

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### 4.4.3.5 Competidores Internacionales por país que exportan a Corea del Sur

Los competidores son los países exportadores de banano hacia Corea del Sur a nivel mundial. En el 2015 Corea importó 257000 toneladas.

A continuación se detalla la participación de cada uno de los países exportadores de banano hacia Corea del sur en el siguiente gráfico:

**Tabla 26: Exportadores de banano a Corea del Sur 2015**

<b>PAIS</b>	<b>TM</b>	<b>%</b>
<b>Filipinas</b>	88900	40%
<b>Malasia</b>	68400	30%
<b>Costa Rica</b>	44900	10%
<b>Ecuador</b>	30430	7%
<b>Honduras</b>	10940	6%
<b>México</b>	4470	3%
<b>Republica Dominicana</b>	3980	2%
<b>Perú</b>	2490	1%
<b>Colombia</b>	2490	1%
<b>Total</b>	<b>257.000</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** TRADEMAP

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

El principal exportador de banano hacia el mercado coreano es Filipinas con 40%, Perú con 30%, Costa Rica con 10%, Ecuador con 7%, Honduras 6%, México con 3%, República Dominicana 2%, Malasia 1%, Colombia 1%.

#### **4.4.4 Demanda**

Al tratar de hablar en cuanto a la demanda se refiere a las cantidades de un bien que un consumidor está dispuesto a adquirir, en un tiempo determinada, a diferentes precios.

En el presente proyecto se realiza un análisis histórico y se proyecta dicha información a futuro, se aplica el método de consumo aparente, por lo que se analiza la producción nacional, las importaciones y las exportaciones en Corea del Sur.

##### **4.4.4.1 Producción Nacional del banano en Corea.**

Mediante la información en el sitio web de TRADE-MAP se ha podido evidenciar que no existe una producción nacional de banano fresco o seco en Corea del Sur, ya que el país no cuenta con los requerimientos climáticos para su cultivo.

#### 4.4.4.2 Importaciones de banano a Gwangyang – Corea del Sur.

Mediante la información estadística de TRADE-MAP se obtuvo los siguientes datos sobre las importaciones de banano de corea en los últimos 3 años. El total de las importaciones de banano en Corea, el 35% está destinado a la ciudad de Gwangyang por su potencial económico con alto nivel de vida, por las industrias en donde tiene mayor experiencia, capacidad y talento. Además en Gwangyang llegan alimentos exóticos de todas partes del planeta.

**Tabla 27: Importaciones del banano de Gwangyang Corea del Sur**

Año	Importaciones (toneladas)
<b>2013</b>	52.600
<b>2014</b>	63.200
<b>2015</b>	84.700

Fuente: TRADEMAP

Elaborado por: Valencia, L (2017)

#### 4.4.4.3 Proyecciones importaciones

La proyección de las importaciones Coreanas de banano se elabora mediante el método de regresión lineal, para los siguientes seis años. Dicho método se utilizara en todas las proyecciones.

**Tabla 28: Calculo para la proyección de Importaciones Gwangyang- Corea del Sur**

n	Tonelada (y)	x	X2	xy
<b>2013</b>	52.600	-1	1	<b>-52.600</b>
<b>2014</b>	63.200	0	0	<b>0</b>
<b>2015</b>	84.700	1	1	<b>84.700</b>
<b>3</b>	<b>200,500</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>32.100</b>

Fuente: Tabla 28

Elaborado por: Valencia, L (2017)

$$a = \frac{\sum y}{n}$$

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Remplazando:  $y = a + bx$

$$y(2016) = 66833 + 16050(2) = 98933$$

$$y(2017) = 66833 + 16050(3) = 114,983$$

$$y(2018) = 66833 + 16050(4) = 131,033$$

$$y(2019) = 66833 + 16050(5) = 147,083$$

$$y(2020) = 66833 + 16050(6) = 163,133$$

$$y(2021) = 66833 + 16050(7) = 179,183$$

**Tabla 29: Proyección de las importaciones de banano Gwangyang – Corea del sur**

Año	Importaciones Proyectadas (tm)
<b>2016</b>	98933
<b>2017</b>	114,983
<b>2018</b>	131,033
<b>2019</b>	147,083
<b>2020</b>	163,133
<b>2021</b>	179,183

**Fuente:** Tabla 28

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

Para la formulación del proyecto se aplica la fórmula de regresión lineal debido a que la proyección de las importaciones de Gwangyang –Corea del Sur para los siguientes seis años tiene un promedio de crecimiento por año del 2%, lo que demuestra que las importaciones de banano en Corea del Sur es creciente y que el mercado Sur Coreano presenta una excelente oportunidad de negocio para la comercialización del producto.

#### 4.4.4.4 Exportaciones de Banano en Corea del Sur

Mediante la información estadística de TRADE-MAP se obtuvo los siguientes datos sobre las exportaciones de banano en Gwangyang –Corea del Sur en los últimos 3 años.

**Observación:** Corea del Sur no cuenta con producción de banano, por lo tanto este país no puede realizar exportaciones, sin embargo existen exportaciones de banano en Corea

debido al “comercio triangular”, este consiste en que un país B importa productos del país A, el país B a la vez reexporta el producto a un país C.

**Tabla 30: Exportaciones de banano en Gwangyang- Corea del Sur**

Año	Exportaciones (toneladas)
<b>2013</b>	4.500
<b>2014</b>	3.000
<b>2015</b>	2.000

Fuente: TRADEMAP & NATFREXCO  
Elaborado por: Valencia, L (2017)

#### 4.4.4.5 Proyecciones exportaciones

**Tabla 31: Calculo para la proyección de Exportación de banano en Gwangyang- Corea del Sur**

n	Tonelada (y)	x	X2	xy
<b>2013</b>	4.500	-1	1	<b>-4500</b>
<b>2014</b>	3.000	0	0	<b>0</b>
<b>2015</b>	2.000	1	1	<b>2000</b>
<b>3</b>	<b>9500</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>2500</b>

Fuente: Tabla 31  
Elaborado por: Valencia, L (2017)

$$y = a + b$$

$$y(2016) = 3166,66 + (-1250)(2) = 5666.66$$

$$y(2017) = 3166,66 + (-1250)(3) = 6916.66$$

$$y(2018) = 3166,66 + (-1250)(4) = 8166.66$$

$$y(2019) = 3166,66 + (-1250)(5) = 9416.66$$

$$y(2020) = 3166,66 + (-1250)(6) = 10666.66$$

$$y(2021) = 3166,66 + (-1250)(7) = 11916.66$$

**Tabla 32: Proyección de las exportaciones del Banano Gwangyang – Corea del Sur**

Año	Exportaciones Proyectadas (tm)
2016	5666.66
2017	6916.66
2018	8166.66
2019	9416.66
2020	10666.66
2021	11916.66

**Fuente:** Tabla 32

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

La proyección de las exportaciones del Banano Gwangyang – Corea del Sur de los siguientes seis años tiene un promedio de disminución del 0.7 % en sus exportaciones debido a la información directa en respuesta a dicha deducción se encuentra corea monopolizado por el mercado Filipino.

#### **4.4.4.6 Consumo Aparente**

Una vez definido el segmento del mercado, es necesario conocer el consumo aparente mediante la producción, importaciones y exportaciones. Para así determinar el número de clientes potenciales del consumo aparente del producto.

La fórmula es  $CA=P+M-X$

En donde:

**CA:** Consumo Aparente

**P:** Producción

**M:** Importaciones

**X:** Exportaciones

Para determinar el consumo Aparente del Banano en Corea en los próximos seis años a partir del 2016, se toma como base las proyecciones tanto en la producción nacional como de las importaciones y exportaciones, los cuales están dados en toneladas métricas

y se los reemplaza en la formula. A continuación se muestra el consumo aparente del 2016 al 2021.

**CA=P (Producción Nacional) +M (Importaciones) –X (Exportaciones)**

$$CA (2016) = 0 + 98933 - 5666.66 = 93266.34$$

$$CA (2017) = 0 + 114,983 - 6916.66 = 108066.34$$

$$CA (2018) = 0 + 131,033 - 8166.66 = 122866.34$$

$$CA (2019) = 0 + 147,083 - 9416.66 = 137666.34$$

$$CA (2020) = 0 + 163,133 - 10666.66 = 152466.34$$

$$CA (2021) = 0 + 179,183 - 11916.66 = 167266.34$$

**Tabla 33: Consumo aparente**

Año	Producción Nacional TM	Importaciones Proyectadas	Exportaciones Proyectadas	Consumo Aparente TM
<b>2016</b>	0	98933	5666.66	<b>93266.34</b>
<b>2017</b>	0	114983	6916.66	<b>108066.34</b>
<b>2018</b>	0	131033	8166.66	<b>122866.34</b>
<b>2019</b>	0	147083	9416.66	<b>137666.34</b>
<b>2020</b>	0	163133	10666.66	<b>152466.34</b>
<b>2021</b>	0	179183	11916.66	<b>167266.34</b>

Fuente: Tabla 30-33

Elaborado por: Valencia, L (2017)

La tasa de crecimiento anual del Consumo Aparente en los siguientes seis años tiene un promedio de crecimiento del 2 %.

#### 4.4.5 Oferta

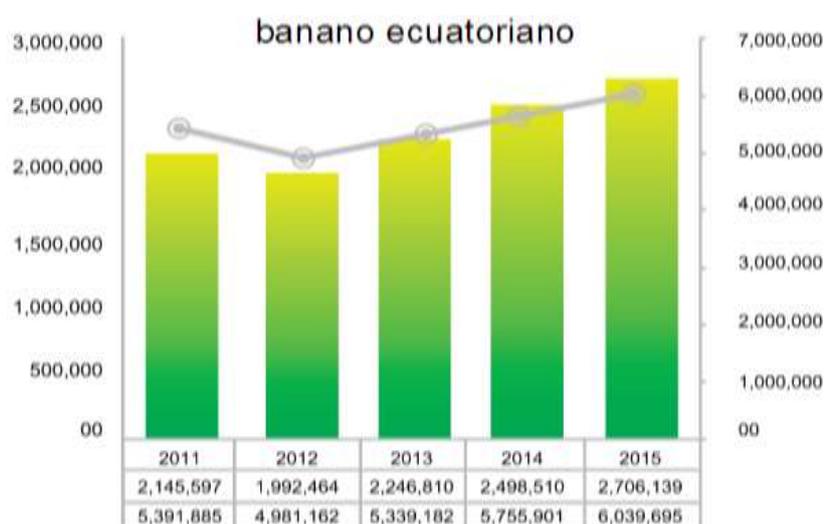
Se puede definir a la oferta como la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes o productores están dispuestos a ofrecer al mercado a un precio determinado y en espacio de tiempo definido. El objetivo de la oferta es determinar la cantidad de producto que puede y desea ofertar al mercado.

#### 4.4.5.1 Balanza Comercial del Banano en el Ecuador.

Ecuador se mantiene como el principal exportador de banano en el mundo, el 30% de la oferta mundial de banano proviene de Ecuador, representando el 15% del total de las exportaciones y es el segundo rubro de mayor exportación del país dada la demanda de consumidores de los mercados más exigentes, y el hecho de formar parte de la dieta diaria de millones de personas. La exportación de banano ecuatoriano ha tenido un constante crecimiento en los últimos 3 años debido a que los productores han aumentado su productividad por hectárea, es decir, mayor número de cajas por hectáreas producidas.

En el año 2015, el valor FOB exportado alcanzó los US\$ 2,706 millones de dólares, que representa 9.56% más que al año anterior, sin embargo, respecto al comportamiento a tenerse en el 2016, se prevé que hay diferentes posturas en cuanto afectaría el Fenómeno del niño, en la producción de banano. Cabe mencionar que no solo Ecuador sufrirá este fenómeno, sino también la región entera por lo que causará una reducción en la producción de banano a nivel latino americano, esto, incrementará el precio a nivel mundial y las exportaciones del país, esperando superar los 300 - 310 millones de cajas exportadas. (PRO ECUADOR, Analisis Sectorial Banana, 2016)

**Gráfico 22: Balanza comercial del banano en el Ecuador.**



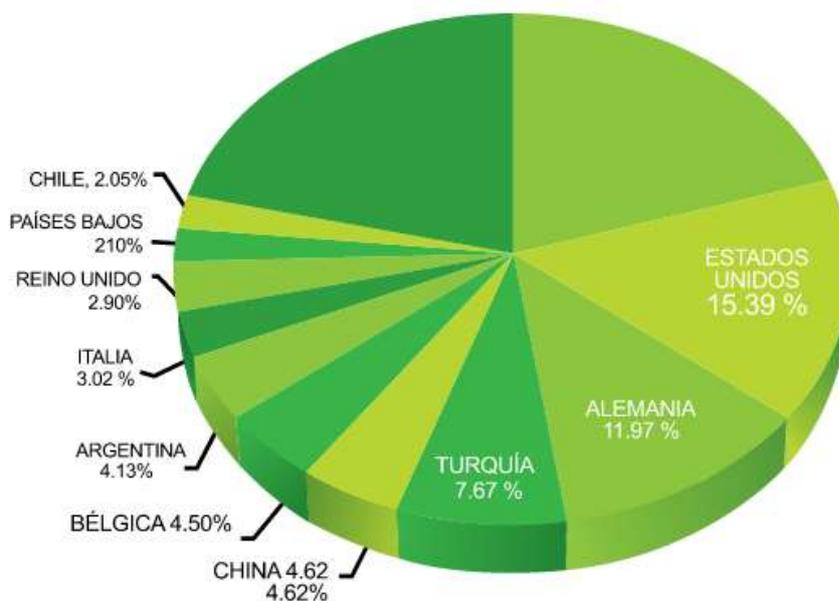
**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** PRO ECUADOR

#### 4.4.5.2 Exportaciones ecuatorianas de la banana al mundo

En el año 2015, aproximadamente el 50% de las exportaciones de banana Ecuatoriana se destinó a Rusia, Estados Unidos, y Alemania, con participaciones de 20.22%, 15.39% y 11.97%, respectivamente. Entre otros destinos con menor participación tenemos a Turquía con 7.67%, China con 4.62%, Bélgica con 4.50% y Argentina con 4.13%.

El siguiente cuadro detalla cada uno de los países en donde se exporta el banana ecuatoriano. (PRO ECUADOR, Analisis Sectorial Banana, 2016)

**Gráfico 23: Principales destinos de las exportaciones de banana ecuatoriano.**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador

**Elaborado por:** PRO ECUADOR

Como se puede observar el gráfico presenta una participación alta de las exportaciones y el volumen de producción los últimos 5 años ha crecido aceleradamente, teniendo en cuenta que el mercado que mayor exporta es Estados Unidos con un 15,39%, seguido del mercado alemán por 11,97% y tercero Turquía con un 7,67%. Dichos mercados son los que han exportado mayor volumen en el sector bananero (PRO ECUADOR, Analisis Sectorial Banana, 2016)

#### 4.4.5.3 Producción del Banano en Ecuador

**Tabla 34: Producción del Banano en toneladas métricas en el Ecuador**

<b>Año</b>	<b>Plantada Superficie (Ha.)</b>	<b>Cosechada en</b>	<b>Producción (Tm)</b>	<b>Rendimiento (Tm/Ha)</b>
<b>2010</b>	144,979	113,133	5,547,289	4.84
<b>2011</b>	136,323	115,349	5,391,885	5.13
<b>2012</b>	114,272	91,778	4,981,162	6.09
<b>2013</b>	151,442	121,824	5,339,182	4.96
<b>2014</b>	159,014	127,915	5,755,901	4.96

**Fuente:** ESPAC, INEC

**Elaborado por:** PRO ECUADOR

La producción en el Ecuador presentada por toneladas métricas en el año 2014 ha sido de 5, 755,901 <sup>TM</sup>, mientras que en el 2015 se habido un incremento 6, 039,695<sup>TM</sup> en los niveles de producción tiende a incrementar para el año 2016 con un volumen mayor y significativo para el territorio Ecuatoriano.

La empresa Natfrexco S.A. en el año 2015 ha producido 8700 toneladas lo que representa una participación en el mercado nacional.

#### 4.4.5.4 Comercialización de la empresa Natfrexco

En el 2015, Natfrexco ha exportado - toneladas de banano del cual el 100% se destinó al mercado extranjero de Gwangyang.

Natfrexco ha exportado 1700 cajas por contenedor semanal por lo que se procede hallar las toneladas métricas anuales comercializadas por la empresa.

Formula:

Tonelada métrica= # de cajas x peso de la caja/ 1000

Tonelada métrica= 1700 x 8kg /1000

Tonelada métrica= 13,6 por contenedor

La empresa envía 3 contenedores semanales por lo tanto

Tonelada métrica semanales = 13.6 x 3 contenedores

Tonelada métrica semanales = 40,80

Toneladas métricas mensuales = 40,80 x 4

Toneladas métricas mensuales =163,20

Toneladas métricas anuales = 163,20 x 12

Toneladas métricas anuales = 1958,40

**Tabla 35: Exportación de la empresa Natfrefco**

<b>Toneladas métricas</b>	<b>Porcentaje</b>	<b>País</b>
1958,40	<b>100%</b>	<b>Mercado Extranjero</b>

**Fuente:**Natfrefco(2015)

**Elaborado** Valencia, L (2017)

#### **4.4.5.6 Proyecciones de la Oferta en la Empresa Natfrefco**

La empresa ha tomado la decisión que desde diciembre del 2016 incursionara a la exportación hacia el mercado Gwangyang- Corea del Sur con un producto orgánico y más pequeño que se adapte al estilo de vida de la sociedad Coreana, La ventaja del mercado es que el cliente apuesta por la calidad de la fruta y se obtiene un mejor precio por la cotización del won frente al dólar.

La empresa cuenta con instalaciones adecuadas para las exportaciones, es por eso que para realizar las proyecciones de la distribución internacional, nos hemos basado desde la oferta de producción a las asociaciones que nos ofertan su producto. Para la comercialización de la empresa Natfrefco, se ha tomado en cuenta que la distribución de la empresa aumentaría en un 6 % para los años desde el 2016 hasta el 2021. Información que ha sido expuesta por la “ASOCIACIÓN TABLA DE FLORIDA ASOPROTABF” Productora de banano orito y cavendish.

**Tabla 36: Oferta Proyección para la distribución internacional de la empresa Natfrexco**

<b>Año</b>	<b>Total Distribución <sup>TM</sup></b>
<b>2016</b>	2075,90
<b>2017</b>	2200,45
<b>2018</b>	2332,48
<b>2019</b>	2472,43
<b>2020</b>	2620,76
<b>2021</b>	2778,01

**Fuente:** Empresa

**Elaborado por:** Natfrexco S.A

#### **4.4.6 Demanda Insatisfecha**

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se toma en cuenta la producción proyectada de la empresa Natfrexco S.A que pertenece a Gwangyang- Corea del sur y se realizara con la siguiente formula.

**Demanda Insatisfecha=** Oferta proyectada – Consumo aparente proyectada

**Demanda insatisfecha (2016)=** 2075,90- 93266.34 = 91190.44

**Demanda insatisfecha (2017)=** 2200,45 – 108066.34= 105865.89

**Demanda insatisfecha (2018)=** 2332,48 – 122866.34= 120533.86

**Demanda insatisfecha (2019)=** 2472,43 - 137666.34 = 135193.91

**Demanda insatisfecha (2020)=** 2620,76 - 152466.34 = 149845.58

**Demanda insatisfecha (2021)=** 2778,01 - 167266.34 = 164488.33

**Tabla 37: Cobertura de la demanda insatisfecha**

<b>Año</b>	<b>Oferta proyectada a corea</b>	<b>Consumo Aparente proyectado</b>	<b>Demanda Insatisfecha</b>	<b>Cobertura Demanda insatisfecha</b>
<b>2016</b>	2075,90	93266.34	91190.44	2.23%
<b>2017</b>	2200,45	108066.34	105865.89	2.03%
<b>2018</b>	2332,48	122866.34	120533.86	1.90%
<b>2019</b>	2472,43	137666.34	135193.91	1.80%
<b>2020</b>	2620,76	152466.34	149845.58	1.72%
<b>2021</b>	2778,01	167266.34	164488.33	1.66%

**Fuente:** Tabla 34- 39

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

El cuadro representativo se puede estimar que el consumo aparente que posee el mercado Sur Coreano- Gwangyang es amplia 93266.34 toneladas de banano, por lo que el año 2016 la empresa Natfrefco estuvo dentro de la capacidad de cubrir con un porcentaje representativo del 2,23 % que corresponde a 2075,90 toneladas de baby banana en el año 2016, teniendo en cuenta que cada año tendrá un crecimiento del 2%, sin embargo la competencia cubre el porcentaje restante de este mercado como son Filipinas, Perú, Colombia, Costa Rica, Brasil, Honduras.

#### **4.4.7 Análisis de Precio**

##### **Precios a nivel nacional (Ecuador) por kilogramo**

En el Ecuador el precio por kilogramo publicado por el Magap, en el año 2013 el precio del banano orito conocido con dicho nombre en el territorio de origen fue de 0,34 centavos el kilogramo, mientras que el 2014 subió a 0,35 centavos USD/Kg , en el 2015 0,45 centavos USD/Kg y en el 2016 y 2017 \$0.54 ctvs.

El precio oficial de la caja del banano orito conocido por dicho nombre en el territorio Ecuatoriano se encuentra en \$4,26 la caja de 16 libras, mientras que la 32 libras tiene un costo de \$9 y por último la caja del banano gourmet de 7 libras a \$7,50.

**Tabla 38:** Precio del banano orito por Kg por año en el Ecuador

<b>AÑO</b>	<b>Precio(USD) Kg</b>
<b>2013</b>	0,34
<b>2014</b>	0,38
<b>2015</b>	0,45
<b>2016</b>	0,54
<b>2017</b>	0,54

**Fuente:** MAGAP

**Elaborado por:** Valencia, L (2016)

**Tabla 39:** Análisis precios del banano mercado extranjero hacia Corea

<b>Países</b>	<b>Precio en won por caja (1136,4 krw)</b>	<b>Precio en dólar por caja</b>
<b>Filipina</b>	49.125 krw	\$ 43,23
<b>Perú</b>	42.045,45 krw	\$ 37
<b>Ecuador</b>	36.363,64 krw	\$32

**Fuente:** South Korea Cost

**Elaborado por:** Valencia, L (2016)

#### **4.5 FASE N° 2 ANALIZAR EL MERCADO DE DESTINO GWANGYANG - COREA DEL SUR.**

Los productos que se exporto desde Ecuador hacia el mercado Sur Coreano en el 2014 se consideró que las ventas en los productos de acuicultura fueron de éxito, presentando un boom de 5 productos entre ellos el camarón, langostinos congelados quienes fueron los principales con una participación del 48.7%, seguido de los desechos de cobre con un 16.0%. Los productos expuesto en la tabla conforman el 98.2% no petrolero exportado en el Ecuador en el año 2015.

Corea del sur es un país ubicado en Asia Oriental, en la península coreana al borde del mar Japón y mar amarillo, siendo este país limitado por corea del norte. Con una superficie de 99,720 Km<sup>2</sup>, de los cuales 96,920 corresponde a la tierra y un 2,800 es de agua.

Gwangyang es una de las ciudades en la provincia de corea del sur, conocida como la ciudad de obras de acero de Gwangyang de (Posco) siendo la instalación más grande del mundo. También es destacado por K league Classic futbol del lado de los jeonnam Dragons

Gwangyang está en el centro de zona económica libre en la bahía (GFEZ), tiene la manipulación de contenedores portuarios, la producción de acero, la construcción naval e instalaciones.

**Tabla 40: Índice Económico de Corea del sur**

<b>Población:</b>	<b>50,115, 196 (Julio 2016 )</b>
<b>Crecimiento Poblacional:</b>	0.14 % (2016 est.)
<b>Capital:</b>	Seúl
<b>Principales Ciudades:</b>	Seúl, Busan, Incheon, Daegu
<b>PIB:</b>	USD 1.41 Billones (2016 est.)
<b>Crecimiento PIB:</b>	3.3 % (2015 est.)
<b>PIB per cápita:</b>	USD 28,708 (2016 est.)
<b>Composición del PIB por sector :</b>	Agricultura: 2.3%(2016est.) Industria: 38.2% (2016 est.) Servicios: 59.4%(2016 est.)
<b>Moneda Oficial:</b>	Won Sur Coreano
<b>Tasa de Cambio:</b>	1,052.96 won surcoreano por USD (2016 est.)

<b>Tasa de Inflación anual:</b>	1.3% (2016 est.)
<b>Inversión Bruta (% PIB):</b>	29.1% (2016 est.)
<b>Stock de dinero:</b>	USD 1.973 Billones (31 Diciembre 2016 est.)
<b>Reservas de moneda internacional y oro:</b>	USD 363.6 Mil Millones (31 Diciembre 2016 est.)

Fuente: World Fact Book, Central Intelligence Agency

Elaborado por: Valencia, L (2017)

## Principales sectores productivos

**Tabla 41: Sectores Productivos**

<b>Productos Agrícolas:</b>	<b>Arroz, tubérculos, cebada, vegetales, frutas, Ganado, cerdo, gallinas, leche, huevos, pescados.</b>
<b>Industrial:</b>	Productos electrónicos, telecomunicaciones, producción de vehículos, productos químicos, construcción de naves, acero
<b>Recursos Naturales:</b>	Carbón, tungsteno, grafito, molibdeno, plomo, energía hidroeléctrica

Fuente: World Fact Book, Central Intelligence Agency

Elaborado por: Valencia, L (2017)

### 4.5.1 Relaciones Comerciales entre Ecuador y Corea del Sur

#### 4.5.1.1 Productos Exportados a Corea

Otros principales productos de exportación son rosas frescas cortadas, maderas serradas o desbastadas, las demás hortalizas, cacao en grano tostado, pasta de cacao sin

desgrasar, tabaco rubio, los demás camarones, tabaco sin elaborar, camisetas de algodón, los demás cafés sin tostar, sin descafeinar.

**Tabla 42:** Principales productos exportados por Ecuador hacia Corea del sur

<b>PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR ECUADOR HACIA COREA DEL SUR</b>						
<b>MILES USD FOB</b>						
<b>SUBPARTIDA</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>
<b>0306.17.99.00</b>	Los demás camarones langostinos y demás decápodos congelados.	10,151	23,481	21,619	28,262	27038
<b>7404.00.00.00</b>	desperdicios y desechos de cobres	-	-	6,495	5,158	2,560
<b>0306.17.19.00</b>	los demás langostinos familia penaeidae congelados	12	1,620	3,722	3,276	4,5111
<b>0306.16.00.00</b>	camarones langostinos y demás decapodos de agua fría	-	-	-	1,654	2,995
<b>7602.00.00.00</b>	langostinos enteros congelados	827	906	630	524	2,337
<b>0304.93.00.00</b>	desperdicios y desechos de aluminio	100	112	146	-	1,286
<b>1801.00.19.00</b>	filetes de tilapia, bagres , carpas	785	813	708	1,039	1,079
<b>9606.30.10.00</b>	cacao en grano y crudo	174	862	532	694	598
<b>0304.99.00.90</b>	botones de tagua	35	39	50	306	446
<b>0304.39.00.00</b>	los demás filetes de pescados	30	-	-	1,948	375

	congelados					
<b>2301.20.90.00</b>	los demás filetes frescos de carpa y anguila	93	80	157	225	22
<b>2101.11.00.00</b>	los demás crustáceos o muslos	49	707	652	205	107
<b>1511.10.00.00</b>	extractos, esencias y concentrados de café	-	86	155	125	-
<b>2007.99.92.00</b>	aceite en palma	-	10	21	109	-
	demás productos	7,622	3,917	1,921	1,040	128
	todos los productos	29,091	40,037	45,116	58,070	45,660

Fuente: PROECUADOR

Elaborado por: Valencia, L (2017)

#### 4.5.2 Acuerdo Comercial entre Corea del Sur y Ecuador

SECA.- Acuerdo estratégico de Cooperación Económica, aún vigente acuerdo comercial entre Ecuador y Corea del Sur, últimos informes de actualización dado por el medio comunicativo telégrafo el lunes 22 de agosto del 2016.

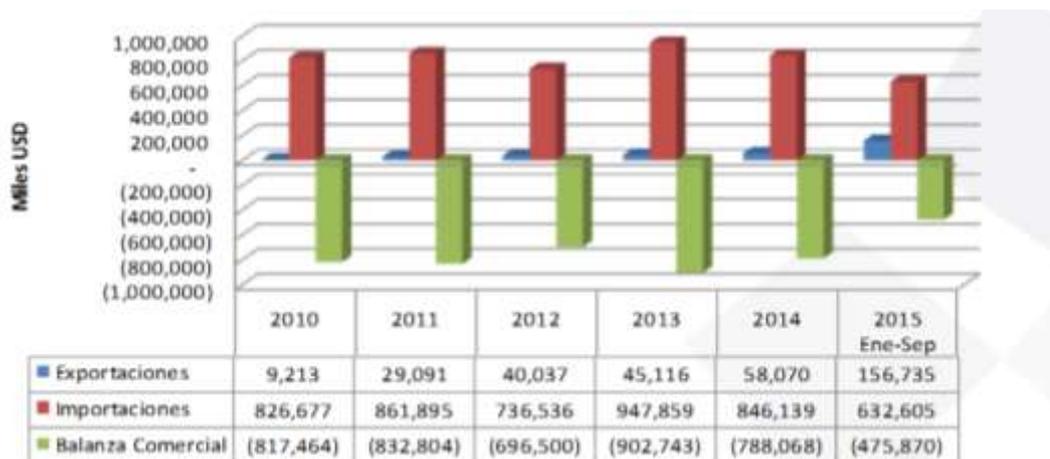
Argumenta el medio comunicativo (Universo) que (TLC) no se tendrá entre ambas naciones, respetando los principios del trato a través de las cláusulas de protección Económica.

#### 4.5.3 Balanza Comercial Ecuador – Corea del Sur

En el período 2010 –2014, el Banco Central del Ecuador ha registrado una balanza deficitaria en el comercio bilateral con Corea del Sur. En el año 2014 las exportaciones alcanzaron los USD 58.0 millones y las importaciones USD 846.1 millones, resultando una Balanza Comercial negativa de USD 788.1 millones. El Ecuador ha exportado 69 subpartidas (10 dígitos) a Corea del Sur en el 2014. Las exportaciones presentaron un crecimiento promedio anual del 58.5% desde el 2010 al 2014, las importaciones registran

Un crecimiento promedio anual del 0.6% en el mismo periodo. En lo que va del 2015 (enero-septiembre) se lleva exportado USD 156.7 millones e importado USD 632.6 millones. . (PRO ECUADOR, Ficha Comercial de la Republica de corea del sur, 2015)

**Gráfico 24: Balanza Comercial total Ecuador -corea del sur miles USD FOB**



**Fuente:** Banco Central del Ecuador  
**Elaborado por:** PRO ECUADOR

En cuanto a la Balanza Comercial Petrolera, el Ecuador refleja déficit comercial frente a Corea del Sur durante el periodo analizado (2010 -2014). En el 2014 se registraron valores por USD 557.1 millones en importaciones, mientras que no se registraron exportaciones petroleras de Ecuador. (PRO ECUADOR, Ficha Comercial de la Republica de corea del sur, 2015)

#### **4.5.4 Prohibiciones y Restricciones de Corea del Sur a las Importaciones**

En Corea del Sur existen 51 leyes que rigen las importaciones con sus debidas certificaciones en la cual es controlado por el Ministerio de Economía de Conocimiento, que es actualizada semestralmente y particularmente esta prescrita para las partidas arancelarias como el petróleo, gas licuado de petróleo, abonos agrícolas, animales, semillas, productos o materiales nucleares, estupefacientes, alimentos y desde el 2014 se aplicó licencias para el ingreso de acero con la finalidad de controlar la seguridad del país tanto en la salud como el valor regulatorio de las importaciones. Actualmente existe organismo que se encargan de la certificación, autorización y homologaciones según la solicitud de la licencia que se verifique de forma justa.

Corea prohíbe las importaciones de unos productos que se producen en dicho país, en caso de no ser abastecidos el mercado importara, protege la salud, medio ambiente, recursos naturales, en Corea no se impone embargos comerciales a otros países.

#### **4.5.5 Reglamentos Técnicos, Evaluación de Conformidad y Normas de Corea del Sur.**

(KATS) son dependiente del Ministerio Economía del conocimiento, es aquella que adopta administra las normas industriales coreanas en base a la ley nacional de normalización de industrias de investigación radioeléctricas (RRA). La (KATS) es el servicio oficial de información sobre productos con obstáculos técnicos en el comercio de la OMC.

#### **4.5.6 Clientes**

Al hablar de clientes se hace referencia al mercado de corea, un mercado que ha cambiado sus tendencias de consumo inclinándose a los productos naturales, saludables y nutritivos. El presente proyecto logístico para la exportación de banano (baby banana) hacia el mercado de Corea del Sur, fruta que es atractiva para el consumidor Coreano por sus características inigualables en sabor y calidad.

#### **4.5.7 Tendencia en el Mercado Sur Coreano**

- La salud es un aspecto de alta consideración en Corea del Sur. Los consumidores están cada vez más preocupados por los efectos de la comida en su salud. El valor nutritivo y las ventajas de salud de productos de comida reciben más atención.
- El consumidor Sur Coreano ingiere muchas frutas, siendo un hábito diario teniendo un alto nivel de incremento de consumo en los próximos años motivado por la tendencia creciente a la adquisición de productos saludables.
- La preferencia del producto banano de convivencia tiende a la expansión del consumo debido a que es comido por todas las edades. Las frutas tropicales orgánica son preferidas del comprador

#### 4.5.8 Normas Sanitarias y Fitosanitarias

Los organismos que están encargados de las normas sanitarias y fitosanitarias son los siguientes. **(KFDA)** está encargado de alimentos nacionales e importados de los productos alimenticios, agricultura, silvicultura y pesca excepción de la carne. Los productos lácteos y huevos. A cargo **(MIFAFF)** se ocupa de productos agrícolas y pesqueros. Mientras que **(QIA)** inspecciona los productos de cuarentenas veterinarias, fitosanitaria.

#### 4.5.9 Reglas de Origen para la Exportación

Un producto vegetal y por ser exportada en su mayoría en estado fresco debe cumplir con ciertos requisitos que aseguren que el producto es apto para el consumo, sin causar ningún riesgo en el país donde sea importada. Con la finalidad de prevenir todo riesgo para la alimentación humana y animal, garantizar la salud y calidad de los cultivos, Asia ha adoptado una serie de normas para la protección de los vegetales y productos vegetales frescos (frutas, hortalizas, entre otros)

#### 4.5.10 Certificaciones Asia

**Tabla 43: Certificaciones Continente Asiáticos**

<b>Certificaciones de Asia</b>
<b>Global Gap:</b> Las Siglas (G.A.P) O (B.P.A) Significa buenas Practica agrícola
<b>Fairtrade international:</b> El comercio justo representa una alternativa en cooperación entre productores y consumidores.
<b>Ethical trading Initiative: la iniciativa del comercio ético y como objetivo tiene mejorar la calidad de vida de los trabajadores pobres y vulnerables.</b>

**Fuente:** PRO ECUADOR

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

## **4.6 FASE N°3 ANALISIS ADMINISTRATIVO Y TÉCNICO DE LA EMPRESA NATFRESCO S.A**

### **4.6.1 Análisis Administrativo**

Mediante el Desarrollo del trabajo de titulación se ha podido observar las virtudes y falencias en la empresa Natfresco S.A, y una de las situaciones expectante en el desarrollo de la actividad económica ejerciéndose, es que no cuenta con un departamento logístico operativo en exportaciones que se encargue de la compra del producto, investigación de análisis de los proveedores, área del tráfico de entrada, área de control de calidad, área de existencia. En si la función del departamento está relacionado con las compras, administración, Distribución

Funciones Directas que se darán en el departamento logístico operativo de exportación será:

- **Programación de la compra.-** Planificación y control con las exigencias de compra. Pendiente de la unidades por comercializarse
- **Recepción y expedición Física.-** Al momento que el producto llegue a la empresa deberá ser analizado respectivamente para la preparación de su destino.
- **Control de calidad.-** Revisar el producto recibido procurar que se encuentre en buen estado con las exigencias requerida por el mercado extranjero
- **Almacenaje.-** Es donde se encargan de llevar el control de Inventario en cuanto a la planificación del sistema de protección y clasificación
- **Movilidad interna.-** Conlleva al rastreo del producto hasta el puerto de Guayaquil (Bodegas Contecon GYE)
- **Trafico.-** es este proceso de selección del transporte con la documentación necesaria en lo que son precios, métodos de embalaje, tiempo de ingreso aduana hasta el destino y seguro.

**El perfil de un jefe de un departamento logístico operativo de exportación es lo siguiente:**

- Manejar el software Ecuapass, Aproveccionamiento, transporte y el control logístico
- Tramitar el aprovisionamiento y planificación logística interna y externa.
- Coordinar y Controlar las funciones que relacionada con la cadena de suministro.
- Analizar la distribución de las operaciones comerciales con la finalidad de optimizar costes, transportes, lapsos recorridos de entrega.
- Gestionar compra, almacenaje, Distribución

**Tabla 44:** Costo de la Implementación de un departamento Logístico

<b>EQUIPO</b>	<b>COSTO</b>
3 Escritorios c/u \$200	\$ 600
2 Ordenadores c/u \$ 1200	\$2400
Suministro de Oficina	\$1500
1 Impresora	\$ 700
3 Sillas Ejecutivas c/u 75	\$ 225
1 Mueble Archivos	\$ 300

**Fuente:** Natfrexco S.A

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

Mediante el análisis que se realizó en la empresa Natfrexco S.A, se ha podido denotar que requiere de mencionado departamento y para su implementación el costo del mismo es de \$5725, para la mejora del desempeño en la logística de exportación; cabe recalcar que una responsabilidad logística tiene la definitiva satisfacción de la demanda en las mejores condiciones del coste, calidad y servicio.

#### **4.6.2 Análisis Técnico**

La empresa Natfrexco tiene una infraestructura en Ecuador y Corea del Sur para ejercer la actividad Económica en la exportación del banano orito.

Se ha determinado condiciones técnicas en la empresa debido al factor proyectado del crecimiento del negocio. La capacidad del proyecto está rodeada por semana a 48,80 TM de bananos. Con una salidas de 3 contenedores llevando 1700 cajas c/u.

**Tabla 45: Equipos técnicos de Natfrexco S.A**

ITEMS	EQUIPO TÉCNICO
2	Bacula Electrónica
3	Maquina extrusora para polietileno.
2	Máquina de Corte
1	Banana Lavadora
2	Medidor de Humedad
1	Cámara frigorífica
1	Equipo de Laboratorio
3	Marquesinas: se alberga el banano en tiempo de lluvia
1	Camión trasportador de la fruta

**Fuente:** Natfrexco S.A

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

Mediante el análisis técnico en equipos y elementos utilizado para el proceso de exportación, se puede deducir que hay una necesidad de aumento en maquinarias debido a que no abastece en su totalidad a la cantidad de productos exportados. Se sugiere crear a la empresa Natfrexco un galpón industrial exclusivo que servirá para los productos terminados listos para su comercialización. Además 7 marquesinas, 2 lavadoras de banana, 4 bascula Electrónicas.

Descripción de las unidades y equipos que tiene que implementar la empresa Natfrexco:

**Tabla 46: Costos de la Implementación de equipo técnico**

ITEMS	EQUIPO TÉCNICO	COSTO
1	Galpón Industrial	\$70.000
7	Marquesinas \$150 c/u	\$1050
2	Lavadora de Banana \$ 6000 c/u	\$12.000
4	Bascula Electrónica \$1500 c/u	\$ 6.000

**Fuente:** Natfrexco S.A

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

La implementación total de la maquinaria y equipos necesarios para el uso del producto baby banana es de \$89.050 USD, esta implementación permitirá que la empresa realice todos los procesos de manera rápida para poder despachar de una manera eficiente el producto y llevarlo a la exportación.

**4.7 FASE N° 4 DISEÑO DE UN PLAN LOGÍSTICO DE EXPORTACIÓN PARA LA EMPRESA NATFREXCO S.A**

**Tabla 47: Logística Utilizada por la Empresa Natfrexco**

<b>Logística Utilizada por la Empresa Natfrexco</b>			
<b>Nombre de la Empresa:</b>	<b>Tipos de logístico utilizado:</b>	<b>Aciertos</b>	<b>Debilidades</b>
Natfrexco S.A	*Logística Comercial.- es aquella que hace énfasis en el pergamino de la logística dentro de una firma en general y se refiere a la integración de las operaciones de la compañía.	*Ofrecen producto fresco y de calidad *Tiene un equipo de maduración de la fruta de banano en el país de destino (Gwangyang) *Oferta de un producto orgánico. *Proyecto Hub Internacional.	* Cuenta con un solo departamento de comercialización *Sin acceso de un departamento de exportaciones. *Profesionales no capacitados en la actividad a desempeñarse *No tiene un espacio recolector de la fruta.

**Fuente:** Encuesta & Entrevista.

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

En base al análisis realizado al tipo de logística que utiliza la empresa Natfrefco S.A, la autora para satisfacer el mercado de Gwangyang - Corea del Sur plantea utilizar la (Logística DFI) que acapara con los procesos integrales, abastecimiento, interno de plata y distribución. Con finalidad de reducir la brecha entre los ambos países.

Mediante del trabajo de titulación se dará a conocer el proceso de exportación, con el propósito de que nos ayude a un mejor alcance del proyecto a realizarse, el cual aportara para la empresa y para las personas que requieran de dicha información.

#### **4.7.1 Proceso de Exportación**

##### **4.7.1.1 Como ser Exportador**

- 1.- Contar con el Ruc
- 2.- Obtener el Token
- 3.-Registrarse como exportador en el Ecuapass

Todo proceso de exportación que se de en el territorio Ecuatoriano, deberá ser transmitido por vía electrónica de la DAE (declaración aduanera de Exportación) en el sistema Ecuapass, la misma que deberá ser adjuntado con un documento de acompañamiento como la factura, proformas o documentación que respalde el previo embarque. La declaración es crear un vínculo legal y obligatorio por la SENA (Servicio Nacional de Aduana del Ecuador) por parte del declarante o exportador.

Etapa Pre Embarque pasos para la declaración aduanera de exportación son:

- Declaración de la mercadería por ítem de factura
- Datos del exportador o declarante
- Destino de la carga
- Cantidad
- Peso ( y datos respectivos de la mercadería)

**Etapa Post-Embarque** documentos digitales de Acompañamiento de la DAE exigidos por el Ecuapass son:

- Autorizaciones de salida en caso que lo amerita cada producto
- Factura comercial original
- Copia lista de empaque
- Copia Certificado de origen
- Copias no Negociables de documento de transporte multimodal

Cuando la mercadería ya es aceptada por la DAE, su ingreso empieza en el distrito de embarcación, para el depósito temporal para el registro y almacenaje de exportación.

Para exportar se le asignara y notificara el tipo aforo. Los mismos que pueden ser:

- Aforo Físico Instructivo
- Aforo Automático
- Aforo Documental

El aforo fisco instructivo procede a la revisión física y la confirmación de la documentación electrónica y digital.

El aforo automático se entiende de una autorización de salida al momento de ingreso de la carga. Ya sea en depósitos o zona primaria.

EL aforo documental es designado a cargo de tramitadores al momento de ingresar la carga, para que proceda a la revisión documental y digitalizada. Procederá al cierre en el caso de que no se encuentre existencia sospechosa.

**Requisitos para exportar el Banano (baby bananas) hacia Corea del Sur.**

- Control de contaminación alimenticia
- Control de residuos de plaguicidas en productos de origen vegetal y animal.
- Control sanitario y fitosanitario
- Cumplimiento, Trazabilidad, responsabilidad y sinceridad en los productos

- Etiquetado respectivo

Producción Ecológica

#### 4.7.2 Certificaciones Necesarias para la Exportación del Banano (Baby Banana) Orgánico Hacia Corea del Sur

**Tabla 48: Certificaciones exigidas por Corea del Sur**

NACIONAL	INTERNACIONAL
Obtención título de la propiedad (IEPI)	Organic (Mafra Korea)
Certificado fitosanitario (MAGAP) (AGRO CALIDAD)	Certificado de origen (MIPRO)
Registro del Exportador (MAGAP) (AGRO CALIDAD)	Certificado fitosanitario (KFDA)
Registro de contrato de productores y comercializadores (MAGAP) (AGRO CALIDAD)	(MIFAFF) se ocupa de productos agrícolas y pesqueros
Presentación del plan de embarque provisional y definitivo en el (MAGAP) (AGRO CALIDAD) (CFE inspección del banano)	Certificado verde (BCS OKO)
Organic (Mafra Korea) (BCS OKO)	Global GAP: Comercio justo (BPA)

**Fuente:** MAGAP & BCS

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

Mencionados documentos nacionales e internacionales son los que se necesita para exportar el banano (baby bananas) orgánico de la empresa Natfrexco hacia el mercado sur coreano.

#### 4.7.3 Documentos Necesarios para la Exportación del Banano (Baby Banana) Orgánico Hacia Corea del Sur.

Todos los productos importados al territorio aduanero Asiático están subordinado por previas supervisión y declaración de aduana. La información solicitada es:

- **Factura Comercial:** registro del importador y exportador con el detalle de los productos
- **Documentos de Transporte:** Bill Of lading es el medio utilizado por la empresa debido a que mediante navieras llega el producto al territorio Asiático Sur Coreano.
- **Declaración del valor en Aduana:** Valor de los productos exportados con el arreglo del arancel integrado.
- **Lista de empaque (Parking List):** Información en la cual se detalla (fecha, número de factura, tipo de embalaje, flete, descripción del producto, marca, medida, peso neto y bruto.
- **Certificado de origen, sanitario y fitosanitario:** obtenidos en organismos nacionales e internacionales.
- **Documento único administrativo (DUA):** Requerido por las autoridades aduaneras al ingresar el producto hacia algún país asiático.
- **Seguro del transporte:** Garantiza exposición de riesgo del producto.

#### 4.7.4 Aranceles e impuestos

A continuación se dará a conocer la partida arancelaria bajo la cual se exportara el producto hacia Gwangyang Corea del Sur. Con los respectivos impuestos que se cancelan para poder ingresar al bloque económico.

**Tabla 49: Clasificación Arancelaria**

<b>Partida</b>	<b>Descripción</b>	<b>Arancel</b>	<b>Impuesto de Consumo</b>	<b>Impuesto general de ventas</b>
<b>0803.90.12.00</b>	Bocadillo (manzanito, orito) (Musa acuminata)(bebe bananas)	6%	0%	0%
Derecho específicos	<b>Antidumping</b>	<b>Impuesto promoción municipal</b>	<b>seguro</b>	<b>Unidad de Medida</b>
<b>N.A</b>	<b>N.A</b>	0%	2.5%	Kg

**Fuente:** Aduanet

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

## **4.7.5 Tipos de Logística para la Distribución Física Internacional de la Empresa Natfrexco S.A**

### **4.7.5.1 La logística Integrada**

Es caracterizada por la exigencia en calidad en los productos y servicios con la aparición de nuevas tecnologías que facilita la gestión en distintas áreas de la empresa, haciendo que sea un área de desarrollo e innovación. En general la logística integral hace referencia a los flujos de bienes y servicios en movimientos externos e internos teniendo en cuenta a los proveedores de materia de insumos, a fabricantes y la cadena de distribución con la finalidad de satisfacer al consumidor. Por el mismo hecho la empresa Natfrexco ha operado comercialmente con asociaciones bananeras para que tenga el propósito de la expansión a nivel internacional tomando en cuenta sus alcances y limitaciones.

Gráfico 25: Logística Integrada



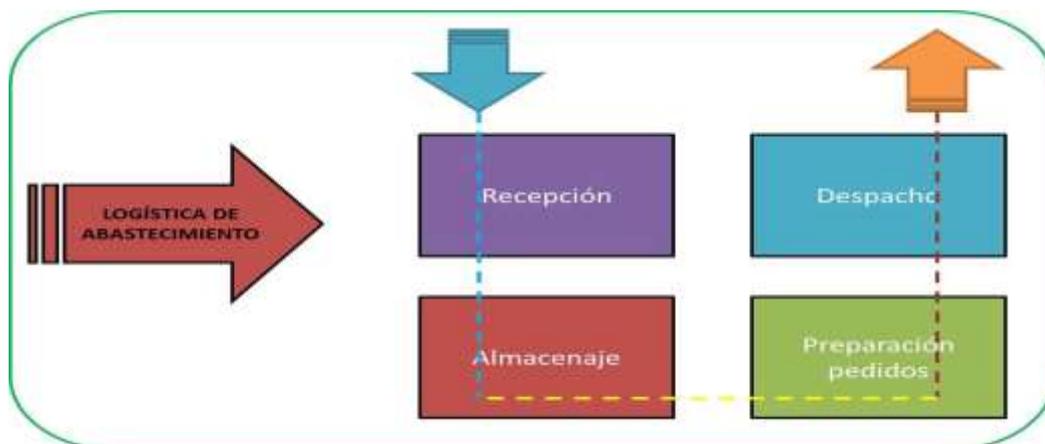
Elaborado por: Valencia, L (2017)

#### 4.7.5.2 Logística de Abastecimiento

Es aquella que abastece y contempla todos aquellos procesos en actividad destinado a controlar los suministros que realizan nuestros proveedores. La gestión se considera en la negociación de calidad técnica del producto, o el precio. Las siguientes funciones son:

- Compras
- Recepción
- Almacenamiento
- Administración de inventarios
- Contiene actividades relacionadas con la búsqueda, selección, registro y seguimiento de los proveedores.

**Gráfico 26: Logística de Abastecimiento**



**Fuente:** (García, 2010)

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

En el caso de la empresa Natfrefco, la cadena logística empieza en la recolección del producto desde las bodegas de “ASOPROTABF” la cual son produce en 305 hectáreas ubicadas en cantón caluma, toda la extensión de producción el 100% son destinados para la empresa Natfrefco y su comercialización, ante la realidad del mercado importador cada vez muestra un incremento en el producto. Cabe recalcar que la empresa no solo se dedica a exportar producto orgánico, también lo hace con una cadena del banano cavendish hacia el mismo mercado extranjero en estudio.

#### **4.7.5.3 Logística Interna de Comercialización**

La empresa Natfrexco S.A en la comercialización del banano baby banana orgánico se obtiene bajo la ejecución de procesos de verificación, cuidado permanente, meses de espera y una larga jornada de trabajo por parte de la asociación de producción agropecuaria tablas “ASOPROTABF” y técnicos funcionarios del procedimiento BSC OKO quien otorgo el certificado de Producción orgánica Agro calidad para el banano baby banana orgánico. Esta certificación de Mafra Korea le permite que la empresa tenga otra perspectiva con designios a la internacionalización de su productos en nuevos mercados potenciales, proceso que comprende que la comercialización tenga otro tratamiento debido a que involucra sistemas para promover e incrementar la salud de los agro ecosistemas, la biodiversidad, los ciclos biológicos y la actividad del suelo; enfatizando en el uso de las buenas prácticas agrícolas y de manufactura llevando de esta manera no solo a que la marca de un producto se identifique, si no manifestar al país Ecuador como uno de los exportadores potenciales de fruta fresca, a nivel mundial.

Requerir de un buen nombre y de una buena postora como empresa y país es un tanto difícil pero no imposible, por ello se debe tomar conciencia desde los indicios de producción, sin dejar de lado el buen trato de estiba en manipulación. Uniendo fuerzas para así obtener resultados positivos.

**Gráfico 27: Logística interna de Comercialización**



**Fuente:** observación directa  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### 4.7.5.4 Logística de la Planta

Comprende de las siguientes actividades:

- Mantenimiento
- Los servicios de planta (suministros de agua, luz, combustibles, etc.)
- Como así también la seguridad industrial y el cuidado del medio ambiente.

**Gráfico 28: Logística de la Planta**



Fuente: (García, 2010)

Elaborado por: Valencia, L (2017)

#### **4.7.5.5 Logística Integral DFI (Distribución Física Internacional)**

En esta logística nos relatamos al proceso al punto estratégico abarcando los flujos de proceso y productos terminados desde el punto de origen, hasta el punto de consumo. Este proceso logístico acapara el desarrollo del producto, manipulación, transporte, almacenamiento y proceso aduanero.

#### **4.7.5.6 Sistema logístico de la Mercadería**

Para enviar la mercadería hacia Gwangyang – Corea del Sur, la mercancía de Natfrefco debe tener en cuenta que sus productos deben ser bien despachados desde la asociación que se trabaja para recepción del producto y que cumpla con todo lo establecido por los estándares de exportación para asegurar su admisión en el país de destino. De igual forma es importante indicar que los productos deben recorrer tres trayectos geográficos distintos: el del país exportador, el tránsito internacional y el del país importador, debido a esto se debe considerar en buen uso de la carga, empaque, embalajes, sin dejar de lado que para su adecuada manipulación se deben colocar los respectivos pictogramas.

#### **4.7.5.7 Requerimiento del etiquetado para Corea del Sur**

- Nombre de producto
- Lista de ingredientes
- Fecha de elaboración y caducidad
- Nombre- Razón social, dirección social de la entidad exportadora
- Condiciones especiales de utilización y conservación
- Idioma Hangugeo e inglés.

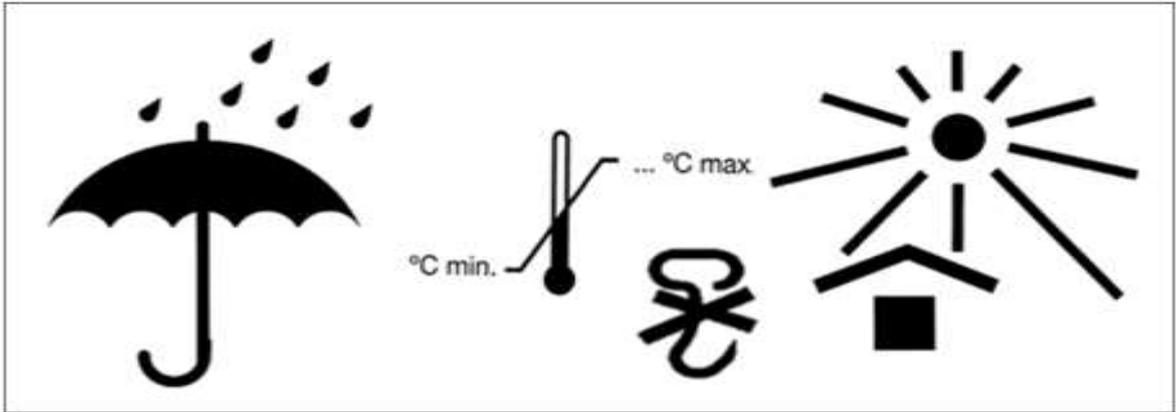
#### **4.7.5.8 El empaque y embalaje**

La importancia de manejar un embalaje adecuado para la exportación del banano de igual forma al cultivo y preparación de la fruta ya que solamente mediante una segura y funcional protección se puede mantener la calidad del producto hasta su llegada al mercado asiático. El empaque ayuda además a promover el fácil manejo de la fruta mediante su presentación se ha expuesto dos orificios laterales que permitirán la facilidad al momento de la embarcación, así como también la descripción de su contenido y su origen.

#### **4.7.5.9 Símbolo y el marcado**

Los símbolos son de gran ayuda para que se pueda evitar errores y daño del contenido al momento de su manipulación por ellos, sus debidas indicaciones deberan encontrarse señaladas en el empaque. Además la empresa Natfrexco mediante analisis ha optado por utilizar de manera apropiada su enmarcación en un lugar visible, Natfrexco elige por situar los símbolos y marca en los 5 lados (frente, arriba, izquierda y derecha) de la caja.

**Gráfico 29: Símbolos & Marcado**



**Fuente:** Observación Directa

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### 4.7.5.10 Logística de Distribución

Comprende las actividades de:

- Despacho de los productos terminados.
- Distribución de los productos terminados.

**Gráfico 30: Logística integral de Distribución (DFI)**



**Fuente:** (García, 2010)

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### 4.7.5.11 Carga

La carga que Natfrexco envía al exterior no afecta a la salud, debido a que es una fruta orgánica para nutrición de los consumidores de Gwangyang, dada por característica de una carga general, se transportara en un container de 40 pies climatizado +13.5° con un tiempo de transito de 26 días.

#### 4.7.5.12 Contenedor

**Uso habitual:** Para transportar productos perecederos tales como verduras, frutas, carnes, etc. Un contener de 40 pies tiene una capacidad máxima de abarcar 32 toneladas. Las cajas son pale tizadas y enviadas en contenedores 40 'Reefer, a 7°C, después de haber recibido pre cooling con aire forzado en cuartos fríos.

Cada contenedor es despachado con un mínimo de 2 termógrafos digitales, y la unidad es sellada con candados satelitales que nos permiten monitorear el contenedor hasta que llegada al puerto.

**Gráfico 31 : Contenedor 40 Pies**

40 Pies 40' x 8' x 8'6"			Descripción	
Tara	4800 kg / 10580 lb		Con equipo propio de generación de frío. Diseñados para el transporte de carga que requiere temperaturas constantes sobre bajo cero. Ejemplo: carne, pescado, frutas, etc.	
Carga Max.	27700 kg / 61070 lb			
Max. P. B.	32500 kg / 71650 lb			
Medidas:	Internas	Apertura puerta		
Largo:	11561 mm / 37'11"	-		
Ancho:	2280 mm / 7'5"	2280 mm / 7'5"		
Altura:	2249 mm / 7'5"	2205 mm / 7'3"		
Capacidad Cub.	59,3 m3 / 2075 ft3			

**Año:** 2013

**Fuente:** Reefercontenedores

Las medidas de las cajas son las siguientes:

**Tabla 50: Medidas de cartón**

<b>DETALLE</b>	<b>MEDIDAS DEL CARTÓN</b>
<b>Ancho</b>	45 cm
<b>Alto</b>	21 cm
<b>Largo</b>	51 cm
<b>Capacidad en Carga</b>	6 (7) manos 8kg

**Fuente:** Empresa Natfrexco  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### 4.7.5.13 Pallets.

Un pallet es plataforma horizontal rígida utilizada como base para agrupar, apilar, almacenar, manipular y transportar mercancías y cargas en general, los pallets entregan un considerable número de ventajas, hasta el punto de que la operativa logística actual no podría realizarse sin su uso. Los pallets de madera casi todos los pallets de madera están fabricados de pino radiata, y son los más solicitados, principalmente, por su precio, bajo costo de reparación.

**Tabla 51: Medidas de pallet**

<b>MEDIDAS DE PALLET</b>	
<b>Ancho</b>	1,20 Metros
<b>Largo</b>	1,00 Metros
<b>Altura</b>	0,15 Cm
<b>Altura Máxima</b>	2,13

**Fuente:** Empresa Natfrexco  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

El total de pallets que llevará los contenedores es de 22 pallet; de los cuales llevará 84 cajas por pallet, que sumadas da un total de 1700 cajas.

#### Calculo de la carga del contenedor

**Tabla 52:** Calculo de la carga del contenedor

<b>TIPO DE CONTENEDOR REFRIGERADO DE 40 PIES</b>	
<b>Total Pallet</b>	22 pallet
<b>Total Cajas</b>	1700 cajas cada una con un peso de 8kg
<b>Peso total por contenedor</b>	19 toneladas
<b>Altura Máxima</b>	2,13 metros

**Fuente:** Empresa Natfrexco  
**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### 4.7.5.14 Incoterms Negociación

##### **CIP (Carriage and Insurance Paid to) - Transporte y Seguro Pago Hasta (lugar de destino convenido)**

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por el pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido. El vendedor también debe conseguir un seguro contra el riesgo, que soporta el comprador, de pérdida o daño de las mercaderías durante el transporte.

El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas. Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte, incluyendo el transporte multimodal.

### ***Obligaciones del Vendedor***

- Entregar la mercadería y los documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de
- fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete y seguro (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes ) "Parcial"

### ***Obligaciones del Comprador***

- Pago de la mercadería
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes ) "Parcial"

### **CPT (Carriage Paid To) - Transporte Pagado Hasta (lugar de destino convenido)**

El vendedor entrega las mercaderías al transportista designado por el pero, además, debe pagar los costos del transporte necesario para llevar las mercaderías al destino convenido.

El comprador asume todos los riesgos y con cualquier otro coste ocurrido después de que las mercaderías hayan sido así entregadas.

El CPT exige que el vendedor despache las mercaderías para la exportación.

Este término puede emplearse con independencia del modo de transporte, incluyendo el transporte multimodal.

### ***Obligaciones del Vendedor***

- Entregar la mercadería y los documentos necesarios
- Empaque y embalaje
- Flete (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes)
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes ) "Parcial"

### ***Obligaciones del Comprador***

- Pago de la mercadería
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Flete y Seguro (lugar de importación a planta)
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes ) "Parcial"

### **DDP (Delivered Duty Paid) - Entregadas Derechos Pagados (lugar de destino convenido)**

Significa que el vendedor entrega las mercaderías al comprador, despachadas para la importación, y no descargadas de los medios de transporte utilizados en el lugar de destino acordado.

El vendedor debe asumir todos los costos y riesgos ocasionados al llevar las mercaderías hasta aquel lugar, incluyendo los trámites aduaneros, y el pago de los trámites, derechos de aduanas, impuestos y otras cargas para la importación al país de destino.

### ***Obligaciones del vendedor***

- Entregar la mercadería y documentos necesarios
- Empaque y embalaje

- Acarreo (de fábrica al lugar de exportación)
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Gastos de exportación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Flete (de lugar de exportación al lugar de importación)
- Seguro
- Gastos de importación (maniobras, almacenaje, agentes )
- Aduana (documentos, permisos, requisitos, impuestos)
- Acarreo y seguro (lugar de importación a planta)
- Demoras

***Obligación del comprador***

- Pagar la mercadería (BusinessCol.Com, s.f.)

**Tabla 53: Beneficios de los Incoterms y su impacto en la Empresa Natfrexco**

<b>BENEFICIOS INCOTERMS</b>		<b>POR QUE NO SON UTILIZADO</b>	
<b>DDP-CPT-CIP</b>		<b>FOB Y CIF</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por la desventaja y complicaciones existentes entre el idioma, tienden a realizar el acuerdo comercial en DDP.</li> <li>• Desde el punto de vista del exportador le es favorable la aplicación del mismo mediante el cual, la empresa Natfrexco manifiesta que su ganancia es de \$20,91 USD x caja.</li> <li>• En Ecuador la competencia nacional existente del banano (baby bananas) comercializa solo en términos FOB siendo los únicos entregando el producto al país de destino.</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debido al contrato firmado por Hanaro Mart, Nonghyup establecido en los términos de negociación en cuanto a la entrega de destino en Corea.</li> <li>• Tienen una sucursal la empresa Natfrexco en el país de destino y personal administrativo.</li> <li>• Quieren dar a conocer su marca y producto.</li> <li>• Apertura de nuevos mercados.</li> <li>• Ganancia optima</li> </ul>	

**Fuente:** Empresa Natfrexco

**Elaborado por:** Valencia, L (2017)

#### **4.7.5.15 Condiciones de Pago**

Las sistematizaciones de comercio exterior son pagadas a través de los medios de pago internacional. Para seleccionar uno u otro depende del riesgo asumido por las partes o por los costos. Las opciones son:

- Cheque
- Cobranza documentaria
- Letra de cambio
- Carta de crédito
- Transferencia bancaria o giro directo

Para el proyecto logístico se tomó la condición de pago para la exportación la carta de crédito

#### **Carta de crédito**

Promesa condicional de pago que efectúa un banco (emisor), por cuenta de una persona física o moral (solicitante), ante una persona (beneficiario); normalmente por conducto de otro banco (notificador), para pagar determinada suma o aceptar letras a favor del exportador, contra la presentación de determinados documentos. Existen diferentes modalidades: revocable, irrevocable, notificada, confirmada, a la vista, a plazo y transferible. (ProMexico, 2015)

La carta de crédito es para 30 días plazo contados desde la fecha de embarque de la mercancía. La carta de crédito será confirmada e irrevocable. El banco que se utiliza es el Banco Pichincha, el mismo que establece lo siguiente:

Banco Pichincha actúa por cuenta de un banco extranjero, comprometiéndose a pagar al exportador nacional la suma correspondiente al valor de su exportación, siempre que se cumplan las condiciones estipuladas en la carta. El banco emisor de la carta de crédito debe ser previamente calificado por el departamento de riesgo de banco Pichincha para proceder con la confirmación o pago de una carta de crédito

**Tabla 54: Precio del banano empresa Natfrexco S.A**

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO ANUAL 1958,40 TM</b>	<b>COSTO MENSUAL 163,20 TM</b>	<b>COSTO ENVIO TM</b>	<b>COSTO POR TONELADA</b>	<b>COSTO KG</b>	<b>COSTO CAJA 8 KG</b>
Costo de Comercialización	\$ 1'598.320,00	\$ 94.860,00	\$ 58.000,00	\$ 744,19	\$ 0,54	\$ 4,32
(+)UTILIDAD 25%	\$ 399.580,00	\$ 23.715,00	\$ 6.960,00	\$ 186,05	\$ 0,10	\$ 0,80
<b>(=) EX WORK</b>	<b>\$ 1'997.900,00</b>	<b>\$ 118.575,00</b>	<b>\$ 64960,00</b>	<b>\$ 930,24</b>	<b>\$ 0,64</b>	<b>\$ 5,12</b>

Fuente: Empresa Natfrexco

Elaborado por: Valencia, L (2017)

#### 4.7.5.16 Precio de exportación por toneladas de la empresa Natfrexco

Antes de realizar la matriz de costos de exportación es importante mencionar como se obtuvo el valor EX WORK. El costo de la comercialización es de \$ 1'598.320,00 dólares que se da por 305 hectáreas con una capacidad de 1958,40 TM, y un costo por tonelada, que equivale a \$744,19. Comprando el producto neto por caja en \$4,32.

**Tabla 55: Gasto de Exportación Internacional**

<b>DETALLE</b>	<b>COSTO ANUAL 1958,40 TM</b>	<b>COSTO MENSUAL 163,20 TM</b>	<b>COSTO ENVIO TM</b>	<b>COSTO POR TONELADA</b>	<b>COSTO KG</b>	<b>COSTO CAJA 8 KG</b>
Agente Aduanero	\$ 18.700,00	\$2400,00	\$200,00	\$ 9,55	\$ 0,010	\$ 0,08
(+)transporte interno calumá-Guayaquil	\$ 50.200,00	\$4.350,00	\$600,00	\$25,63	\$ 0,026	\$ 0,21
(+)Seguro interno suizo (1%)	\$ 19.979,00	\$1.185,75	\$649,60	\$10,20	\$ 0,02	\$ 0,16
(+) Tramite de aduana	\$ 18.500,00	\$ 2.461,27	\$ 200,00	\$ 9,45	\$ 0,009	\$ 0,07

(+)Inspección y manipulación estiba y desestiba	\$ 19700,00	\$ 2295,64	\$ 268,00	\$ 10,06	\$ 0,01	\$ 0,08
Impuestos internos (Ecuador)	\$ 24600,00	\$ 2216,67	\$ 225,00	\$ 12,56	\$ 0,01	\$0,08
<b>FOB</b>	<b>\$ 2'149.579,00</b>	<b>131.489,33</b>	<b>67.102,60</b>	<b>967,69</b>	<b>\$ 0,73</b>	<b>\$ 5,80</b>
(+)Seguro Internacional a suizo (1%)	\$ 21.249,79	\$ 1.312,68	\$ 688,78	\$ 9,55	\$ 0,006	\$ 0,04
(+) Tramite de aduana Gwangyang	\$ 16.679,00	\$ 900,75	\$ 549,60	\$ 8,52	\$ 0,009	\$ 0,07
(+)Inspección y manipulación estiba y desestiba	\$ 15.700,00	\$ 2295,64	\$ 268,00	\$ 8,02	\$ 0,008	\$ 0,06
(+)transporte interno Gwangyang	\$ 70.200,00	\$ 7.350,00	\$ 800,00	\$ 35,85	\$ 0,04	\$ 0,32
Impuestos internos (Ecuador)	\$ 98600,00	\$ 8216,67	\$ 225,00	\$ 50,37	\$ 0,05	\$0,40
<b>CPT</b>	<b>\$ 2'372.007,79</b>	<b>151.565,07</b>	<b>69.631,98</b>	<b>1080,00</b>	<b>\$ 0,84</b>	<b>\$ 6,69</b>
Impuesto producto	\$ 1'274.400,00	106.200,00	20.345,65	\$ 650,74	\$ 0,65	\$ 5,20
<b>DDP</b>	<b>\$ 3'646.407,79</b>	<b>257.765,07</b>	<b>89.977,63</b>	<b>\$ 1730,74</b>	<b>\$ 1,49</b>	<b>11,89</b>

Fuente: Empresa Natfrexco

Elaborado por: Valencia, L (2017)

Para realizar la matriz de gastos de exportación se tomó en cuenta todos los gastos operativos aduaneros nacionales e internacionales, impuestos, naviera y seguros del producto. Con un valor de 6,77 por caja. Siendo el costo por envío de contenedor de \$11.509. Vendíéndose al importador con un valor de \$32 dólares por caja.

**Tabla 56: Ventas en DDP**

Valor neto del producto	Valor con gastos de exportación \$ 6,77	Valor del producto mercado destino DDP	del Valor de utilidad de producto por caja
\$4,32	\$11,09	\$32	\$20,91

Fuente: Empresa Natfrexco

Elaborado por: Valencia, L (2017)

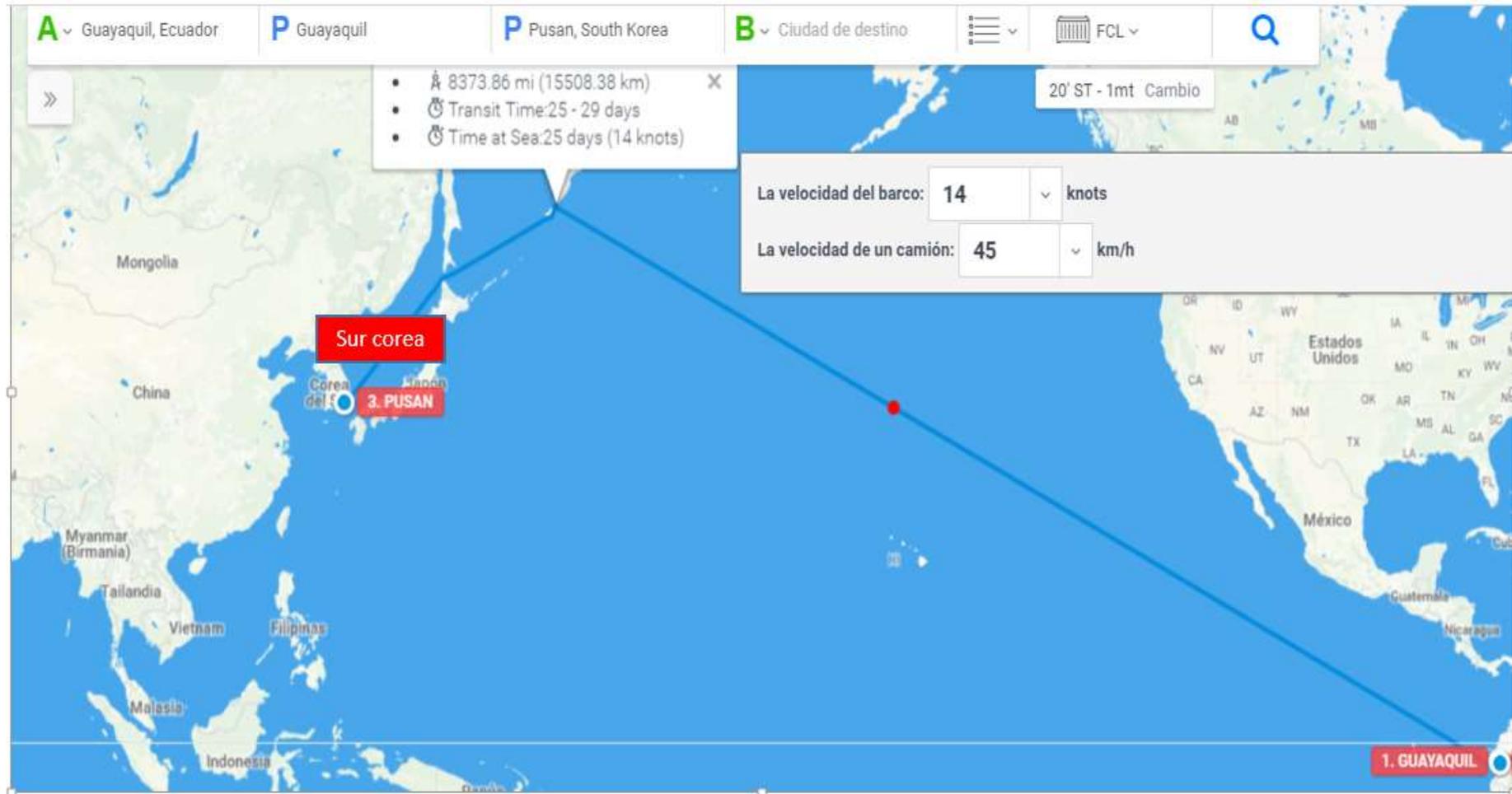
**Tabla 55: Navieras a utilizarse**

Empresas	Costos
Empresa: CMA - Dirección: Av. Joaquín Orrantía y Av. Leopoldo Benítez SG-1 Edificio Trade Building Torre A Piso C	\$ desde puerto Bolívar Gye por cada contenedor hacia Busan Corea del Sur \$3000
Empresa: ATLAS MARINE ECUADOR: Dirección: Tulcán 809 y Hurtado. Edif. San Luis, piso 2, y Planta Baja. (Guayaquil)	\$ desde puerto Bolívar Gye por cada contenedor hacia Busan Corea del Sur \$ 3400
Empresa BROOM ECUADOR S.A. Dirección: Kennedy norte calle Flores Pérez y Clotario Paz edificio Atlantis 6to piso ; (Guayaquil)	\$ desde puerto Bolívar Gye por cada contenedor hacia Busan Corea del Sur \$ 3200
Empresa: CMA- CGM ECUADOR. Dirección: Av. Rodrigo Chavéz Parque Empresarial Colon, Corporativo 2, oficina 501 - 503. (Guayaquil)	\$ desde puerto Bolívar Gye por cada contenedor hacia Busan Corea del Sur \$ 3100

Fuente: CAMAE (Cámara Marítima del Ecuador)

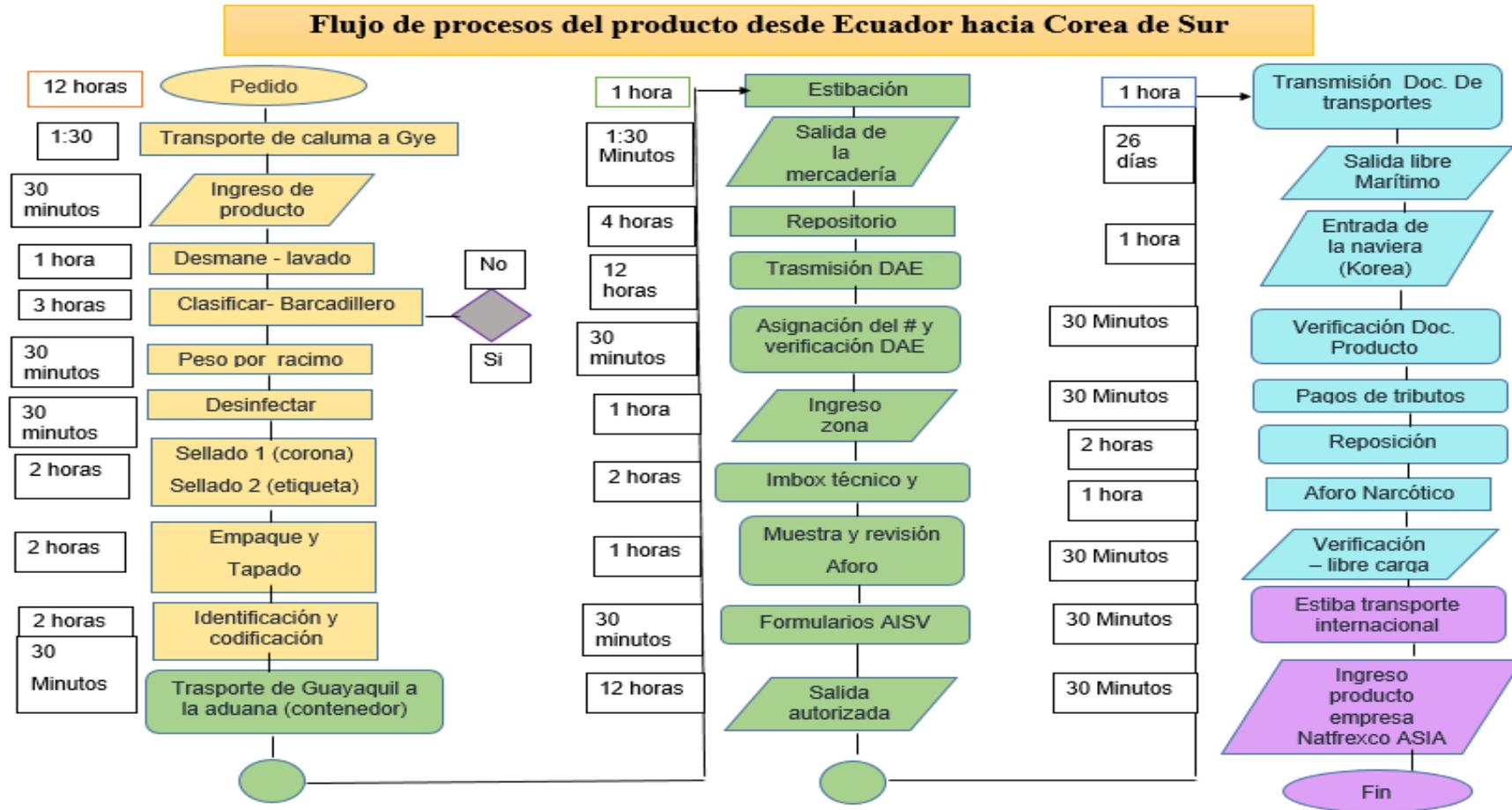
Elaborado por: Valencia, L (2017)

Gráfico 32: Canal de Distribución



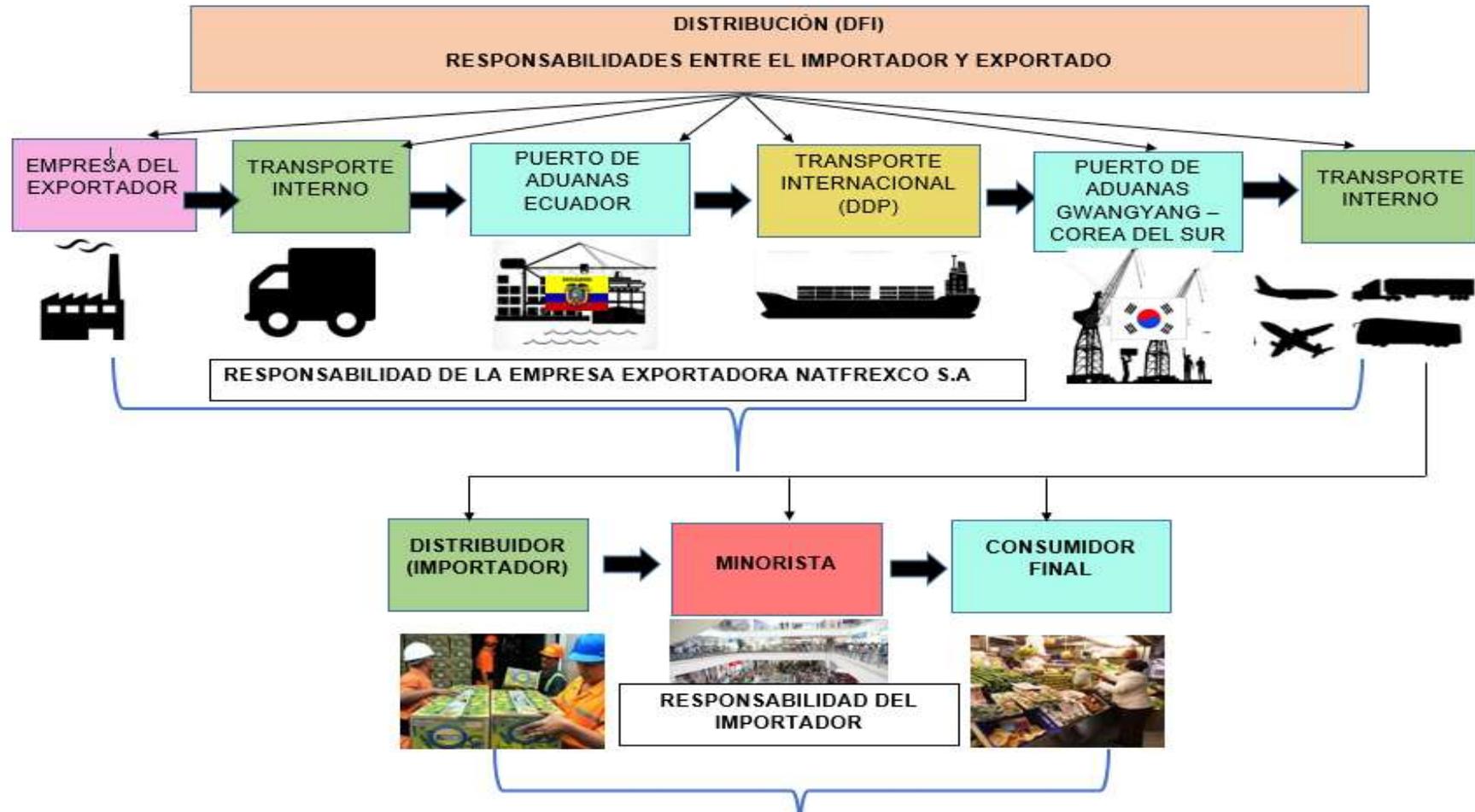
Elaborado por: Es seguro ruta Ecuador internacional

Gráfico 33: Flujo de procesos del producto desde Ecuador hacia Corea del Sur



Elaborado por: Valencia, L (2017)

Gráfico 34: Flujo grama de distribución del producto



Elaborado por: Valencia, L (2017)

## CONCLUSIONES

- Una vez analizado los fundamentos teóricos de la logística de exportación se ha definitivo que la logística es esencial e importante para la mejora en servicio al cliente, en cuanto a la prontitud y progreso de cada distribución y desarrollo del sistema informativo internacional.
- Mediante el estudio de mercado desarrollado en Gwangyang - Corea del Sur se puede observar que existe un hábito de consumo favorable de 98.933 TM. La gran aceptación de la fruta fresca baby banana en la industria alimenticia es creciente por los habitantes, acelerando el acceso de nuevos mercados exportadores en disposición de satisfacer la demanda existente. Cubriendo como la empresa un 2.23% de la misma.
- El proyecto logístico para la exportación del banano (baby bananas) orgánico de la empresa Natfrexco S.A, permitirá que la misma trabaje bajo un enfoque de eficiencia y eficacia, lo cual mejorara la rentabilidad y competitividad en las exportaciones.
- En cuanto al análisis realizado se ha logrado conocer la inexistencia de distintos transporte internacional.

## RECOMENDACIONES

Se recomienda al Ing. Patricio Polanco presidente de la empresa Natfrexco S.A los siguientes puntos.

- Poner en marcha la propuesta, la misma que permitirá que la empresa con la logísticas aplicada reduzca costos, optimice tiempo, adquiera mayor prestigio y se vuelva competitiva en el mercado Coreano.
- Integrar y comercializar con asociaciones Ecuatorianas productoras del banano orito orgánico, para conseguir el incremento de exportación en sus ventas hacia el mercado de Gwangyang, aprovechando la apertura actual que se ha logrado observar en el estudio de mercado y la posición lograda en reconocimiento de los clientes por la marca.
- Realizar capacitaciones constantes a todos los trabajadores con el objetivo de que dominen la exportación y la logística propuesta, además deberá comprar la maquinaria faltante y necesaria para contrarrestar la tardanza de salida interna del despacho con el fin evitar el incumplimiento de entrega en la fecha estimada por el importador. Mejorando todos los puntos suscitados y ejecutando el diseño del plan DFI logístico para la empresa Natfrexco S.A tendrá la satisfacción de resultados notorios y favorables tanto para la empresa y a la vista del mercado meta, siendo este un indicador de aceptación veraz.
- La Autora recomienda que la empresa Natfrexco S.A considere ampliar convenios con distintas navieras, con la finalidad de contrarrestar el estancamiento del producto en las bodegas de contecon Guayaquil.

## BIBLIOGRAFÍA

- Andersen, A. (1999). *Diccionario de Economía y Negocios*. 1ª ed Madrid: Espasa Calpe
- Baca, G. (2013). *Evaluación de proyectos*. 6ª ed Mexico D.F: McGraw-Hill.
- Bacon, C. (1996). *Manual de auditoría interna*. 2ª ed México D.F: Limusa.
- Bajo, O. (1991). *Teorías del comercio internacional*. Barcelona: Cultural
- Ballou, R. (2004). *Logística administración de la cadena de suministros*. 5ª ed Mexico D.F: Pearson Educación.
- Bengoechea, B. (2000). *Diccionario de comercio exterior*. Madrid: Cultural.
- Akrear. ( 2015). El banano orito despunta en los mercados. Guayaquil Pag. 1 *La Prensa*.
- Cerda, A. (2012). *Guía rápida de comercio exterior*. 2ª ed Mexico D.F : Trillas.
- De Gregorio, J. (2007). *Macroeconomía Teoría y Políticas*. Mexico D.F: Pearson Educación.
- García, F. (2004). *Elementos del Comercio Exterior*. Mexico D.F : Trillas.
- García G, (2015). *Diseño de un plan de Exportación del chocolate fino Ecuatoriano Chchukululu al mercado de Chile: Quito Universidad salesiana del Ecuador*
- García, L. (2010). *Logística Integral*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Gonzales , F. (2015). *Actitud del exportador* .Mexico D.F: Limusa
- Hernandez, G. (2006). *Diccionario de Economía*. Medellín: Universidad Cooperativa de Colombia.
- Gido J , & James P. (2001). *Administración Exitosa de Proyectos* .Mexico D.F: Thomson
- Long, D. (2012). *Logística Internacional: Administración de la cadena de abastecimiento*. Mexico D.F : Limusa.

- Long, D. (2012). *Logística Internacional Administración de la Cadena de Abastecimiento Global*. Mexico D.F: Limusa.
- Martin, M & Martinez G. (2012). *Manual Practico de Comercio Exterior* . 4ª ed Madrid: Fundacion Confemetal.
- Pujol, B. (2000). *Diccionario de Comercio Exterior*. 4ª ed Madrid: Cultural
- Muñoz, R & Mora, L.(2009). *Diccionario de Logística y Negocios Internacionales*. Bogota: Ecoe Ediciones.

## LINKOGRAFÍA

- Aduanas.(2007). *Ley organica de aduana* Obtenido de Aduanas:  
<http://www.aduana.gob.ec/archivos/LEY-ORGANICA-DE-ADUANA-2007.pdf>
- Areadepymes.(2010). *costo seguro y flete de destino*. Obtenido de  
<http://www.areadepymes.com/?tit=cif-cost-insurance-and-freight-coste-seguro-y-flete-puerto-de-destino-convenido-guia-de-incoterms-2010&name=Manuales&fid=em0bcag>
- Bona Fruta. (2012). *Proveedores de Banano Ecuatoriano*. Obtenido de  
<http://frutabona.com/productos.html>
- Hurtado, B., & Quintero , C. (2011). *Plan de mejoramiento del area de almacenamiento en la empresa Herval S.A.S.* Obtenido de  
<http://ribuc.ucp.edu.co:8080/jspui/bitstream/handle/10785/499/completo.pdf?sequence=1>
- Instituto Servicio Ecuatoriano de normalizacion INEN. (2016). *funciones del INEN*. Obtenido de INEN: <http://www.normalizacion.gob.ec/la-institucion/>
- Botero,A. (2012). *Estrategia de reduccion de costos*. Obtenido de  
<http://www.gerencie.com/las-estrategias-de-reduccion-de-costos.html>
- Business(2010). *Comercio exterior incoterms estrategias* .Obtenido de  
<http://businesscol.com/comex/incoterms.htm#inicio>
- Camara de Comercio Internacional. (2011). *Incoterms*. Paris: Agpograf. Obtenido de  
<http://www.gecomex.cu/uploads/descargas/doc-1579.pdf>
- Condor, E. (2013). *Todo Comercio Exterior* . Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de <http://comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/tipos-de-carga>
- Asamblea Nacional de la Republica del Ecuador. (2008). *Constitucion del Ecuador*. Quito:. Edita Obtenido de  
[http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gob.ec/sites/default/files/documents/old/constitucion_de_bolsillo.pdf)

- Codigo Organico de Produccion Comercio e Invercion COPCI: (2010). *productos por secciones*. Obtenido de COPCI: <http://www.scpm.gob.ec/wp-content/uploads/2013/03/C%C3%B3digo-Org%C3%A1nico-de-la-Producci%C3%B3n-Comercio-e-Inversi%C3%B3n.pdf>
- Country Meters. (2016). *Comercio justo*. Obtenido de <http://countrymeters.info/es/Germany>
- Cooperacion Aduanera Ecuatoriana CAE. (2009). *Comercio Exterior*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de <http://comercioexterior-ecuador.blogspot.com/2009/05/incoterms.html>
- Generalitat.(2011). *Canales de Exportacion*. Obtenido de <http://www.cigcvinternacional.com/etapas/canales-de-exportacion/exportacion-indirecta>
- Giraldo, G. (2011). *logistica internacional*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de <http://talentologistico.globered.com/categoria.asp?idcat=42>
- Hernandez , A., & Ruiz , C. (2012). *Desarrollo de un plan estrategico para la empresas conquistar S.A.* Obtenido de <http://repository.urosario.edu.co/bitstream/handle/10336/3658/1018424143-2012.pdf> Universidad del Rosario Bogota
- Gonzalez, D. (2015). *Guia basica de los exportadores* Obtenido de <http://www.promexico.mx/documentos/pdf/guia-basica-del-exportador-promexico.pdf>
- Rodriguez, M. (2013). *Tipos de logistica*. Recuperado el 10 de noviembre de 2016, de <http://fredylgc.blogspot.com/2013/03/tipos-de-logistica.html>
- Sabino , C., & Bavaresco, A. (2011). *Medios de Transporte*. Recuperado el 10 de Noviembre de 2016, de <http://www.laminasescolares.com/2010/12/bajar-medios-de-transporte.html>
- Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENA. (2012). *Funciones del Ecuapass*. Obtenido de SENA: [http://www.aduana.gob.ec/pro/to\\_export.action](http://www.aduana.gob.ec/pro/to_export.action)

Servicio Nacional de Aduanas del Ecuador SENA. (2016). *Trasnporte vapors* .  
Obtenido de SENA: [http://www.proecuador.gob.ec/?page\\_id=263](http://www.proecuador.gob.ec/?page_id=263)

Servicio de Renta Interna SRI. (2008). *Funciones SRI*. Obtenido de SRI:  
<http://www.sri.gob.ec/web/guest/67>