



**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE
GUAYAQUIL
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE INGENIERA EN COMERCIO EXTERIOR**

TEMA:

**“IMPACTO DE EXPORTAR BANANO DE LA EMPRESA
BANASOLREY S.A. CON SU PROPIA MARCA CON DESTINO A
ROTTERDAM PERÍODO 2015.”**

Tutor:

Msc. SERGIO CRISTÓBAL SUÁREZ LÓPEZ

AUTORA:

ELIZABETH LASTENIA HERRERA MARTILLO

**Guayaquil – Ecuador
2016**



REPOSITARIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS

TITULO Y SUBTITULO:

“IMPACTO DE EXPORTAR BANANO DE LA EMPRESA BANASOLREY S.A. CON SU PROPIA MARCA CON DESTINO A ROTTERDAM PERÍODO 2015”

AUTORA:

ELIZABETH LASTENIA HERRERA MARTILLO.

REVISORES:

MSC. SERGIO CRISTÓBAL SUÁREZ LÓPEZ

INSTITUCIÓN:

UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL

FACULTAD:

ADMINISTRACIÓN

CARRERA:

COMERCIO EXTERIOR

FECHA DE PUBLICACIÓN:**N. DE PAGS:**

92

ÁREAS TEMÁTICAS:**PALABRAS CLAVE:**

Exportación, banano “SEBAS” Rotterdam.

RESUMEN:

La empresa Banasolrey S.A. es una empresa exportadora de banano en Ecuador, que va a cumplir con 5 años de experiencia, 2 de estos años se dedicaba a prestar el servicio de exportación y los 3 años se decidió hacer su propia marca “SEBAS” y a exportarla . La empresa se proyecta a otros mercados como es Estados Unidos y Chile que es uno de los mercados potenciales, ya sabemos y conocemos que el banano es el producto no petrolero más exportado y además hay que aprovechar la tierra que nos brinda nuestro país.

Banasolrey S.A. tiene mayor venta en el mercado de Rotterdam, ese mercado prefiere comprar una marca “SEBAS”, de esta manera lograron ganar la confianza del consumidor. La planta del banano crece en un buen

suelo y el clima deber ser tropical, húmedo y con una temperatura de 18.5°C para que no se tarde su crecimiento, el más conocido y comercializado es el Cavendish, el banano cocción, banano postre, orito, banano rojo y plátano.

El estudio fue descriptivo, la información obtenida por los diferentes medios bibliográficos, como lo es: el Banco Central del Ecuador, Servicio de Rentas Internas, Pro Ecuador, Ministerio de Comercio Exterior y A.E.B.E, Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador.

El fin de realizar este proyecto de investigación es que vendiendo con su propia marca “SEBAS” la empresa obtuvo más rentabilidad, a pesar que la marca no es tan reconocida es un banano de buena calidad, así se da a conocer más el banano “SEBAS”.

N. DE REGISTRO (en base de datos):	N. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):		
ADJUNTO URL (tesis en la web):		
ADJUNTO PDF:	SI <input checked="" type="checkbox"/>	NO <input type="checkbox"/>
CONTACTO CON AUTORA: ELIZABEH LASTENIA HERRERA MARTILLO	Teléfono: 0994753058	E-mail: ely_hm1203@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	MSC. ROSA HINOJOSA DE LEIMBERG, DECANA Teléfono: 2596500 EXT. 201 DECANATO E-mail: rhinojosal@ulvr.edu.ec Ing. Jessica Aroca Clavijo MAE Teléfono: 2596500 EXT. 264 Directora jarocac@ulvr.edu.ec	

DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES

La egresada **ELIZABETH LATENIA HERRERA MARTILLO**, declaro bajo juramento, que la autoría del presente trabajo de investigación, corresponde totalmente a las suscritas y me responsabilizó con los criterios y opciones científicas que en el mismo se declaran, como producto de investigación realizada.

De la misma forma, cedo mis derechos patrimoniales y de titularidad a la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil, según lo establece la ley de Propiedad Intelectual del Ecuador.

Este proyecto se ha ejecutado con el propósito de estudiar el **“IMPACTO DE EXPORTAR BANANO DE LA EMPRESA BANASOLREY S.A CON SU PROPIA MARCA CON DESTINO ROTTERDAM PERÍODO 2015”**.

Autora:

ELIZABETH LASTENIA HERRERA MARTILLO.
C.I. 0924872385.

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En calidad de Tutor del Proyecto de Investigación **“IMPACTO DE EXPORTAR BANANO DE LA EMPRESA BANASOLREY S.A CON DESTINO ROTTERDAM PERÍODO 2015”**, nombrado por el Consejo Directivo de la Facultad de Administración de la Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil.

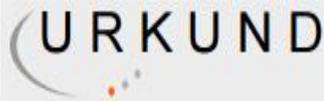
CERTIFICO:

Haber dirigido y analizado en todas sus partes el Proyecto de Investigación titulado: **“IMPACTO DE EXPORTAR BANANO DE LA EMPRESA BANASOLREY S.A CON SU PROPIA MARCA CON DESTINO ROTTERDAM PERÍODO 2015”**, presentado por la estudiante **ELIZABETH LASTENIA HERRERA MARTILLO**, como requisito previo a la aprobación de la investigación para optar al Título de INGENIERIA EN COMERCIO EXTERIOR encontrándose apta para su sustentación.

Firma: _____

MSC. SERGIO CRISTÓBAL SUÁREZ LÓPEZ
C.I. _____

CERTIFICADO DE ANTI PLAGIO



Urkund Analysis Result

Analysed Document: IMPACTO AL EXPORTAR BANANO DE LA EMPRESA
BANASOLREY S.A. CON SU PROPIA MARCA.docx (D20870895)
Submitted: 2016-06-15 02:54:00
Submitted By: ssuarezl@ulvr.edu.ec
Significance: 9 %

Sources included in the report:

GUIA PARA EXPORTAR ARROZ BLANCO A COLOMBIA.docx (D14342018)
tesis-angelica.pdf (D16902787)
Comercio internacional Andres 1.docx (D17058189)
TRABAJO DE TITULACION LISTO.docx (D15795280)
COMO-SE-CREA-UNA-EMPRESA-PARA-EXPORTAR-EN-ECUADOR.pdf (D15006663)
yola3.docx (D15008037)
F&B COMEX.docx (D16225883)
<https://gestiondeempresasitav.files.wordpress.com/2011/11/global-gap.pptx>
<http://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/29/1/T-UIDE-0002.pdf>
http://www.proecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2013/07/PROEC_AS2013_AUTOMOTRIZ1.pdf
http://www.asefave.org/archivos/page/854/GUIA-COMERCIA-2013_ECUADOR.pdf
<https://raulzavala.files.wordpress.com/2012/12/boletc3adn-proecuador-noviembre-diciembre-2012.pdf>
<http://agropecuarios.net/banano-embalaje-y-peso.html>

Instances where selected sources appear:

34

AGRADECIMIENTO

En primer lugar, agradezco a DIOS y a la “VIRGEN DE GUADALUPE”, por la salud y permitirme haber alcanzado una de mis metas, gracias por esas bendiciones de cada día, en segundo lugar a mis padres Lic. Juana Martillo y Sr. Rubén Herrera que son mis pilares fundamentales, a mis hermanos el Tecnólogo Gregory - Jonathan Herrera Martillo que son mis ejemplos a seguir y en tercer lugar los maestros de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, por los 5 años de estudio, en especial a mi tutor el Msc. Sergio Suárez López, que fue mi guía para elaborar mi proyecto de investigación para culminar esta etapa de mi vida, a mis compañeros de aula y a mi mejor amigo Stefano Chasin.

Elizabeth Herrera Martillo

DEDICATORIA

A mis pilares fundamentales, mis padres Sr. Rubén Herrera Pesantes sin su ayuda no lo hubiera logrado, a mi madre, Lic. Juana Martillo Rosero, que se lo debo todo en la vida gracias a ella soy lo que soy por su enseñanzas desde muy pequeña, por su paciencia cada día, por su esfuerzo jamás le podré pagar lo que hizo por mí; mis hermanos Gregory y Jonathan por su apoyo incondicional hasta el día de hoy y a mis tres sobrinos Daniela, Jared y Gustavo, que son el motor principal en mi vida.

Tabla de Contenido

REPOSITORIO SENESCYT	i-ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA Y CESIÓN DE DERECHOS PATRIMONIALES ..	iii
CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR	iv
CERTIFICADO DE ANTI PLAGIO	v
AGRADECIMIENTO	vi
DEDICATORIA	vii
INDICE GENERAL	viii-x
INDICE DE TABLAS	xi
INDICE DE GRÁFICOS	xii-xiii
RESUMEN EJECUTIVO	xiv
EXECUTIVE SUMMARY	xv
CAPÍTULO I	1
1. EL PROBLEMA A INVESTIGAR.....	1
1.1. Tema.....	1
1.2. Planteamiento del problema	1 - 2
1.3. Formulación del problema	2
1.4. Delimitación del problema	2
1.5. Justificación de la investigación.....	3 - 4
1.6. Sistematización de la investigación.....	4
1.7. Objetivo general de la investigación	4
1.8. Objetivos específicos de la investigación.....	4
1.9. Límites de la investigación.....	5
1.10. Identificación de las variables	5
1.11. Hipotesis general	6
CAPÍTULO II.....	6
2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA	6
2.1. Antecedentes referenciales y de investigación.....	6
2.1.1. Historia del banano.....	6 - 7
2.1.2. Aspectos económicos de Ecuador 2015 del banano.....	7

2.1.3.	Características del producto	8
2.1.4.	Producción y variedades de banano en el Ecuador	8
2.1.5.	Información estadística del sector	9
2.1.6.	Datos de interés	9
2.1.7.	Principales productos no petroleros de exportación.....	10
2.1.8.	Principales destinos de las exportaciones del Ecuador	13
2.1.9.	Otra forma d empaque del banano.....	13 - 14
2.1.10.	Ecuador es el primer exportador de banana	15
2.1.11.	Empaque del Banano de Exportación	16
2.2.	Marco Teórico Referencial.....	17 - 19
2.2.1.	Requisitos para ingresar banano a la Unión Europea.....	20
2.2.1.1	Controles para ingresar banano a la Unión Europra	21
2.3.	Marco Legal	22 - 23
2.4.	Marco conceptual	24 - 28
CAPÍTULO III		29
3.	METODOLÓGIA DE INVESTIGACIÓN	29
3.1.	Métodos de investigación.....	29
3.1.2.	Enfoque de la Investigación	29
3.2.	Población y muestra	30
3.2.1	Población.....	30
3.2.2.	Muestra.....	30
	Fórmula de la muestra	30
3.3.	Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	31
3.4.	Tratamiento a la información.- Procesamiento y análisis	31
3.4.1.	Encuestas vía online	31
3.5.	Preguntas de la encuesta.....	32 - 44
3.6.	Presentación de Resultados	45
3.8.	Realizar un análisis de la rentabilidad de la empresa Banasolrey S.A., al exportar banano con y sin su propia marca	47
3.10.	Información del Estado de Resultado.....	49
3.11.	Análisis de Razones de Rentabilidad sin marca vs con marca.....	51 - 52
3.12.	Determinar el proceso de producción y cuidados del banano con el fin de que llegue bien al mercado de Rotterdam	53

3.13.	Determinar el proceso de exportación cuando fue sin marca vs con marca	54 - 55
3.14.	Proceso de una Exportación en general en el sistema de ECUAPASS.	57 - 58
CAPÍTULO V		59
4.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
4.1.	CONCLUSIONES	59 - 60
4.2.	RECOMENDACIONES	60 - 61
Bibliografía.....		62
5.	Detalle de anexos.....	63
5.1.	Anexo # 1: Formato de Encuesta	64 - 65
5.2.	Anexo # 2: Carta de temperatura.....	66
5.3.	Anexo # 3: Reserva de exportación.....	67
5.4.	Anexo # 4: Basc Inspection Report.....	68
5.5.	Anexo # 5: Control de calidad.....	69
5.6.	Anexo # 6: Packing list	70
5.7.	Anexo # 7: Sistemas de Ecuapass.....	71
5.8.	Anexo # 8: Cajas de banano lista para la inspección de antinarcótico.....	72
5.9.	Anexo # 9: Policía revisando el contenedor.....	73
5.10.	Anexo # 10: Cajas en los pallets en el contenedor.....	74
5.11.	Anexo #11: Contenedor	75
5.11.	Anexo #12: RUC de la empresa.....	76

Índice de Tablas

Tabla 1 Principales beneficios de la empresa.....	3
Tabla 2 Variables de Investigación	5
Tabla 3 Consume usted banano en su hogar	29
Tabla 4 Que tipo de banano consume usted en su hogar.....	30
Tabla 5 Compra usted banano Ecuatoriano.....	31
Tabla 6 Conoce usted el banano de marca "SEBAS"	32
Tabla 7 Consume usted en su hogar el banano "SEBAS".....	33
Tabla 8 Se encuentra usted satisfecho con el banano de marca "SEBAS"	34
Tabla 9 Cual es el motivo por el que no se encuentra satisfecho con el banano de marca "SEBAS"	35
Tabla 10 Indique el motivo por el cual usted consume en su hogar el banano "SEBAS".....	36
Tabla 11 Usualmente donde compra el banano "SEBAS".....	37
Tabla 12 Recomendaría usted la marca de banano "SEBAS".....	38
Tabla 13 Considera usted que el precio "SEBAS" es accesible.....	39
Tabla 14 Cambiaría usted la marca "SEBAS"	40
Tabla 15 Cree usted que el banano "SEBAS" cumple con los estándares de calidad....	41
Tabla 16 Balance General de BANASOLREY S.A.(2012-2013-2014-2015).	43
Tabla 17 Estados de Resultados de BANASOLREY S.A. (2012 – 2013 – 2014 – 2015)	45
Tabla 18 Razones de rentabilidad (2012 – 2013 – 2014 – 2015)	47

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Clase de banano Ecuatoriano	8
Gráfico 2 Exportaciones de Banano semana # 5 comparación del año 2013, 2014 y 2015.....	9
Gráfico 3 Exportaciones por destino declarado semana # 5 comparación del año 2104 vs 2015.	10
Gráfico 4 Exportaciones no petroleras, principales grupos de productos % de participación de Enero – Abril 2012.....	11
Gráfico 5 Exportaciones no petroleras del Ecuador en Miles de USD FOB Enero – Abril.....	12
Gráfico 6 Ecuador destino de exportaciones de banano de Enero a Julio 2015.....	14
Gráfico 7 Comparación de 2014 – 2015 exportaciones por los puertos de Guayaquil y Bolivar	14
Gráfico 8 Exportaciones de banano de las semanas 1 al 43 de los años 2013, 2014, 2015.....	15
Gráfico 9 Caja en Europa	15
Gráfico 10 Lavado del banano.....	16
Gráfico 11 Puesto en la caja	16
Gráfico 12 Requisitos para ingresar banano a la Unión Europea.....	20
Gráfico 13 Banano canvendish enano	24
Gráfico 14 Banano canvendish gigante	25
Gráfico 15 Banano de cocción	26
Gráfico 16 Banano rojo	25
Gráfico 17 Plátano	26
Gráfico 18 Orito	26
Gráfico 19 Consume usted banano	32
Gráfico 20 Que tipo de banano consume usted en su hogar.....	33
Gráfico 21 Compra usted banano Ecuatoriano.....	34
Gráfico 22 Conoce usted el banano de marca “SEBAS”	35
Gráfico 23 Consume usted en su hogar el banano “SEBAS”	36
Gráfico 24 Se encuentra usted satisfecho con el banano de marca “SEBAS”	37
Gráfico 25 Indique el motivo por el cual usted consume en su hogar el banano “SEBAS”.....	39
Gráfico 26 Usualmente donde compra el banano “SEBAS”	40
Gráfico 27 Recomendaría usted la marca “SEBAS”	41

Gráfico 28 Considera usted que el precio “SEBAS” es accesible.....	42
Gráfico 29 Cambiaría usted la marca “SEBAS”	43
Gráfico 30 Cree usted que el banano “SEBAS” cumple con los estándares de calidad.	44
Gráfico 31 Banano “SEBAS”	45
Gráfico 32 Margen de rentabilidad de BANASOLREY S.A.	50
Gráfico 33 Proceso para exportar en formal general	56

RESUMEN EJECUTIVO

La empresa Banasolrey S.A. es una empresa exportadora de banano en Ecuador, que va a cumplir con 5 años de experiencia, 2 de estos años se dedicaba a prestar el servicio de exportación y los 3 años se decidió hacer su propia marca “SEBAS” y a exportarla . La empresa se proyecta a otros mercados como es Estados Unidos y Chile que es uno de los mercados potenciales, ya sabemos y conocemos que el banano es el producto no petrolero más exportado y además hay que aprovechar la tierra que nos brinda nuestro país.

Banasolrey S.A. tiene mayor venta en el mercado de Rotterdam, ese mercado prefiere comprar una marca “SEBAS”, de esta manera lograron ganar la confianza del consumidor. La planta del banano crece en un buen suelo y el clima deber ser tropical, húmedo y con una temperatura de 18.5°C para que no se tarde su crecimiento, el más conocido y comercializado es el Cavendish, el banano cocción, banano postre, orito, banano rojo y plátano.

El estudio fue descriptivo, la información obtenida por los diferentes medios bibliográficos, como lo es: el Banco Central del Ecuador, Servicio de Rentas Internas, Pro Ecuador, Ministerio de Comercio Exterior y A.E.B.E, Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador.

El fin de realizar este proyecto de investigación es que vendiendo con su propia marca “SEBAS” la empresa obtuvo más rentabilidad, a pesar que la marca no es tan reconocida es un banano de buena calidad, así se da a conocer más el banano “SEBAS”

EXECUTIVE SUMMARY

The company Banasolrey S.A. is an exporter of bananas in Ecuador, which will meet 5 years experience, 2 of these years was engaged to provide export service and 3 years was decided to make its own brand "SEBAS" and to export it. The company is projected to other markets such as the US and Chile is one of the potential markets, we know and we know that the banana is the product most exported non-oil and you have to take the land that gives us our country.

Banasolrey S.A. has sold in the Rotterdam market, that market rather buy a brand "SEBAS", so managed to win consumer confidence. The banana plant grows in good soil and climate must be tropical, humid and with a temperature of 18.5 ° C to not delay their growth, the best known and marketed is the Cavendish banana cooking banana dessert, I orito, red banana and plantain.

The study was descriptive, information obtained by different bibliographic resources, as is the Central Bank of Ecuador, Internal Revenue Service, Pro Ecuador, Ministry of Foreign Trade and A.E.B.E, Association of Banana Exporters of Ecuador.

In order to perform this research project is that selling under its own brand "SEBAS" the company obtained more profitable, although the brand is not so recognized is a banana good quality and is disclosed more bananas "SEBAS "

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA A INVESTIGAR

1.1.- Tema

“IMPACTO DE EXPORTAR BANANO DE LA EMPRESA BANASOLREY S.A. CON SU PROPIA MARCA CON DESTINO A ROTTERDAM PERIODO 2015.”

1.2.- Planteamiento del Problema

Banasolrey S.A., es una empresa dedicada a la venta al por mayor de banano cavendish enano al extranjero, fue constituida e inició actividades en julio de 2011. Los primeros dos años ofrecía el servicio de exportación hacia los mercados de Bélgica y Holanda. Desde sus inicios, la empresa se dedicó únicamente al servicio de exportación de la fruta con otras marcas, tenía su ganancia pero era relativamente baja, en la semana se realizaban entre uno o dos embarques, la empresa se dio cuenta que los mercados más consumidores eran: EE.UU., Holanda y Bélgica. Ofrecían un buen servicio de exportación y empezó a ganar confianza en esos mercados consumidores.

Habían ocasiones en que la empresa no realizaba ningún embarque a la semana, eso empezó a preocupar al Gerente – Propietario al ver lo sucedido, a finales de 2013 se da cuenta y toma la decisión de comercializar la fruta con su propia marca denominada “SEBAS”. A partir de 2014 inicia sus exportaciones con marca propia Banasolrey S.A. desea conocer si la problemática sería, si el exportar con marca propia resulta conveniente en términos económicos y financieros, lo que favoreció a la empresa fue el buen trato con los clientes de los mercados exportadores, decide exportar “SEBAS” al mercado de Rotterdam (Holanda), ya que es un consumidor de banano Ecuatoriano dándose a conocer como exportadora, se dio cuenta que Rotterdam es un consumidor de banano.

“SEBAS” ofrece a sus clientes un banano de buena calidad y que llegue bien a su destino final, una opción diferente a las marcas ya reconocidas, Banasolrey S.A., al lanzar su marca propia, se puso a competir en precio, empaque y calidad, en este caso el sr. Xavier Solórzano como ya tenía sus clientes, se puso en contacto con el mercado de Rotterdam. Después de haber obtenido la comunicación directamente con el gerente de la forma de

negociación, se les comunica un 50% por anticipo del envío y su diferencia de pago cuando llegue el contenedor a destino, se procede con los primeros envíos, se fue introduciendo al mercado de Rotterdam, se dio cuenta el exportador que se fue afianzando más con ese mercado, su nivel de rentabilidad mejoró, vendiendo con su propia marca.

La diferencia en este caso en vender con su propia marca “SEBAS”, obtuvo como resultados, el incremento de sus pedidos en cada semana, dando cambios significativos en sus ingresos. La ganancia fue mayor porque ya se negociaba directamente con la empresa, en que no se tiene que esperar para exportar banano, en este caso ya se vende con su propia marca, también fue aumentando poco a poco la producción en la hacienda y generando fuentes de trabajo, a las familias del campo en lo que es el corte, limpieza y empaclado del banano.

1.3.- Formulación del Problema

¿Cuál fue el impacto de la empresa Banasolrey S.A. al exportar banano con su propia marca en el mercado de Rotterdam en el período 2015?

1.4.- Delimitación del Problema

Campo	Comercio Exterior
Área	Satisfacer ese mercado, con la nueva marca.
Período	2015
Campo	Comercio Exterior
Lugar	La Mana - Quevedo.

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

1.5.- Justificación de la Investigación

El proyecto de investigación, se enfoca netamente al impacto de las exportaciones que ha tenido la empresa Banasolrey S.A. hacia el mercado de Rotterdam, durante el período 2015. El propósito fue crear una nueva marca de banano y ofrecer un banano de calidad, con una marca diferente a las tradicionales y a la vez darle un valor agregado a la empresa, que no necesariamente tiene que ser una marca reconocida, para que sea un banano de buena calidad, Banasolrey S.A. espera que cuando sea nombrada se relacione rápidamente con su marca “SEBAS”. El fin es de obtener la información necesaria, para conocer el funcionamiento de la empresa.

- **El crecimiento de las exportaciones.-** Las exportaciones no petroleras del Ecuador, el banano se ubica como el primer producto de exportación, nuestro país ofrece un banano de excelente calidad.

Tabla 1. Principales beneficios de la empresa.

<ul style="list-style-type: none">• Creación de una nueva marca de banano.
<ul style="list-style-type: none">• Satisfacer las necesidades del mercado de Rotterdam.
<ul style="list-style-type: none">• Crecimiento de la producción de banano.
<ul style="list-style-type: none">• Apertura a nuevos mercados internacionales.
<ul style="list-style-type: none">• Aumentaron sus pedidos.
<ul style="list-style-type: none">• Negociar directamente con el mercado.

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Xavier Solórzano como gerente – propietario de Banasolrey S.A. negocia directamente con el importador, sin ningún intermediario, existen 2 maneras de negociación que son: **compra directa al productor y la compra spot**, no existe un contrato de por medio si no un acuerdo, entre el exportador e importador, aunque haya una demanda de banano, la empresa se va a vender de acuerdo existente en ambas partes, la diferencia que es un precio muy diferente al acostumbrado, esa es la llamada **compra spot**.

1.6.- Sistematización de la Investigación

¿Cuál es la situación actual de las exportaciones del banano ecuatoriano?

¿Cuál fue el impacto de la empresa Banasolrey S.A. al exportar banano con su propia marca al mercado de Rotterdam?

¿Cuáles serían los resultados de las entrevistas a los importadores, con respecto a la nueva marca “SEBAS” al mercado de Rotterdam?

1.7.- Objetivo General de la Investigación

- Analizar el impacto de la empresa Banasolrey S.A., utilizando su propia marca en las exportaciones de banano con destino a Rotterdam durante el período 2015.

1.8.- Objetivos Específicos

- Entregar al mercado de Rotterdam un banano de características satisfactorias que permita el aumento de su producción internacional.
- Realizar un análisis de la rentabilidad de la empresa, al exportar sin y con su propia marca.
- Determinar el proceso de producción y los cuidados del banano con el fin de que llegue bien al mercado de Rotterdam.

1.9.- Límites de la Investigación

La limitación de la investigación de la empresa Banasolrey S.A., se basa en haber investigado el mercado, cuando exportaba banano con una marca reconocida que era la intermediaria eso fue durante los primeros años, así dándose cuenta que el mercado de Rotterdam es un gran consumidor de banano ecuatoriano, se realizó una investigación de mercado y se llegó a la conclusión que podría introducir una nueva marca de banano, motivo por el cual, decidió crear su propia marca SEBAS, poco a poco se fue posesionando de ese mercado de Rotterdam por su magnífica calidad y precio.

1.10.- Hipótesis General

La empresa Banasolrey S.A., al crear e introducir su propia marca de banano llamada “SEBAS” al mercado de Rotterdam, mejora su ganancia durante el período 2015.

1.11. Identificación de las Variables.

Tabla. 2 Variables de Investigación

Variables Independientes	Variables Dependientes
1. Exportar banano de buena calidad con su propia marca llamada SEBAS.	Introducir banano con marca propia, podría aumentar los niveles de rentabilidad, obteniendo como resultado el incremento de los pedidos.
2. Mercado Internacional introduciendo a Rotterdam, se dio cuenta el importador que se fue afianzando con ese mercado.	Satisfacer las necesidades del mercado de Rotterdam, cumpliendo las normas de calidad.
3. Productividad de banano	Generar nuevas fuentes de empleo, incrementando la producción y venta del banano.

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Capítulo II

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

2.1.- Antecedentes referenciales de investigación

Banasolrey S.A. tiene mayor venta en el mercado de Rotterdam, ese mercado prefiere comprar una marca “SEBAS”, de esta manera lograron ganar la confianza del consumidor. Una vez ofrecido el banano y ambas partes de acuerdo con la negociación se le pide al importador el 50% de pago anticipado se embarca el banano y a la siguiente semana se procede con la gestión del envío de los documentos correspondientes (b/l, fitosanitario, origen, basic inspection report, requerimiento de servicio, información SNA, verificaciones, fotos de antinarcóticos), se realiza la cancelación total de la deuda, es decir, el otro 50%.

La empresa cuenta con un personal de recursos humanos, la confiabilidad del cliente, es que su fruta llega en un buen estado siempre, esto les dio la facilidad de conseguir clientes satisfechos en el mercado de Rotterdam.

2.1.1.- Historia del Banano.

La planta del banano crece en un buen suelo y el clima debe ser tropical, húmedo y con una temperatura de 18.5°C para que no se tarde su crecimiento. La fruta se consigue todo el año, tiene grandes propiedades nutritivas de carbohidrato, fibras, potasio, magnesio y ácido fólico.

El banano es una fruta muy dulce, con esta fruta se pueden elaborar bebidas alcohólicas o harina, secando y moliendo la fruta seca. La fruta se cultiva en más de 150 países, lo que quiere decir que se produce en 105 millones aproximadamente al año, al parecer existen casi 1000 variedades de la fruta en el mundo, que se subdividen en 50 grupos, más popular es la “Cavendish” que es la que más se exporta en todo el mundo.

2.1.2.- Aspectos Económicos del Ecuador 2015 del banano

El Ecuador tiene un acuerdo con la Unión Europea, desde que tiene un acuerdo se puede vender el banano; el primer semestre del 2015, las exportaciones fueron favorable, se ha facturado más en comparación al primer semestre del 2014; se obtuvo aproximadamente un 7 u 8% más, lo afirmó el Director Ejecutivo de la Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador (AEBE), Eduardo Ledesma, durante la presentación del XII Foro Internacional del Banano que se llevó a cabo (2 al 15 de octubre).

Las estadísticas de las exportaciones de banano dieron como resultado al reconocimiento de la calidad del banano del Ecuador, ya que es el primer producto no petrolero de exportación ¹

2.1.3.- Características del producto

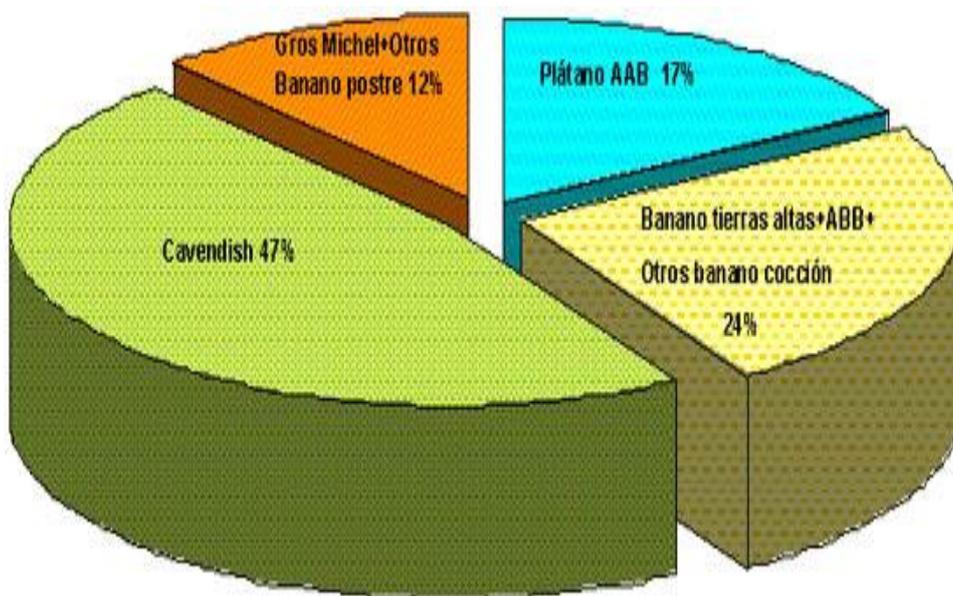
La futa del banano es muy rica en potasio, calcio, magnesio, fósforo, hierro y además tiene vitaminas A, B, C y E. Es un buen alimento para la lonchera de niños en época escolar y excelente calcio para los deportistas por su valor nutritivo.

¹ A.E.B.E., Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador.

2.1.4.- Producción y variedades en el Ecuador

Las variedades de banano en el Ecuador son: El más conocido y comercializado es el Cavendish, el banano cocción, banano postre, orito, banano rojo y plátano. La cosecha de la fruta se calcula en unas 214,000 plantaciones, con certificaciones de estándares internacionales de calidad como las normas ISO respectivas, (Análisis de Riesgos y Control de Puntos Críticos) y Globalgap.²

Gráfico 1. Clases de Banano Ecuatoriano.



Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

² Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones. (PROECUADOR)

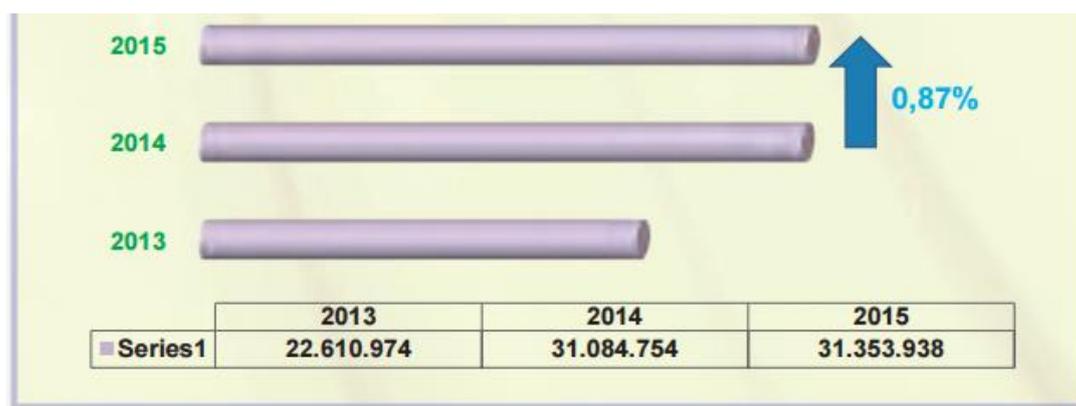
2.1.5.- Información estadística del sector

El Ecuador es el mayor exportador de banano teniendo un 30% de la oferta mundial, dando como resultado que el banano ecuatoriano es uno de los consumidores mundialmente. Con un primer rubro, la fruta representa con un 10% de las exportaciones; totales y el segundo rubro de mayor exportación del país, dando como resultado ser muy apetecida por consumidores de los mercados más exigentes, en especial Rotterdam y forma parte de la dieta diaria de millones de personas a nivel mundial.

2.1.6.- Datos de Interés

- Esto genera fuente de trabajo, tanto como exportación y producción en la actividad bananera, lo que da como ingresos a 2 millones de personas involucradas.
- El Ecuador tiene regulaciones y controles de las leyes laborales, tanto para los productores como para los trabajadores. ³

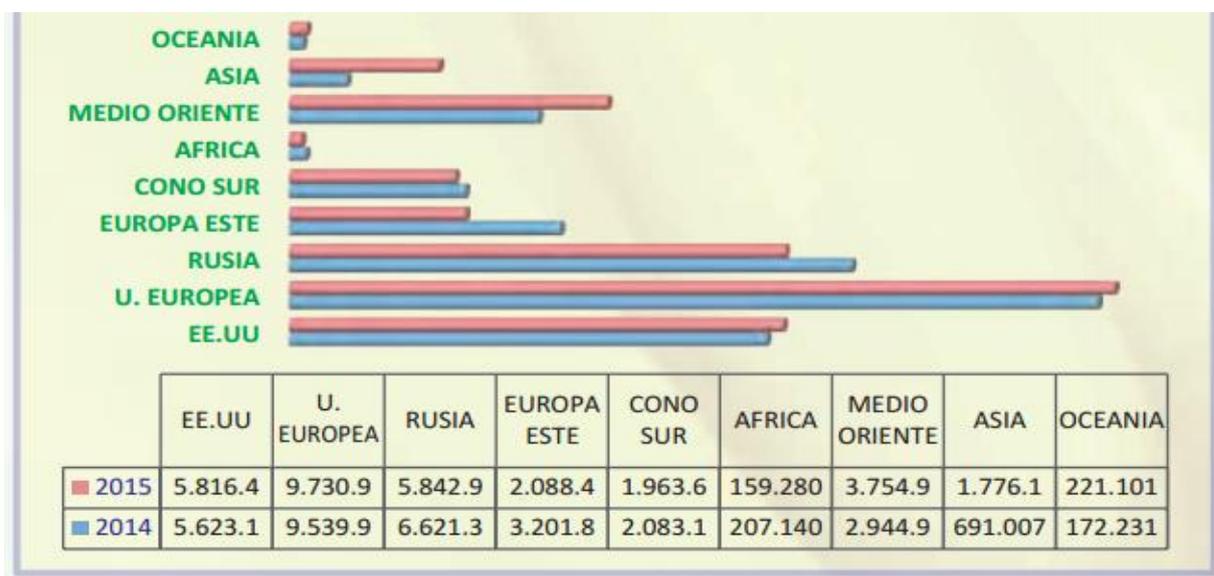
Gráfico. 2 Exportaciones de Banano semana # 5 comparación de los años 2013, 2014 y 2015



Fuente: Asociación de Exportadores de Bananano del Ecuador, (AEBE)

³ Asociación de Exportadores de Bananano del Ecuador, (AEBE)

Gráfico 3. Exportaciones por destino declarado Semana # 5 comparación del año 2014 vs 2015



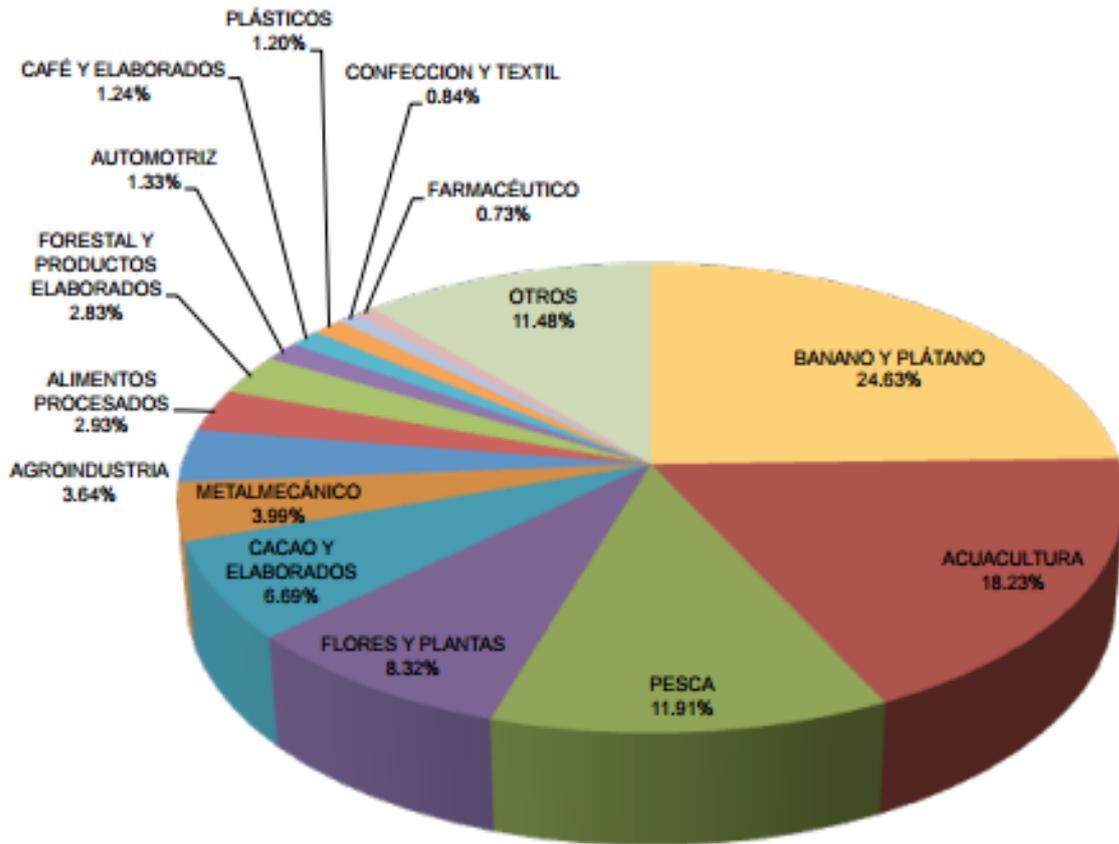
Fuente: Asociación de Exportadores de Bananano del Ecuador, (AEBE)

2.1.7.- Principales productos no petroleros de exportación

Según los datos de Pro Ecuador lo que fue en el 2015 hasta abril, el sector banano fue el principal sector de exportación con un 24.63% de participación no petrolero, le sigue acuicultura, con una participación de un 18.23%, en tercer y cuarto lugar, están la pesca y flores con un 11.91% y 8.32% total no petrolero. Sumando estos 4 grupos de productos se tiene el 63.09% de las exportaciones no petroleras:⁴

⁴ Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

Gráfico 4. Exportaciones no Petroleras, principales grupos de productos % de participación de Enero – Abril 2015



Fuente: Banco Central del Ecuador, (BCE)

**Gráfico 5. Exportaciones no petroleras del Ecuador en Miles USD FOB Enero –
Abril 2015**

EXPORTACIONES NO PETROLERAS DEL ECUADOR				
Miles USD FOB				
Ene-Abr 2015				
#	Subpartida	Producto	2015 Ene-Abr	% Partic. 2015
1	0803.90.11.00	Bananas frescas tipo «Cavendish Valery»	966,683	23.75%
2	0306.17.99.00	Los demás camarones, langostinos y demás decápodos congelados no contemplados en otra parte	403,196	9.90%
3	7108.12.00.00	Las demás formas de oro en bruto para uso no monetario	292,202	7.18%
4	0603.11.00.00	Rosas frescas cortadas	253,075	6.22%
5	1801.00.19.00	Cacao en grano crudo, los demás excepto para siembra	239,060	5.87%
6	1604.14.10.00	Atunes en conserva	234,973	5.77%
7	0306.17.19.00	Los demás langostinos (género de las familia penaeidae) congelados	137,378	3.37%
8	0306.16.00.00	Camarones, langostinos y demás decápodos de agua fría congelados	123,467	3.03%
9	1511.10.00.00	Aceite de palma en bruto	48,835	1.20%
10	2301.20.11.00	Harina de pescado con contenido de grasa superior a 2% en peso	48,527	1.19%
11	1604.20.00.00	Las demás preparaciones y conservas de pescado	45,325	1.11%
12	4407.22.00.00	Maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente de tropicales virola, imbuia y balsa	45,277	1.11%
13	2101.11.00.00	Extractos, esencias y concentrados de café	44,539	1.09%
14	0306.17.11.00	Langostinos enteros congelados	35,224	0.87%
15	0603.19.90.90	Las demás flores y capullos frescos, cortados, no contemplados en otra parte	34,102	0.84%
16	0803.10.10.00	Bananas frescas tipo «Plantain» (para cocción)	26,692	0.66%
17	0603.19.10.00	Gypsophila (lluvia, ilusión) (gypsophila paniculata l) frescas, cortadas	25,746	0.63%
18	4410.19.00.00	Los demás tableros de partículas de madera	24,874	0.61%
19	1604.13.10.00	Sardinas, sardinelas y espadines en salsa de tomate	24,443	0.60%
20	0710.80.90.00	Las demás hortalizas, aunque estén cocidas en agua o vapor, congeladas, excepto espárragos	24,225	0.60%
Los demás productos			992,968	24.39%
TOTAL			4,070,810	100.00%

Fuente: Banco Central del Ecuador, (BCE)

2.1.8.- Principales destinos de las exportaciones del Ecuador.

Las exportaciones no petroleras del Ecuador que correspondieron de enero a abril del 2015 dieron como resultados: Estados Unidos con un 28.20%, Vietnam con un 7.40%, Colombia con un 7.05%, Rusia con un 6.36% y 41% para Europa los destinos de las exportaciones no petroleras.

2.1.9.- Otra forma de Empaque de Banano

En el mercado europeo, en el mercado alemán, hacia los productos orientados a la sostenibilidad ambiental y social que es la más importante, ha generado una demanda cada vez aumenta el uso de contenedores de plástico plegables, y reutilizables para él envío del banano.

“Caja de Oro”⁴, se la conoce al contenedor, que ofrece una alternativa completamente reciclable a las cajas de cartón tradicionales que se las utiliza en la industria. Los contenedores de polipropileno en un 100%, se los utiliza en todas las cadenas de producción y suministro del banano, desde el cultivo, almacenamiento, transporte, maduración y como herramienta en los puntos de venta. Los contenedores se limpian, doblan y están listos para ser utilizados de nuevo. Se tiene como ventajas identificar el contenedor reciclable, tenemos lo siguiente:

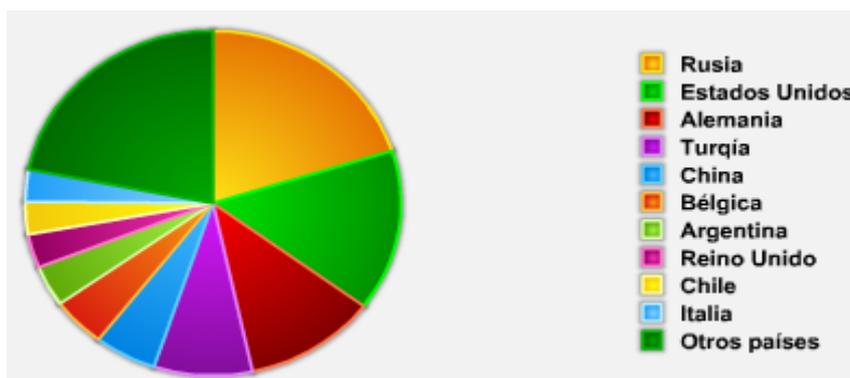
1. Empacar en la finca.- El contenedor plegado se abre fácil; por lo que, facilita el manipuleo, tiene unas agarraderas que permiten rapidez y facilidad al momento de que se empaque.

2. Manejo de la temperatura.- La temperatura del contenedor es de 13.5°C se logra una rapidez de 30% o un 40% a diferencia del cartón. Su sistema de ventilación ayuda a que la fruta no se madure de manera rápida durante el transporte marítimo, alarga la vida del banano en las perchas por un período de hasta 2 días más.

3. No causar daños en la presión.- El lapso del transporte y la manipulación, el contenedor beneficia su peso y del pallet, ya que el pallet no pesa sobre la fruta, sino sobre las paredes de la caja rígida (menos golpes de presión y reducción considerable de quiebre

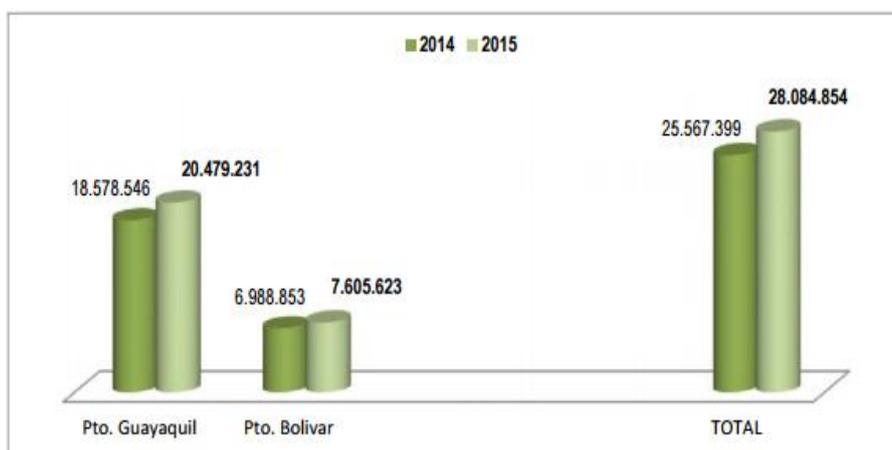
de cuello), el contenedor es compatible con las cajas regulares del mercado europeo, por lo que, los supermercados alemanes prefieren contenedores con la base de 60 cm. x 40 cm., por la estabilidad que da el pallet.⁵

Gráfico 6. Ecuador Destino de Exportaciones de Banano de Enero a Julio 2015



Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

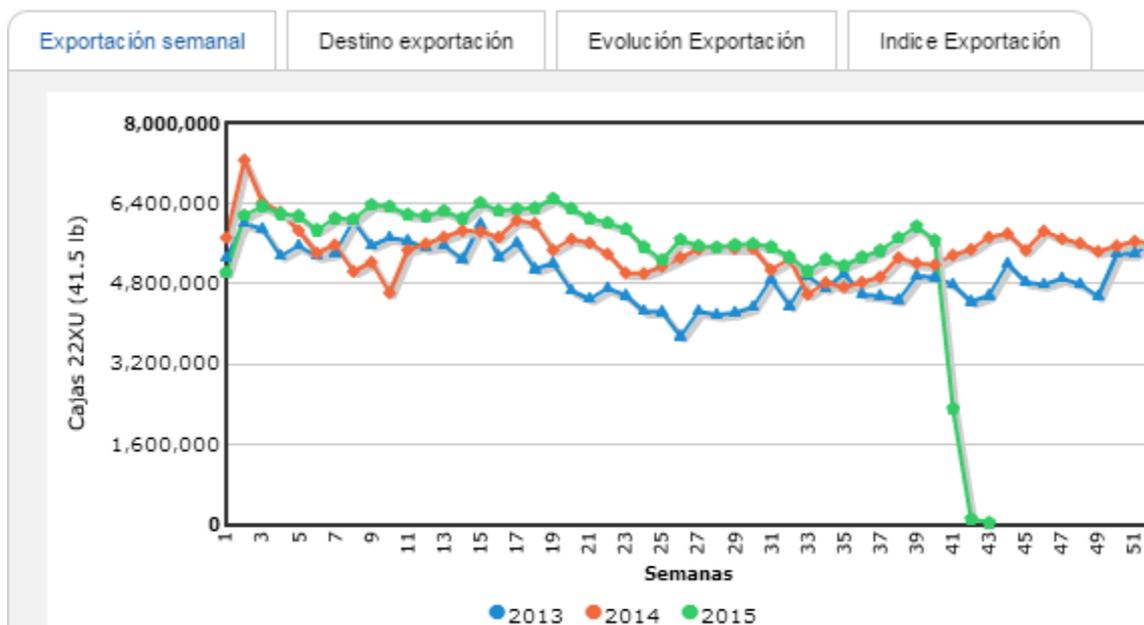
Gráfico 7. Comparación de 2014 – 2015 Exportaciones por los puertos de Guayaquil y Bolivar



Fuente: Asociación de Exportadores de Bananano del Ecuador, (AEBE)

⁵ Asociación de Exportadores de Bananano del Ecuador, (AEBE)

Gráfico 8. Exportaciones de Banano de las semanas 1 al 43 de los años 2013, 2014 y 2015



Fuente: Asociación de Exportadores de Bananano del Ecuador, (AEBE)

2.1.10.- Ecuador es el primer exportador de banano

El Ecuador es el primer exportador en el mundo debido a sus características especiales de suelo y climatológicas; es por esto, que el banano ecuatoriano es reconocido por su calidad y sabor en los mercados internacionales de Europa.

Gráfico. 9 Caja en Europa



Fuente: agropecuarios.net

2.1.11.- Empaque del Banano de Exportación

El Embalador

Se debe embalar la fruta cuidadosamente, para una buena presentación del producto y para evitar estropeo o daño de la fruta.⁶

Gráfico. 10 Lavado del banano



Fuente: agropecuarios.net

Gráfico. 11 Puesto en la caja



Fuente: agropecuarios.net

⁶ <http://agropecuarios.net/banano-embalaje-y-peso.html>

2.2.- Marco Teórico Referencial

1. **En el 2012 la A.E.B.E, Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador dice:** Lo que corresponde al sector bananero ecuatoriano se dice que se exportó unos USD 2, 078,239.38 millones de dólares por concepto de divisas y un 5,196,065.09 de toneladas, que dio como resultado al banano como el primer producto de exportación del sector privado del país. Los productos no tradicionales, las exportaciones ecuatorianas de banano, que representan un 45.34% del valor FOB exportado y un 87.14% de las toneladas exportadas.
2. **Según datos del INEC 2013 dice:** La cadena productiva es de gran valor, ya que representa el 26% del PIB agrícola del país, el 85.7% del volumen físico de las exportaciones ecuatorianas.
3. **Según el Banco Central del Ecuador en el 2014 dice:** El sector de banano se constituye en el sector de exportación con un 21.25% del total no petrolero, le sigue acuicultura con un 20.75%, en tercer y cuarto lugar está la pesca y flores con el 12.72% y 6.49% del total no petrolero. Sumando estos 4 grupos, dan como resultado más del 61% de las exportaciones no petroleras.
4. **La autora Brigitte Fuenmayor S. Ventaja comparativa: Dice que para definir el concepto de ventaja comparativa.-** Según Adam Smith a finales del siglo XVIII. La teoría señala que un país exportaría aquellas mercancías que tengan ventajas absolutas de costes, mercancías que el coste total de producción absoluta fuera inferior en dicho país, en comparación con los costes de producir la mercancía en otro país (Bajo, 1991).

5. **El autor David Ricardo a principios del siglo XIX, señaló.-** El comercio internacional aumenta el bienestar de los países, no es necesario que existan diferencias absolutas de coste entre países, sino que es suficiente el que dichas diferencias de costes sean relativas, la teoría de la ventaja comparativa, explica que los países tienen que ser especializados en producción y exportación los bienes se fabrican con un coste relativamente bajo respecto a otros países. Y tendrán a importar los bienes en los que son más ineficaces (Ricardo, 1985).

6. **Pro Ecuador 2013 señala que.-** Uno de los grandes objetivos es apoyar al sector exportador agrícola y promocionar las exportaciones de los productos hortofrutícolas ecuatorianos. “Ecuador es reconocido a nivel mundial como un gran exportador de productos agrícolas especialmente de banano; Ecuador es el principal exportador a nivel mundial de banano. Nosotros dominamos mercados como el Europeo, además contamos con una alta participación en el mercado Americano, y en el mercado ruso”.

7. **Según Javier Ponce Leiva 2005 El comercio exterior.-** Ha sido la actividad fundamental para la economía ecuatoriana, el éxito o fracaso de nuestras exportaciones ha marcado nuestra prosperidad, nuestra estabilidad política, en buena medida, la marcha de nuestra economía. Algo aunque no lo suficiente, ha cambiado la realidad, cuatro productos (petróleo, banano, mariscos y flores) constituyen aún más del 70% de las exportaciones ecuatorianas.

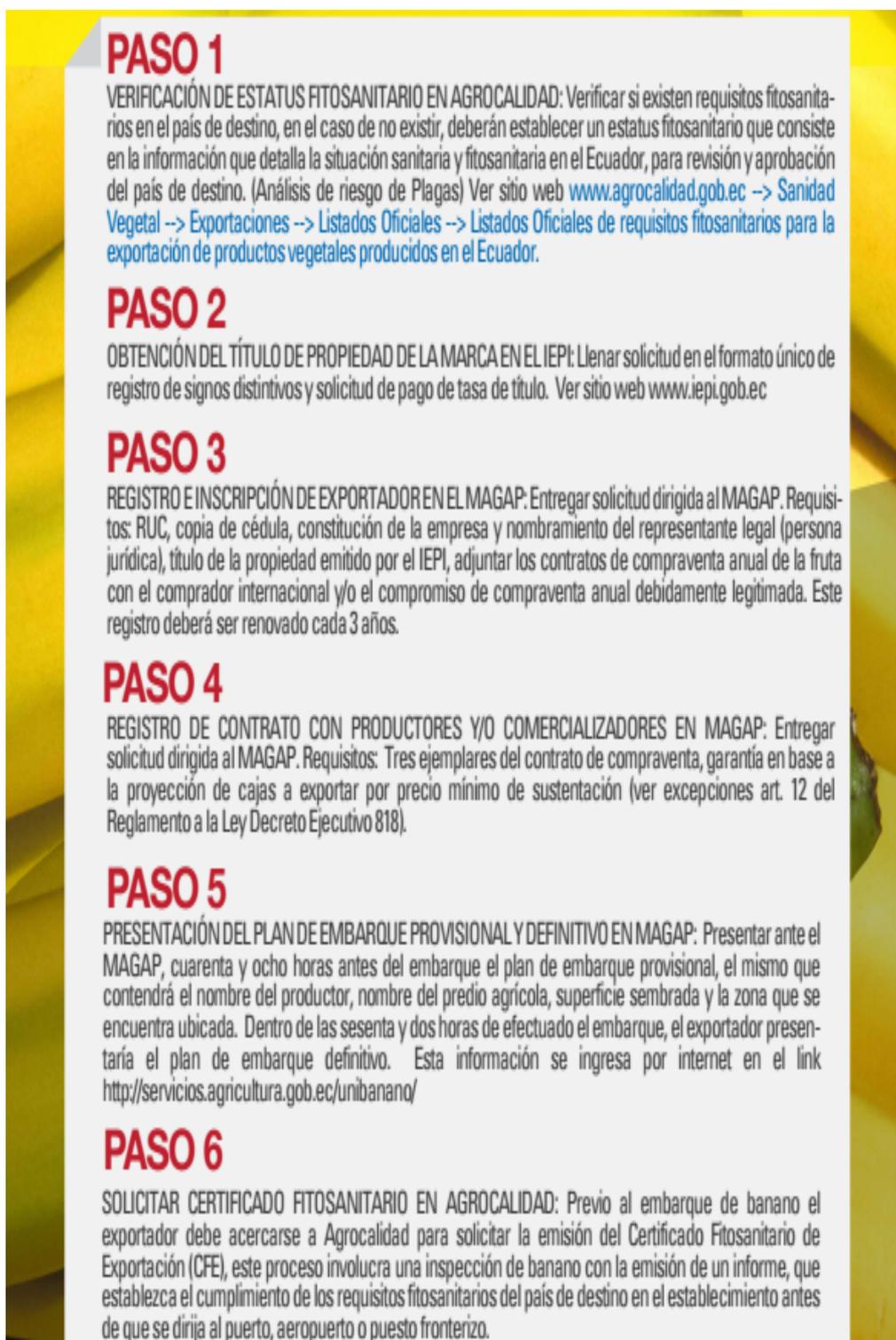
8. **Martin Carlos Ramales Osorio 2013.-** Las consecuentes con esos principios, los autores mercantilistas abogaban por una política comercial proteccionista: fomentar las exportaciones a través de subsidios, y restringir las importaciones a través de altos aranceles a las mismas. De esa manera, se generaría un superávit comercial.

9. Según la aduana 2013 dice que: Todos los Operadores de Comercio Exterior y servidores públicos aduaneros que a partir del día lunes 12 de agosto del 2013, el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador realizará el control electrónico de exportación de banano mediante los cupos semanales que serán otorgados por el MAGAP, por lo que aquellos Exportadores de banano que no estuvieren registrados y tampoco tuvieren disponibilidad de cupos no podrán transmitir su Declaración Aduanera de Exportación.

10. Según el Universo 2013 dice que: Ecuador es el mayor exportador de banano del mundo con un 28% del total de la fruta. Rusia es el principal comprador con un 22%, seguido de la Unión Europea con 17% y Estados Unidos con 13%; pero en mercados como China y Turquía se registra un crecimiento sostenido.

2.2.1.- Requisitos para ingresar banano a la Unión Europea.

Gráfico 12. Requisitos para Exportar Banano



PASO 1
VERIFICACIÓN DE ESTATUS FITOSANITARIO EN AGROCALIDAD: Verificar si existen requisitos fitosanitarios en el país de destino, en el caso de no existir, deberán establecer un estatus fitosanitario que consiste en la información que detalla la situación sanitaria y fitosanitaria en el Ecuador, para revisión y aprobación del país de destino. (Análisis de riesgo de Plagas) Ver sitio web www.agrocalidad.gob.ec --> Sanidad Vegetal --> Exportaciones --> Listados Oficiales --> Listados Oficiales de requisitos fitosanitarios para la exportación de productos vegetales producidos en el Ecuador.

PASO 2
OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE PROPIEDAD DE LA MARCA EN EL IEPI: Llenar solicitud en el formato único de registro de signos distintivos y solicitud de pago de tasa de título. Ver sitio web www.iepi.gob.ec

PASO 3
REGISTRO E INSCRIPCIÓN DE EXPORTADOR EN EL MAGAP: Entregar solicitud dirigida al MAGAP. Requisitos: RUC, copia de cédula, constitución de la empresa y nombramiento del representante legal (persona jurídica), título de la propiedad emitido por el IEPI, adjuntar los contratos de compraventa anual de la fruta con el comprador internacional y/o el compromiso de compraventa anual debidamente legitimada. Este registro deberá ser renovado cada 3 años.

PASO 4
REGISTRO DE CONTRATO CON PRODUCTORES Y/O COMERCIALIZADORES EN MAGAP: Entregar solicitud dirigida al MAGAP. Requisitos: Tres ejemplares del contrato de compraventa, garantía en base a la proyección de cajas a exportar por precio mínimo de sustentación (ver excepciones art. 12 del Reglamento a la Ley Decreto Ejecutivo 818).

PASO 5
PRESENTACIÓN DEL PLAN DE EMBARQUE PROVISIONAL Y DEFINITIVO EN MAGAP: Presentar ante el MAGAP, cuarenta y ocho horas antes del embarque el plan de embarque provisional, el mismo que contendrá el nombre del productor, nombre del predio agrícola, superficie sembrada y la zona que se encuentra ubicada. Dentro de las sesenta y dos horas de efectuado el embarque, el exportador presentaría el plan de embarque definitivo. Esta información se ingresa por internet en el link <http://servicios.agricultura.gob.ec/unibanano/>

PASO 6
SOLICITAR CERTIFICADO FITOSANITARIO EN AGROCALIDAD: Previo al embarque de banano el exportador debe acercarse a Agrocalidad para solicitar la emisión del Certificado Fitosanitario de Exportación (CFE), este proceso involucra una inspección de banano con la emisión de un informe, que establezca el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios del país de destino en el establecimiento antes de que se dirija al puerto, aeropuerto o puesto fronterizo.

Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

2.2.1.1.- Controles para ingresar banano a la Unión Europea.

“Después de casi cuatro años de trabajo, finalmente hemos cerrado un acuerdo equilibrado con la Unión Europea, que potencia al máximo las oportunidades, reduce a su mínima expresión los costos, respeta el modelo de desarrollo del país y permite proteger a nuestros sectores sensibles. He cumplido con mi conciencia y mis principios”, anunció el ministro de Comercio Exterior, Francisco Rivadeneira. Y aunque las negociaciones estaban previstas entre el 7 al 11 de julio, estas se extendieron hasta llegar a concretarse un acuerdo que beneficie a ambas partes.

El Abg. Eduardo Ledesma, director ejecutivo de la Asociación de Exportadores de Banano el Ecuador, AEBE, se sintió complacido porque Ecuador suscribió el acuerdo que Colombia y Perú lo habían firmado con anterioridad; agregó que en el 2015 tendremos una diferencia de 54 centavos por caja con Colombia. “Queremos una alternativa para que mientras se haga realidad el acuerdo, no se afecten nuestras exportaciones, pues esta es importante para los importadores”. La producción y exportación de banano se incrementará este año en un 5%, (280 millones de cajas). Por otro lado, las sugerencias hechas por el sector exportador al Gobierno ecuatoriano, han sido tomadas en cuenta, lo que ha ayudado a mejorar la competitividad del banano.

En el mercado de Europa, el transporte se muestra ventajoso para todos, el más temeroso es el de Rusia. En este caso, el problema es que hace 3 o 4 años, se hablaba de que el mercado máximo abarcaba 700 mil cajas; cuando le llegaban 100 mil o un 1.000 millón nos mandaba las transnacionales, porque no tenían mercado en buenas condiciones, hoy consumen 1'300.000,00 cajas, lo que significa que se ha ido incrementando.

El objetivo del Gobierno Nacional de alcanzar la firma del Acuerdo Multipartes con la Unión Europea (UE) este año continúa firme, luego de la reunión sostenida entre los ministros de Comercio Exterior, Juan Carlos Cassinelli, y de Relaciones Exteriores, Guillaume Long, con el presidente del Consejo de la Unión Europea, Miroslav Lajčák, quién expresó su compromiso total para que el Acuerdo se aborde “lo antes posible” al interior de este organismo.⁷

⁷ Revista El Agro

2.3.- Marco Legal

- a) Ley para estimular y controlar la producción y comercialización de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines destinadas a la exportación, publicada en el Registro Oficial Suplemento 31 5 de 16 de abril de 2004.
- b) Reglamento a la Ley para estimular y controlar la producción y comercialización de banano, plátano (barraganete) y otras musáceas afines destinadas a la exportación, expedido mediante Decreto Ejecutivo No. 818, publicado en el Registro Oficial 499 de 26 de julio de 2011.
- c) Ley de Sanidad Vegetal, codificada en Registro Oficial Suplemento 315 del 16 de abril de 2004 y su reglamento.
- d) Decreto Ejecutivo No. 1449 de Creación de Agrocalidad de fecha 22 de noviembre de 2008, publicado en el Registro Oficial 479 de 2 de diciembre de 2008.
- e) Estatuto Orgánico de Gestión Organizacional por Procesos de Agrocalidad, contenido en la Resolución No. 006, publicada en el Registro Oficial No. 107, del 5 de marzo de 2009.
- f) Acuerdo Ministerial No. 556 sobre la expedición del Instructivo de Banano del 7 de noviembre de 2012, publicado en el Suplemento al Registro Oficial No. 863 de 5 de enero 2013

Punto oficial de contacto, Organización Nacional de Protección Fitosanitaria de la República de Ecuador, el punto oficial de contacto en la República de Ecuador es la Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro - Agrocalidad. Todas las comunicaciones en relación con este Manual Operacional deben ser dirigidas a:

Director Ejecutivo de Agrocalidad

Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro - Agrocalidad República de Ecuador.

Guía de Inspección fitosanitaria

Requisitos fitosanitarios establecidos por Ecuador para exportación, todo envío de fruta fresca de banano, plátano, orito y demás musáceas afines de exportación deberán cumplir con los siguientes requisitos exigidos por Ecuador, además de los que se establezcan en la guía de inspección vigente acorde a requerimientos del país importador:

- a) Libre de Cochinillas
- b) Libre de Escamas
- c) Libre de Fumagina
- d) Libre de plagas en general

Solicitud de inspección

La solicitud de inspección fitosanitaria la deben realizar los operadores de exportación a cada una de las coordinaciones provinciales donde se vaya a realizar este proceso, independientemente si estos se realizan en fincas, centros de acopio, patios de consolidación o puertos. Sólo se realizarán inspecciones fitosanitarias en sitios registrados en el Magap y/o Agrocalidad.

Según el sitio donde se requiera el servicio de inspección fitosanitaria, se establecen los siguientes horarios:

Para empacadoras: Los horarios de inspección fitosanitaria serán desde las 7:00 hasta las 17:00, tiempo en el cual se realizará la inspección requerida (2% de muestra) para emitir el Informe de Inspección Fitosanitaria.

2.4.- Marco Conceptual

- **Impacto.-** Los recursos que se generaran al de realizar la investigación.
- **Relativa.-** Cuando se proponen condiciones que aparecen en un momento dado.
- **Embarques.-** Se entiende la acción de cargar las mercaderías sobre los medios de transporte con destino a otro país.
- **Contenedor.-** Se entiende como elemento de transporte de carga que consiste para facilitar el traslado de mercaderías
- **Rentabilidad.-** Se genera un beneficio económico sobre la inversión.
- **Valor agregado.-** Es el valor adicional que adquieren los bienes y servicios al ser transformados durante el proceso productivo.
- **Compra spot.-** Es el precio que es pactado para las negociaciones. (compras)
- **Afianzando.-** Asegurar o sostener para mantener firme y seguro
- **Estándares.-** Es un conjunto de reglas estandarizadas que contienen un catálogo de requisitos.
- **Tendencias.-** Es absolutamente esencial para el enfoque técnico del análisis de mercados.

Clases de Banano

- **Cavendish Enano.-** Las hojas anchas, tolerante al viento y a la sequía y que produce frutos medianos de buena calidad pero propensos a daños durante el transporte por la delgadez de su cáscara. Tiene la peculiaridad de tener flores masculinas indehiscentes.

Gráfico. 13 Banano Cavendish Enano



Fuente: pregonagropecuario.com

- **Cavendish Gigante o Grand Naine.-** Las bananas son de mayor tamaño que el Cavendish Enano, de cáscara más gruesa y sabor menos intenso.

Gráfico. 14 Banano Cavendish Gigante



Fuente: freshplaza.com

- **Banano cocción.-** Es el banano ya procesado.

Gráfico. 15 Banano Cocción



Fuente: recetasgratis.net

- **Banano rojo.-** Es muy apreciado en muchos lugares del mundo por su hermosa coloración y el sabor delicioso con un ligero toque de frambuesa. Su origen es de Ecuador. Se puede decir que está listo para ser consumido cuando su piel adquiere un color rojizo-marrón casi púrpura, se consume principalmente crudo, como postre o en ensaladas de frutas.

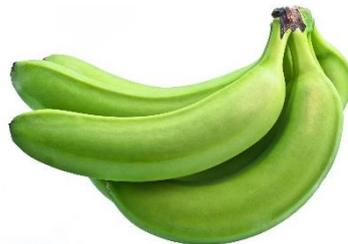
Gráfico. 16 Banano rojo



Fuente: taringa.net

- **Plátano.-** Es de forma alargada y algo curvada, pulpa de color blanco y piel lisa de color amarillo que se desprende con facilidad.

Gráfico. 17 Plátano



Fuente: versveld.com

- **Orito.-** 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.

Gráfico. 18 Orito



Fuente: banafrut.com

- **Normas ISO.-** Es una organización internacional (International Standard Organization) dedicada a la elaboración de normas en todos los sectores (excepto el electrónico y el electrotécnico).
- **Globalgap.-** Es un conjunto de normas internacionalmente reconocidas sobre las buenas prácticas agrícolas, ganaderas y de acuicultura.
- **Acuicultura.-** Técnica de dirigir y fomentar la reproducción de peces, moluscos y algas en agua dulce o salada.
- **FOB.-** Es para indicar el precio de venta de comercio exterior Free on Board, lo que en español quiere decir libre a bordo.

- **PIB.-** Sigla de producto interior bruto, conjunto de los bienes y servicios producidos en un país.
- **Costes.-** En economía el coste o costo es el valor monetario de los consumos de factores que supone el ejercicio de una actividad económica destinada a la producción de un bien o servicio.
- **Ventajas Absolutas.-** Es la capacidad de una persona, empresa o país para producir un bien teniendo que usar menos factores de producción que otro.
- **Ventajas Relativas.-** Producto debe demostrar que es beneficioso frente a la inexistencia de otros en su especie o frente a otros existentes; con lo cual el riesgo de adopción o cambio será menor.
- **Hortofrutícolas.-** Es lo relativo a la huerta y a la fruta a los productos agrícolas.
- **DAE.-** Declaración Aduanera de Exportación, es un formulario en el que se registrarán las exportaciones que cualquier persona desee realizar.
- **Política Comercial.-** Se define como el manejo del conjunto de instrumentos al alcance del Estado, para mantener, alterar o modificar sustantivamente las relaciones comerciales de un país con el resto del mundo.
- **Superávit Comercial.-** Es un término económico que es de uso común y se utiliza para hacer referencia a las balanzas comerciales que dan un resultado positivo.
- **OCE`S.-** Operadores de Comercio Exterior.
- **SENAE.-** Servicio Nacional de Aduana del Ecuador.
- **MAGAP.-** Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuicultura y Pesca.
- **Pro Ecuador.-** Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.
- **Aduana.-** Oficina pública del Estado, donde se registran los géneros y mercancías que se importan o exportan y se cobran los derechos según el arancel.
- **AEBE.-** Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador.
- **Agrocalidad.-** La Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de Calidad del Agro - Agrocalidad, es la Autoridad Nacional Sanitaria, Fitosanitaria y de Inocuidad de los Alimentos.
- **Barraganete.-** Especie de plátano más grande y grueso del normal, que puede medir hasta 30 cm de largo.
- **Musáceas.-** Son una familia de plantas monocotiledóneas conocidas por sus frutos (bananos).
- **Fitosanitaria.-** De la prevención y curación de las enfermedades de las plantas o relacionado con ello.

- **Cochinillas.-** Es el término general que denomina a un color rojo vivo, algo purpúreo, semioscuro que es específico del pigmento homónimo.
- **Fumagina.-** Es una patología de las plantas producida por el desarrollo de un hongo.
- **Plagas.-** Se considera a cualquier animal que producía daños, típicamente a los cultivos.

Capítulo III

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

3.1.- Métodos de Investigación

Esta investigación es de tipo:

- **Descriptiva.-** Se efectúa cuando se desea describir una realidad, la información, que se dará a conocer es sobre las exportaciones de la empresa Banasolrey S.A., el impacto que obtuvo en su rentabilidad haciendo un análisis comparativo desde el año 2012 hasta el 2015 ya con marca propia, hacia el mercado de Rotterdam.

- **Campo.-** Se realiza en el propio sitio, donde se encuentra el objeto de estudio, la información que se dará a conocer va a ser adquirida en la provincia de Quevedo - La Mana con el fin de conocer paso a paso la producción del banano, con la finalidad de recopilar la mayor cantidad de información posible, ya que la empresa se dedica a producir y exportar al mismo tiempo.

3.1.2.- Enfoque de la Investigación

El enfoque de la investigación para el desarrollo es de carácter cuantitativo, debido a que se utilizarán gráficos estadísticos para describir las variables de las exportaciones.

El estudio será descriptivo la información obtenida por los diferentes medios bibliográficos, como es el Banco Central del Ecuador, Servicio de Rentas Internas, Pro Ecuador, Ministerio de Comercio Exterior y A.E.B.E, Asociación de Exportadores de Banano del Ecuador, con lo que respecta al tema de banano, con la finalidad de determinar el **“IMPACTO DE EXPORTAR BANANO DE LA EMPRESA BANASOLREY S.A. CON SU PROPIA MARCA CON DESTINO A ROTTERDAM PERIODO 2015”**

3.2.- Población y Muestra

3.2.1.- Población

Según el Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación, la población de Rotterdam es de 623,652 habitantes aproximadamente, el promedio cada familia, es decir 155,913 familias y cada familia consta de 4 miembros ($623,652/4 = 155,913$).

3.2.2.- Muestra

De las 155,913 familias, se realizará la encuesta a 391 familias para saber si están o no satisfechas con el banano "SEBAS".

Población	Muestra
155,913	391

Fórmula

Nivel de confianza = 95%

$Z = 1.96$ Es una constante que depende del nivel de confianza que asignamos

$N = 155,913$ Es el tamaño de la población

$e = 5\%$ Es el error de la muestra

$\sigma = 0.5$ Desviación estándar de la población que generalmente cuando no se tiene su valor, suele utilizar su constante

$n = 391$ Es el tamaño de la muestra

$$n = \frac{N \cdot \sigma^2 \cdot Z^2}{e^2 \cdot (N - 1) + \sigma^2 \cdot Z^2}$$

$$n = \frac{155,913 \cdot 0.5 \cdot 1.96}{0.05^2 \cdot (155,913 - 1) + 0.5^2 \cdot 1.96}$$

$$n = \frac{155,913 \cdot 0.98}{0.0025 \cdot (155,912) + 0.25 \cdot 1.96}$$

$$n = \frac{152,794.74}{389.78 + 0.49}$$

$$n = \frac{152,794.74}{390.27}$$

$$n = 391 //$$

3.3.- Técnicas e Instrumentos de recolección de datos

Para llevar a cabo la investigación, se aplicará la técnica de la encuesta, para saber si el mercado de Rotterdam aceptó la marca “SEBAS”. Se realizarán preguntas cerradas, para conocer si la marca cumplió con todas las necesidades del consumidor.

3.4.- Tratamiento a la información.- procesamiento y análisis

3.4.1.- Encuestas vía online.- El Gerente General fue el encargado de realizar las encuesta enviada por el mismo a las 391 familias de Rotterdam, para obtener información necesaria de la nueva marca en el mercado, se reflejarán los resultados, como; si les agradó el precio, si desean seguir siendo clientes de la empresa, si cambiarían la marca SEBAS; a pesar que no es tan reconocida en el mercado internacional, para darse cuenta que impacto tuvo su marca en ese mercado.

3.5.- Presentación de Resultados

Preguntas de la Encuesta.

Se harán 13 preguntas a las familias de Rotterdam – Holanda.

1. ¿Consume usted banano en su hogar?

Todas las familias contestaron que si consumen banano.

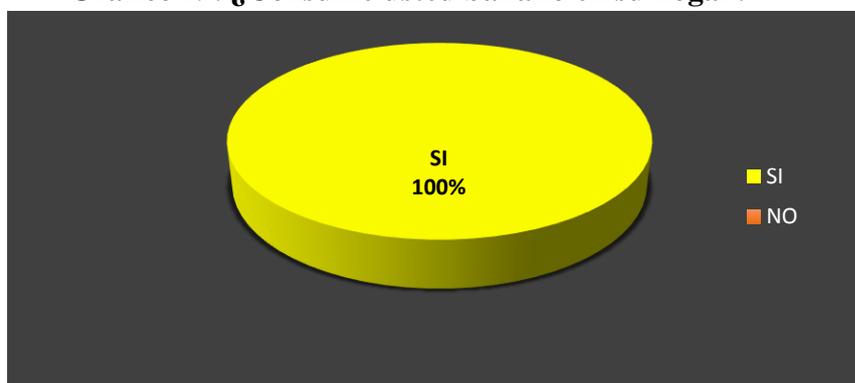
Tabla. 3 ¿Consume usted banano en su hogar?

Opciones	Frecuencia	%
Si	391	100
No	0	0
Total	391	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 19. ¿Consume usted banano en su hogar?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Las 391 familias, contestaron que si consumen banana.

- Los encuestados que contestaron “SI”, pasaron a la pregunta 2, si la respuesta fue “NO”, concluyeron la encuesta.

2. ¿Qué tipo de banano consumen usted en su hogar?

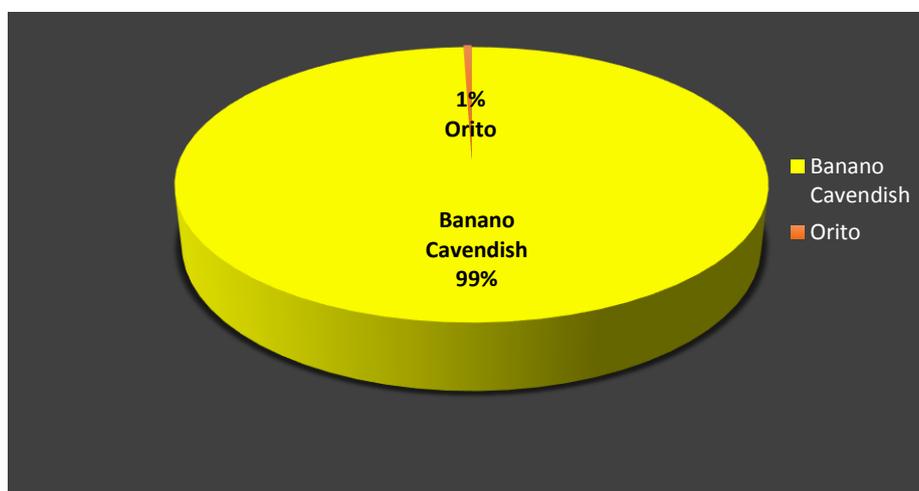
Tabla. 4 ¿Qué tipo de banano consumen usted en su hogar?

Opciones	Frecuencia	%
Banano Cavendish	387	98.97
Banano Cocción	1	0.26
Banano Rojo	1	0.26
Orito	2	0.51
Total	391	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 20. ¿Qué tipo de banano consumen usted en su hogar?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Los encuestados contestaron que prefieren consumir el banano cavendish.

3. ¿Compra usted banano Ecuatoriano?

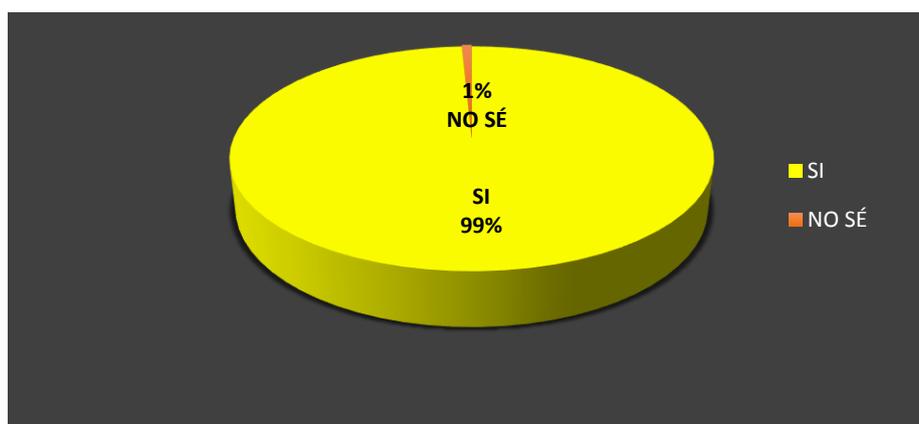
Tabla. 5 Compra usted banano Ecuatoriano

Opciones	Frecuencia	%
Si	383	98.97
No	1	0.26
No sé	3	0.78
Total	387	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 21. ¿Compra usted banano Ecuatoriano?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Autora.

Los encuestados de Rotterdam contestaron que consumen en su hogar el banano Ecuatoriano.

- Los encuestados que contestaron “SI”, pasaron a la pregunta 4, si la respuesta fue “NO”, concluyeron la encuesta.

4. ¿Conoce usted el banano de marca “SEBAS”?

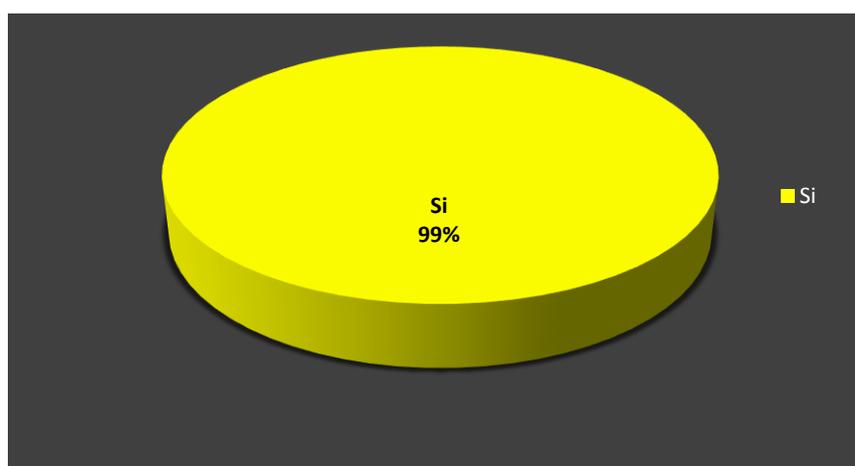
Tabla. 6 ¿Conoce usted el banano de marca “SEBAS”?

Opciones	Frecuencia	%
Si	382	99.74
No	1	0.35
Total	383	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 22. ¿Conoce usted el banano de marca “SEBAS”?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Los encuestados dijeron que sí conocen la marca “SEBAS”.

- Los encuestados que respondieron “SI”, pasaron a la pregunta 5, si la respuesta fue “NO”, concluyeron la encuesta.

5. ¿Consumen usted en su hogar el banano de marca “SEBAS”?

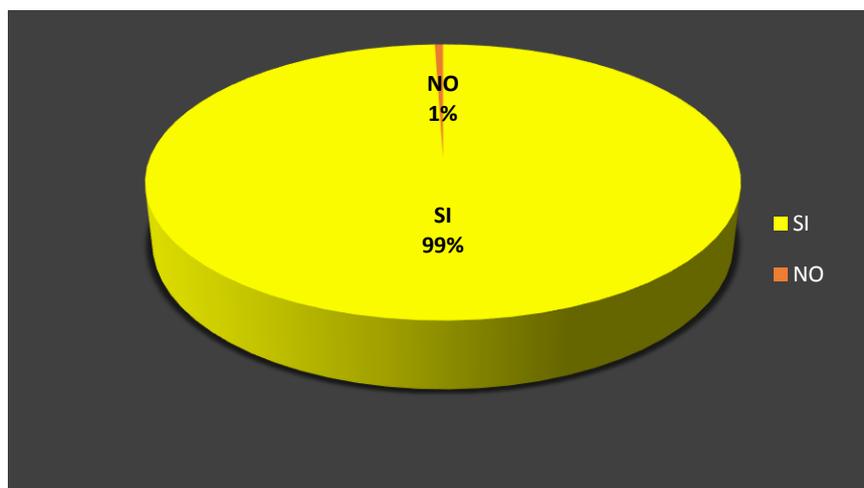
Tabla. 7 ¿Consumen usted en su hogar el banano de marca “SEBAS”?

Opciones	Frecuencia	%
Si	377	98.69
No	5	1.31
Total	382	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 23. ¿Consumen usted en su hogar el banano de marca “SEBAS”?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Los encuestados de Rotterdam, consumen el banano ecuatoriano de marca “SEBAS” por la empresa Banasolrey S.A.

- Los encuestados que respondieron “SI”, pasaron a la pregunta 6, si la respuesta fue “NO”, concluyen la encuesta.

6. ¿Se encuentra usted satisfecho con el banano de marca de marca “SEBAS”?

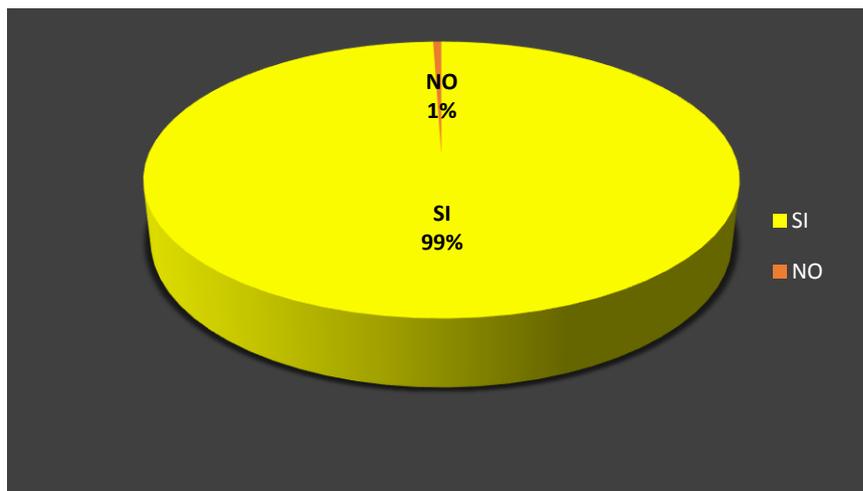
Tabla. 8 ¿Se encuentra usted satisfecho con el banano de marca “SEBAS”?

Opciones	Frecuencia	%
Si	375	99.47
No	2	0.53
Total	377	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 24. ¿Se encuentra usted satisfecho con el banano de marca “SEBAS”?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Rotterdam se encuentra satisfecha con la marca de banano “SEBAS.

- Los encuestados que respondieron “SI”, pasaron a la pregunta 8, si la respuesta fue “NO”, pasaron a la pregunta 7.

7. ¿Cuál es el motivo por el que no se encuentra satisfecho con el banano de marca “SEBAS”

Tabla. 9 ¿Cuál es el motivo por el que no se encuentra satisfecho con el banano “SEBAS”?

Opciones	Frecuencia	%
Presentación	1	50.00
Fruta pequeña	1	50.00
Total	2	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Esta pregunta va dirigida exclusivamente a las 2 personas que contestaron no en la pregunta 6.

8. ¿Indique el motivo por el cual usted consume en su hogar el banano “SEBAS”?

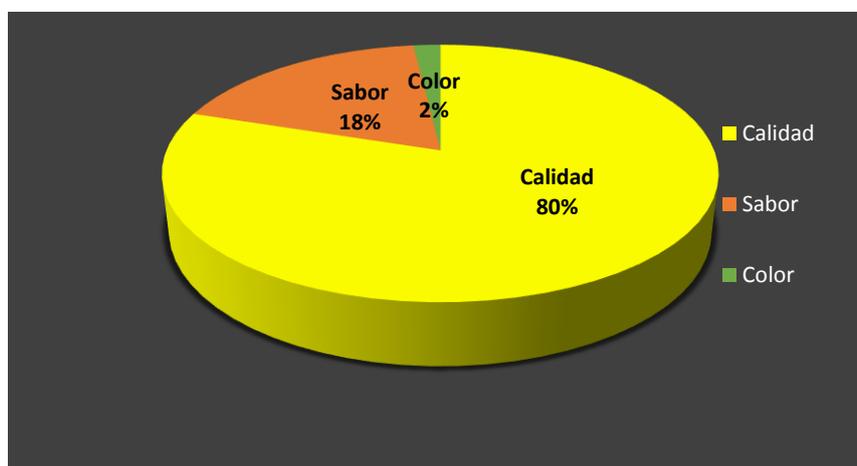
Tabla. 10 ¿Indique el motivo por el cual usted consume en su hogar el banano “SEBAS”?

Opciones	Frecuencia	%
Calidad	300	80.00
Sabor	68	18.13
Color	7	1.87
Total	375	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 25. ¿Indique el motivo por el cual usted consume en su hogar el banano “SEBAS”?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Los encuestados consumen en su hogar el banano de “SEBAS” por su calidad seguido del sabor del cavendish.

9. ¿Usualmente a donde compra el banano “SEBAS”?

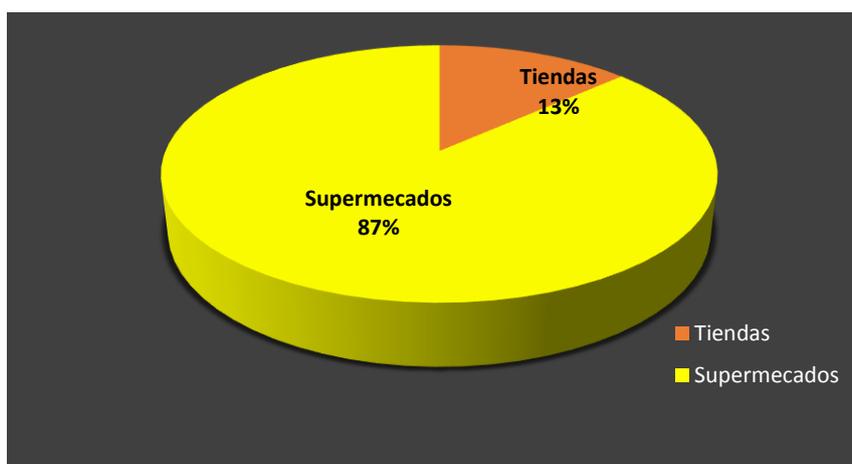
Tabla. 11 ¿Usualmente donde compra usted el banano “SEBAS”?

Opciones	Frecuencia	%
Tiendas	40	13.33
Supermercados	260	86.67
Total	300	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 26. ¿Usualmente donde compra el banano “SEBAS”?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Los encuestados respondieron que prefieren comprar el producto en los supermercados por el cuidado y limpieza del banano.

10. ¿Recomendaría usted la marca de banano “SEBAS”?

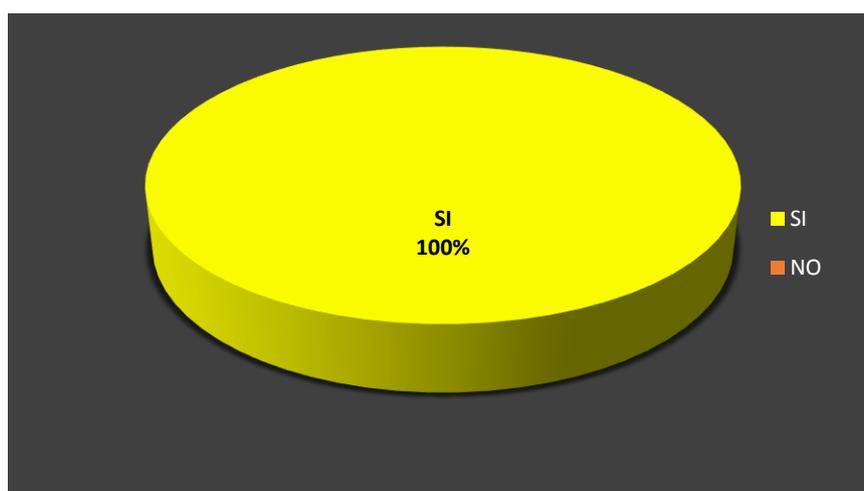
Tabla. 12 ¿Recomendaría la marca “SEBAS”?

Opciones	Frecuencia	%
Si	260	100
No	0	0
Total	260	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 27. ¿Recomendarían la marca “SEBAS”?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Rotterdam sí recomendarían “SEBAS” por ser la fruta de buena la calidad.

11. ¿Considera usted que el precio de “SEBAS” es accesible?

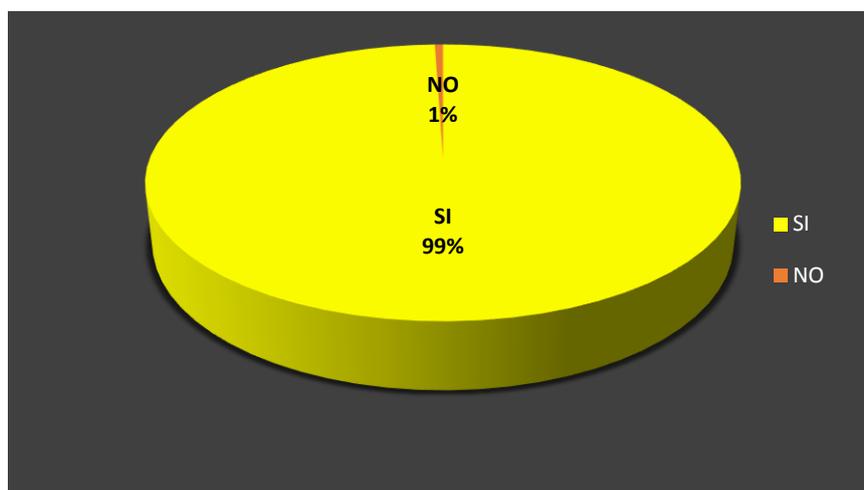
Tabla. 13 ¿ Considera usted que el precio de “SEBAS” es accesible”?

Opciones	Frecuencia	%
Si	257	98.85
No	3	1.15
Total	260	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 28. ¿Considera usted que el precio de “SEBAS” es accesible?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Los encuestados de Rotterdam contestaron que el precio de “SEBAS” es accesible.

- Los encuestados que respondieron “SI”, pasaron a la pregunta 12, si la respuesta fue “NO”, concluyen la encuesta.

12. ¿Cambiaría usted la marca “SEBAS”?

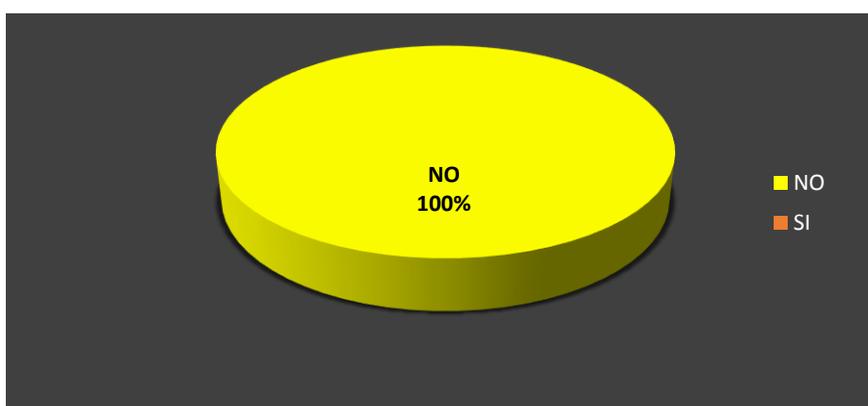
Tabla. 14 ¿Cambiaría usted la marca “SEBAS”?

Opciones	Frecuencia	%
Si	1	0.39
No	256	99.61
Total	257	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 29. ¿Cambiaría usted la marca “SEBAS”?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Los encuestados contestaron que no cambiarían la marca SEBAS.

13. ¿Cree usted que el banano “SEBAS” cumple con todas los estándares de calidad para exportarlo?

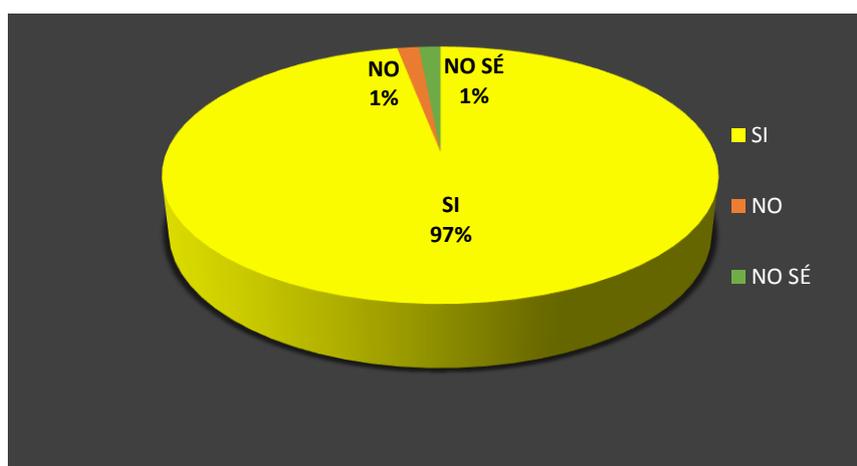
Tabla. 15 ¿Cree usted que el banano “SEBAS” cumple con los estándares de calidad?

Opciones	Frecuencia	%
Si	250	97.66
No	3	1.17
No sé	3	1.17
Total	256	100

Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico 30. ¿Cree usted que el banano “SEBAS” cumple con los estándares de calidad?



Fuente: Encuesta

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Los encuestados contestaron con un 97.66% que el banano “SEBAS” cumple con todos sus estándares de calidad.

3.6.- Presentación de Resultados

Recopilación si el mercado de Rotterdam aceptó satisfactoriamente el banano con marca “SEBAS”.

Con los resultados obtenidos de las encuestas a las 391 familias de Rotterdam, las cuales fueron 13 preguntas, respondieron que sí consumen banano en su hogar y de tipo cavendish de origen Ecuatoriano, Rotterdam conoce con un 99.84% la marca “SEBAS”, de ese mismo consumen en sus hogares, quiere decir que es bien reconocido en esa parte de Holanda.

La población de Rotterdam se encuentra satisfecha con un 99.47%, la razón por la cual consumen banano “SEBAS” es por la calidad de la fruta, seguido del sabor, las familias prefieren comprar el banano en los supermercados por la limpieza y el cuidado, los encuestados recalcaron que sí recomendaría la marca, nos dieron a conocer que están de acuerdo con el precio de venta, es muy accesible a comparación con otras marcas, una de las razones que no cambiarían la marca por su excelente calidad y su precio muy acorde, el banano y con un 99.61% cumple con todos sus estándares de calidad y seguirán consumiendo en su hogar la fruta. La empresa poco a poco fue aumentando sus ventas al exportar y aumenta cada vez su producción con marca propia. Lo que sí, manifestaron que no estuvieron de acuerdo con la imagen de “SEBAS”, los encuestados le sugirió a la empresa tenía que mejorar, el Gerente-Propietario tomó la decisión en cambiar de presentación y la mejoró en 2016 y actualmente tiene una nueva imagen, la cual fue del agrado de la población de Rotterdam.

Con esto queda demostrado que sí, se cumple con el primer objetivo específico, que la población de Rotterdam aceptó satisfactoriamente la marca “SEBAS” con la encuesta realizada, las encuestas fueron positivas con un 99.80% y no piensan cambiarla.

Gráfico. 31 Banano “SEBAS”



Fuente: Banasolrey S.A.
Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

3.7.- Estados Financieros

Balance General

Tabla. 16

ACTIVOS	2012	2013	2014	2015
Corrientes				
Bancos	\$ 2.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.450,00	\$ 5.500,00
Cuentas y documentos por cobrar	\$ 16.750,00	\$ 19.300,00	\$ 25.850,00	\$ 30.850,00
Inventarios	\$ 2.000,00	\$ 2.800,00	\$ 6.350,25	\$ 15.325,10
Gastos de anticipados	\$ 600,00	\$ 1.020,15	\$ 3.480,15	\$ 5.940,15
Total Activos Corrientes	\$ 21.350,00	\$ 25.620,15	\$ 39.130,40	\$ 57.615,25
Activos Fijos				
Propiedad, Planta y Equipo	\$ 3.630,00	\$ 5.000,00	\$ 11.285,55	\$ 16.250,83
(-) Depreciación Acumulada	\$ (100,00)	\$ (1.000,00)	\$ (1.000,00)	\$ (4.350,00)
Total Activos fijos	\$ 3.530,00	\$ 4.000,00	\$ 10.285,55	\$ 11.900,83
Total de Activos	\$ 24.880,00	\$ 29.620,15	\$ 49.415,95	\$ 69.516,08
PASIVOS				
Pasivos Corrientes				
Sobregiro Bancario	\$ 3.250,00	\$ 3.250,00	\$ 5.360,00	\$ 7.508,48
Cuentas por pagar	\$ 8.520,00	\$ 10.525,00	\$ 19.802,10	\$ 28.079,20
Retenciones e Impuesto por pagar	\$ 1.225,00	\$ 2.000,00	\$ 2.625,00	\$ 3.250,00
Total Pasivos	\$ 12.995,00	\$ 15.775,00	\$ 27.787,10	\$ 38.837,68
PATRIMONIO				
Capital Social	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 800,00
Aportes Accionistas	\$ 5.905,00	\$ 7.250,00	\$ 11.498,70	\$ 14.747,40
Resultados Años Anteriores	\$ 350,00	\$ 525,00	\$ 1.200,00	\$ 1.751,00
Pérdida/Utilidad presente ejercicio	\$ 4.830,00	\$ 5.270,15	\$ 8.130,15	\$ 13.380,00
Total Patrimonio	\$ 11.885,00	\$ 13.845,15	\$ 21.628,85	\$ 30.678,40
Total Pasivos y Patrimonio	\$ 24.880,00	\$ 29.620,15	\$ 49.415,95	\$ 69.516,08

Fuente: Información Financiera de la compañía.

3.8.- Analizar la rentabilidad de la empresa Banasolrey S.A., al exportar banano con y sin su propia marca.

Información del Balance General

Los primeros dos años 2012-2013 al exportar son marca y solo prestar el servicio de exportación, para diferente marcas, la ganancia muy relativa, empezó en el 2012 con un patrimonio de **\$4,830.00**, debido que sus embarques eran de 1 a 2 en la semana, al siguiente año 2013 se vio un leve incremento de **\$5,270.15**. El Gerente-Propietario, le empezó a preocupar por lo sucedido y el los dos años que prestaba el servicio logístico, se dio cuenta que Rotterdam-Holanda es un consumidor de banano Ecuatoriano, la empresa ganó ventaja con el buen trato de que brindaba la empresa. Se da cuenta que puede ingresar su propia marca de banano y decide para finales del año 2013 denominarla “SEBAS” para que a principios del año 2014 salga al mercado.

En el 2014 que fue su primer año exportando con su propia marca “SEBAS” las ventas subieron a un **\$8,130.15**, coordinando las estrategias y las actividades comerciales internacionales en conjunto con entidades relacionadas al comercio exterior, fueron aumentando sus ventas, lo cual nos da un índice de rentabilidad con un crecimiento anual de un 95% en 2015 con una ganancia de **\$22,259.10** al segundo año de exportar con marca propia se incrementan sus ventas a 4 embarques cada semana. Tomando en cuenta que estamos en año recorrido del 2016 se espera seguir incrementando sus ventas pese a la crisis económica que nos enfrentamos. En el desarrollo de actividades para realizar el análisis orientada con el balance general de la empresa priorizamos la promoción de exportación del producto con un alto valor agregado cumpliendo las requerimientos técnico.

Con esto queda demostrado el segundo objetivo específico que sí hay rentabilidad, al exportar con marca propia, obteniendo como resultado que las ventas aumentaron poco a poco e igual a su producción.

3.9.- Tabla. 17

ESTADO DE RESULTADOS DE LA EMPRESA BANASOLREY S.A

INGRESOS	2012	2013	2014	2015
Ventas	\$ 12.300,00	\$ 14.325,15	\$ 25.030,15	\$ 36.120,90
Otros Ingresos	\$ 3.000,00	\$ 3.200,00	\$ 5.250,00	\$ 6.350,00
Total Ingresos	\$ 15.300,00	\$ 17.525,15	\$ 30.280,15	\$ 42.470,90
COSTOS Y GASTOS				
Costos				
Costo de Venta	\$ 4.320,00	\$ 4.405,00	\$ 7.350,00	\$ 9.350,00
Total Costos	\$ 4.320,00	\$ 4.405,00	\$ 7.350,00	\$ 9.350,00
Gastos				
Gastos de Administración				
Gastos de Personal	\$ 2.250,00	\$ 2.650,00	\$ 5.250,00	\$ 6.000,00
Materiales e Insumo	\$ 600,00	\$ 1.000,00	\$ 2.500,00	\$ 3.025,57
Costos Indirectos	\$ 2.100,00	\$ 2.900,00	\$ 4.250,00	\$ 5.500,00
Depreciación y Amortización	\$ 1.200,00	\$ 1.300,00	\$ 2.800,00	\$ 5.215,33
Total Gastos	\$ 6.150,00	\$ 7.850,00	\$ 14.800,00	\$ 19.740,90
Total Costos y Gastos	\$ 10.470,00	\$ 12.255,00	\$ 22.150,00	\$ 29.090,90
Pérdida/Utilidad Neta	\$ 4.830,00	\$ 5.270,15	\$ 8.130,15	\$ 13.380,00

Fuente: Información Financiera de la compañía.

3.10.- Información del Estado de Resultado

Lo que muestra el Estado de resultados en que los 2 primeros años, 2012 y 2013 se dedicaba a prestar el servicio de exportación, en el 2012 \$4,830.00 de utilidad no se comprobó ninguna ganancia, se puede decir que se mantuvo, 2103 se mira un incremento mínimo en la utilidad de \$5,270.15. En el período 2014 al 2015 fue una temporada bastante alta, sus exportaciones estuvieron por arriba de las expectativas de los comercializadores, los niveles del mercado tuvieron un ritmo de ascenso. Los consumidores en Europa, Rotterdam – Holanda, consumieron bastante y las ventas de la empresa se elevaron en un 90%, la AEBE comento que fue para el sector bananero que ese periodo 2015 a nivel general creció las ventas en Ecuador.

La empresa en sus primeros años al prestar el servicio de exportación no se veía ganancia, cuando decidió exportar su propia marca sí hubo la diferencia. En el 2014 fue su primer año exportando con su propia marca, a diferencia del 2015 tuvo un salto del 90% en sus ventas en el último año, ya tenían sus clientes que prefirieron comprar “SEBAS”.

El costo de ventas, gastos administrativos, gastos financieros y pago de impuestos, resulta de la resta entre tus ingresos y egresos se le llama utilidad, las ventas que se obtuvieron de los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa.

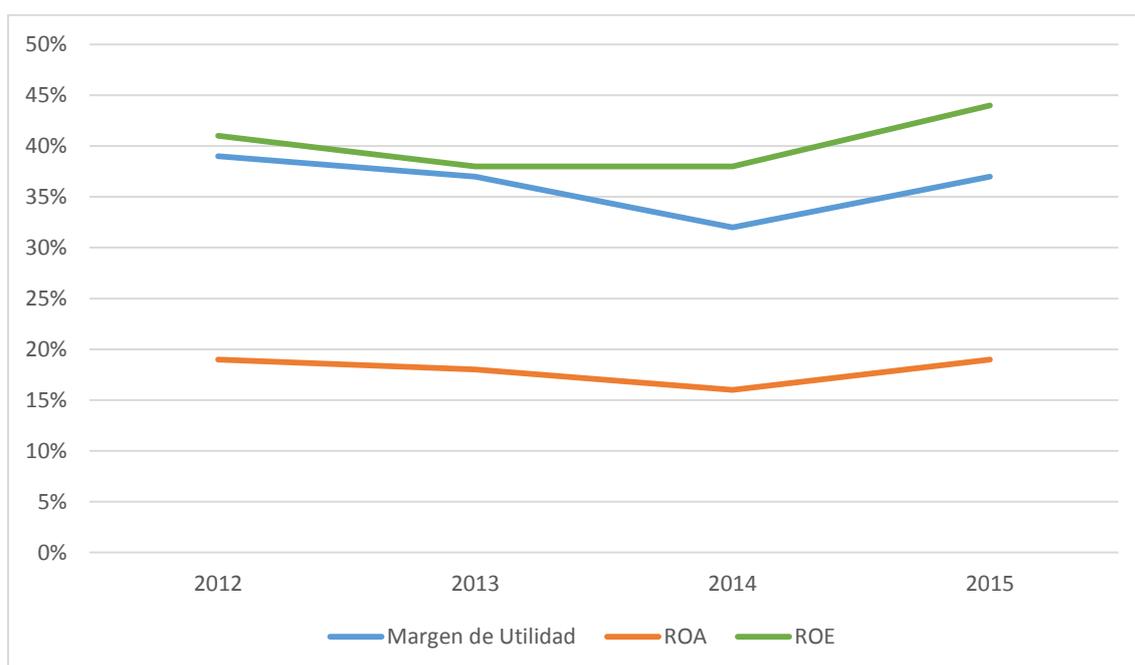
Tabla. 18 RAZONES DE RENTABILIDAD

4.- Razones de Rentabilidad							
		2012		2013		2014	
Margen de Utilidad =	Utilidad Neta =	\$ 4.830,00	39%	\$ 5.270,15	37%	\$ 8.130,15	32%
	Ventas	\$ 12.300,00		\$ 14.325,15		\$ 25.030,15	
Rendimientos sobre los activos (ROA)	Utilidad Neta =	\$ 4.830,00	19%	\$ 5.270,15	18%	\$ 8.130,15	16%
	Activos totales	\$ 24.880,00		\$ 29.620,15		\$ 49.415,95	
Rendimiento sobre el capital (ROE) =	Utilidad Neta =	\$ 4.830,00	41%	\$ 5.270,15	38%	\$ 8.130,15	38%
	Capital Total	\$ 11.885,00		\$ 13.845,15		\$ 21.628,85	

2015		
\$ 13.380,00		37%
\$ 36.120,90		
Utilidad Neta =	\$ 13.380,00	19%
Activos totales	\$ 69.516,08	
Utilidad Neta =	\$ 13.380,00	44%
Capital Total	\$ 30.678,40	

Fuente: Investigación de Campo
Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

Gráfico. 32 Margen de Rentabilidad de BANASOLREY S.A.



Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Herrera Martillo, Elizabeth

3.11.- Razones de Rentabilidad

La razón de rentabilidad es importante para una empresa se analiza y evalúa las ganancias en las inversiones, activos o ventas que haya tenido, nos permite medir la utilidad o pérdida sea el caso, obtenido durante un periodo a otro en relación con los activos totales. Se determina la eficiencia de los activos totales para generar la utilidad de un período determinado, los activos más elevado será el índice financiero, el que nos permite determinar el porcentaje, demuestra que el valor que aportaron los inversionistas genera utilidad sobre la inversión de la empresa.

La finalidad del proyecto de investigación, es ver si a la empresa le iba bien brindando el servicio de exportación a otras empresas que tenían marca propia, eso sucedió en los primeros años 2012 – 2013. En lo que respecta en el 2012, a la empresa le costó establecerse porque habían semanas que se exportaba un contenedor, en otras semanas no se exportaban nada y se pasaban las semanas, hasta que logró establecerse y poco a poco ganarse clientes más se enfocó con el mercado de Rotterdam. Al finalizar el 2013 a la empresa se le ocurre hacer su marca propia de banano llamada “SEBAS” para que los

primeros días del 2014 ya estén en producción y exportando con su propia marca, lo que correspondió en el período 2014 – 2015 exportando ya con su propia marca, se decidió a exportar en el mercado de Europa como lo Rotterdam y Bélgica.

El rendimiento de la empresa con sus ventas y activos, estas fórmulas me permite evaluar si hubo las utilidades de la empresa en relación con sus ventas y los activos, para evaluar si hubo rentabilidad con relación a las ventas es el estado de resultados, en este estado de resultados, se expresa como un porcentaje de las ventas, destacando así la relación con los ingresos y gastos a través del tiempo, se mide el porcentaje de cada valor monetario de ventas que obtuvo la empresa, en su primer año 2012 la utilidad no fue mucho, a pesar que sus ventas fueron mayores, **su margen de utilidad de un 39%**, en el 2013, las ventas se mide a través de porcentaje que por cada \$1.00 que obtuvo la empresa, un margen de utilidad a pesar que la ventas subieron un 50% y su utilidad neta un 20%, pese que es bajo un **37% su margen de utilidad**, cuando empezaron con marca propia en el 2014 a ofrecer un banano de buena calidad para la población de Rotterdam, su utilidad neta bajo un 20% más y sus ventas crecieron un 30% a pesar de eso bajo su **margen de utilidad** a un **32%**.

En el 2015, cuando ya se estableció su utilidad neta, incrementó sus ventas y tenían una cartera de cliente que subió un 100%, lo que dio como resultado un **49% de margen de utilidad**.

Lo correspondiente al Rendimiento sobre los activos (ROA) en el 2012, empezaron adquirir equipo para su oficina, lo que dio como resultado un **19%**. En el 2013 el ROA es de un **18%** de utilidad neta, al siguiente año a pesar que subieron su activos en 10% se invirtió en cortadoras, pese a eso bajo a un **16%**. En el 2015 subieron sus activos se adquirió maquinaria para el lavado del banano y otras su ROA fue de **14%**. Para analizar la situación financiera de la empresa, la economía si le conviene o no exportan con marca propia.

El Rendimiento sobre el capital (ROE) es de un **41%** de la utilidad neta sobre el capital total, los indicadores de rentabilidad expresan el rendimiento de la empresa de sus ventas, activos y capital, se relacionan con lo que generan los fondos de la operación, si tiene rentabilidad y se utiliza para planificar, presupuestar y establecer metas de la empresa. En el 2013 y 2014 se mantuvo el ROE en un **38%** y en 2015 incrementó a un **44%**, la rentabilidad de la empresa es el crecimiento, la estabilidad o la solvencia como variables fundamentales de toda actividad económica.

3.12.- Determinar el proceso de producción y cuidados del banano con el fin que llegue bien al mercado de Rotterdam.

El tapador

Debe.- Estar seguro que la tapa lleva el código de la empacadora.

Porque.- Para estar seguro que la caja tenga el código para identificarla en el Puerto de destino.

Debe.- Al momento de tapar el fondo con la tapa deben coincidir los huecos o ranuras.

Porque.- Para permitir una buena circulación del aire.

El estibador

Debe.- Manejar la caja con cuidado, colocándola suavemente en el transporte una encima de otra (nunca estiba ladrillo-cruzada).

Porque.- Para evitar daño del cartón y de la fruta.

Debe.- estibar las cajas máximo 8 de altura.

Porque.- Para evitar daño a las cajas y frutas.

Fruta en pallets

Debe.- Colocarse las cajas con cuidado una encima de otra sobre el pallets.

Porque.- Para obtener un paletizado con buena presentación) recto).

Debe.- Colocarse los sunchos y esquineros según instrucciones.

Porque.- Para que al momento de ser embarcado o desembarcado no se vire el pallets y cause estropeo a la fruta.

Debe.- En fruta paletizada no tratada usar fundas air bag.

Porque.- Evitar movimientos bruscos de los pallets en el transporte y estropeo a la fruta.

El transporte

Debe.- Recomendarse a los choferes manejar con cuidado en caminos en mal estado.

Porque.- Los movimientos bruscos de las cajas causan estropeo.

Debe.- Recomendarse a los trasportes (carros) tener en buen estado sus unidades (lona, piso).

Porque.- Evitar penetrar polvo, aguas lluvias en las cajas y sean rechazadas en el puerto⁸.

⁸ agropecuarios.net/cultivo-de-banano-manual-tecnico/

3.13.- Proceso de exportación cuando fue sin marca vs con marca.

Análisis.- El proceso Exportador es una actividad comercial, que posee herramientas necesarias como lo es: guía Básica de Exportación, la empresa se dedicaba a prestar el servicio de exportación para marcas diferentes los dos primeros años 2012 – 2013 Banasolrey S.A. tenía que ser una exportadora ante la SENA E para que pueda realizar esa función.

Cuando la empresa decide lanzar su propia marca de banana llamada “SEBAS”, como ya había exportado a distintos países, se decide por uno que es el más consumidor de banana Ecuatoriana Rotterdam - Holanda, lo que la empresa tuvo que registrar su marca para obtener el título de propiedad en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) y llenar solicitud en el formato único de registro de signos distintivos y solicitud de pago de tasa de título, sitio web www.iepi.gob.ec, “SEBAS” quiere ofrecer a sus consumidores una banana de buena calidad, cumpliendo con todos los estándares y buen sabor, con esto se comprueba el último objetivo específico.

La empresa Banasolrey S.A. como exportadora se encarga de realizar los trámites de exportación de banano con marca propia los requisitos fitosanitarios en el país a donde piensa llevar su mercadería. Agrocalidad, deberá hacer un Análisis de Riesgo de Plagas, donde detallarán la situación sanitaria y fitosanitaria de su producto, que deberá ser aprobado, principales destinos: Rusia, EE.UU., Italia, Alemania, Bélgica, Chile, Serbia, Turquía, Holanda, entre otros. En caso de Banasolrey S.A. solo será con Rotterdam – Holanda, se registró la fruta, el exportador debe estar registrado como tal ante el MAGAP, para lo cual debe dirigir una solicitud pidiendo el registro e inscripción como Exportador, este registro deberá ser renovado cada 3 años, los requisitos son:

- RUC
- Copia de cédula
- Constitución de la empresa
- Nombramiento del representante legal de la empresa
- Título de propiedad de la marca
- Contratos de compra-venta anual debidamente legitimado, o en su defecto el compromiso de compra-venta anual debidamente legitimado.

Debe también registrar el contrato con los productores y/o comercializadores ante el MAGAP, para lo cual debe dirigir una solicitud y adjuntar:

- Tres ejemplares del contrato de compra-venta
- Garantía en base a la proyección de cajas a exportar por precio mínimo de sustentación.

El exportador deberá pagar en el Banco Nacional de Fomento una tasa del 0.07% del valor de cada caja exportada.

Previo al embarque de banano, el exportador debe solicitar el Certificado Fitosanitario de Exportación, esto incluye la inspección del banano con la posterior emisión de un informe, en el establecimiento antes que se dirija al puerto, aeropuerto o paso fronterizo.

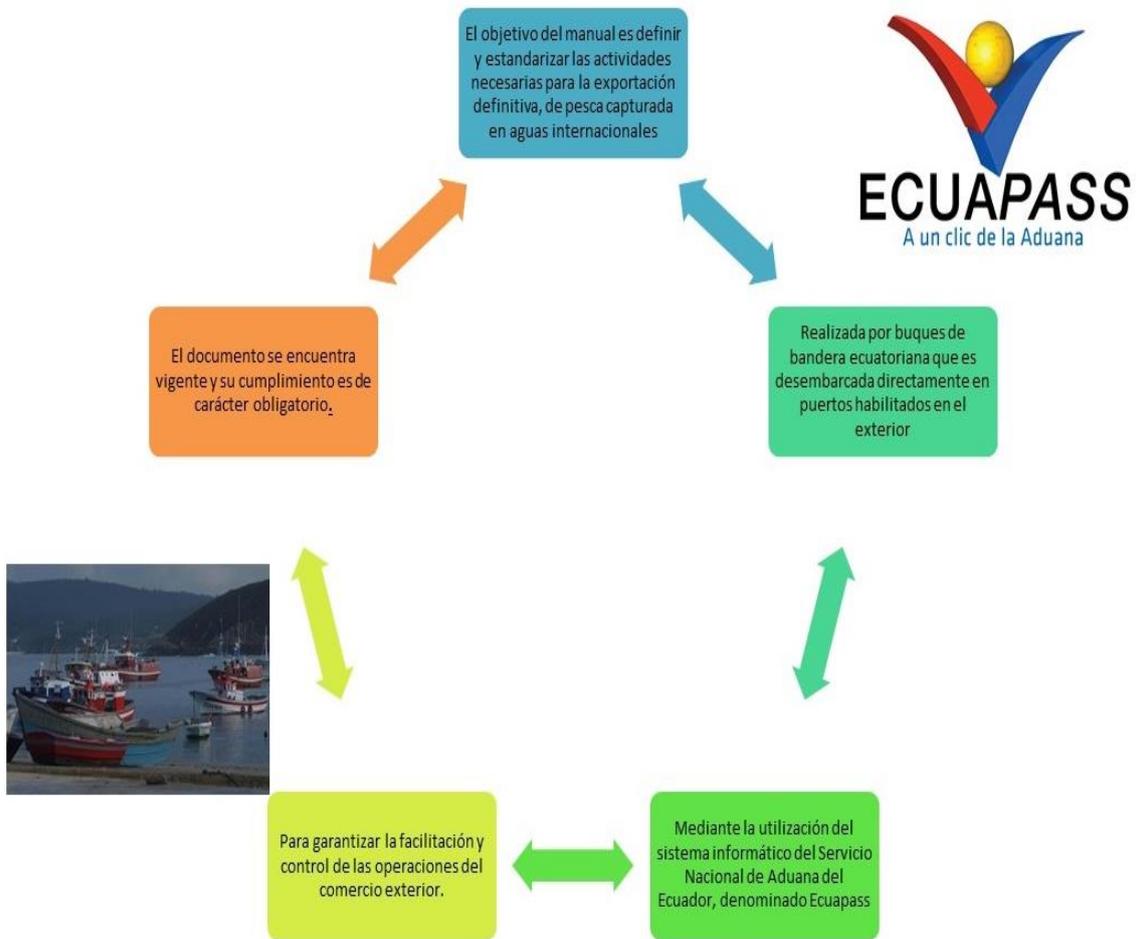
Agrocalidad, Agencia de Aseguramiento de la Calidad del Agro: www.agrocalidad.gob.ec

IEPI, Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual: www.iepi.gob.ec

MAGAP, Ministerio de Ganadería, Acuacultura y Pesca: www.magap.gob.ec⁹

⁹ comunidad.todocomercioexterior.com.ec/profiles/blogs/exportaci-n-de-banano

Gráfico 33. Proceso para exportar en formal general



Fuente: Instituto de Promoción de Exportaciones e Inversiones.

3.14.- Proceso de una Exportación general en el sistema de ECUAPASS.

Es un sistema desarrollado por el estado a través del SENA E, se empieza con la transmisión electrónica de una Declaración Aduanera de Exportación (DAE), la misma que podrá ser acompañado de una factura o proforma y documentación con la que se cuente previo al embarque, dicha declaración no es una simple intención de embarque, sino una declaración que crea un vínculo legal y obligaciones a cumplir con el Servicio Nacional de Aduana del Ecuador por parte del exportador o declarante.

Los datos que se consignarán en la DAE son:

- Del exportador o declarante.
- Descripción de mercancía por ítem de factura.
- Datos del consignante.
- Destino de la carga.
- Cantidades.
- Peso; y demás datos relativos a la mercancía.

Los documentos digitales que acompañan a la DAE a través del ECUAPASS son:

- Factura comercial original.
- Autorizaciones previas (cuando el caso lo amerite).
- Certificado de Origen electrónico (cuando el caso lo amerite)

Una vez aceptada la DAE, la mercancía ingresa a Zona Primaria del distrito en donde se embarca, producto de lo cual el depósito temporal la registra y almacena previo a su exportación.

Al exportar se le notificará el canal de aforo asignado, los mismos que pueden ser:

- Canal de Aforo Documental
- Canal de Aforo Físico Intrusivo
- Canal de Aforo Automático

Para el caso del Canal de Aforo Automático, la autorización de salida, entiéndase con ello la autorización para que se embarque, será automático al momento del ingreso de la carga a los depósitos temporales o zonas primarias.

En el caso del Canal de Aforo Documental se designará al funcionario a cargo del trámite, al momento del ingreso de la carga, luego de lo cual procederá a la revisión de los datos electrónicos y documentación digitalizada; y procederá al cierre si no existieren novedades. Cualquier observación será registrada mediante el esquema de notificación electrónico previsto en el nuevo sistema. Una vez cerrada la Declaración Aduanera de Exportación (DAE) cambiará su estado a salida autorizada y la carga podrá ser embarcada.

En el caso del Canal de Aforo Físico Intrusivo se procede, según lo descrito anteriormente, adicional al proceso la inspección física de la carga y su corroboración con la documentación electrónica y digitalizada.

Revisar boletín 222 – 2012 en el cual se encontrará los instructivos para el correcto llenado de la DAE junto con los videos demostrativos.¹⁰

¹⁰ Servicio Nacional de Aduana del Ecuador (SENAE)

Capítulo IV

Conclusión y Recomendación

4.1.- Conclusiones

1. Una vez realizada la encuesta por parte del Gerente-Propietario, Rotterdam contestó de manera positiva que consumen banano Ecuatoriano en su hogar de marca “SEBAS” el Cavendish por su calidad y cumple con todos estándares de calidad, si recomendarían la marca y sí que seguirán consumiendo banano, dejando a un mercado satisfactorio y dando apertura a la venta a otros mercados internacionales.
2. El punto más importante del proyecto es la parte financiera, para saber si a Banasolrey S.A. le convenía brindar sólo el servicio de exportación o mejor es que siga exportando con marca propia, al parecer a la empresa no le resultaba el servicio logístico porque no todas las semanas se realizaban embarques, se llegó a la conclusión que vender su propia marca “SEBAS” da rentabilidad, ya que aumentaron su pedidos de ventas y se determinó que el proyecto **“IMPACTO DE EXPORTAR BANANO DE LA EMPRESA BANASOLREY S.A. CON SU PROPIA MARCA (SEBAS) CON DESTINO A ROTTERDAM PERIODO 2015”** es rentable.
3. Tener una buena producción de banano, debido que poco a poco aumentaron sus pedidos, con el fin de acaparar con todo el mercado de Rotterdam y que siempre llegue el banano en buen estado.
4. Para el proceso de exportación cuando no tenía marca propia, solo tenía que constar ante la SENAE, ser una empresa exportadora vs cuando ya tenía marca propia tuvo que registrar la marca en el IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad

Intelectual) para sepan otras empresas que esa marca “SEBAS” de Banasolrey S.A.

5. El presente proyecto que motivó es darles a conocer los resultados de las exportación que obtuvo la empresa Banasolrey S.A. con su propia marca (SEBAS) hacia el mercado de Rotterdam en el año 2015, dar a conocer la marca ya que el banano sigue siendo el producto no petrolero más exportado y el más consumido, cada vez tiene más acogida en otros mercados por la calidad de su fruta.
6. La empresa compite con las marcas tradicionales en empaque, precio y sobre todo la calidad del banano “SEBAS” que no necesariamente tiene que ser una marca reconocida para ofrecer un banano de calidad.

4.2.- Recomendaciones

1. La empresa Banasolrey S.A., puede llegar a exportar no solo banano, dedicarse a otras frutas o productos, debido que tiene acogida en otros países.
2. Tengan una buena producción y cuidado de la plantación de banano, tienen que tomar las medidas necesarias para cuando se presenten los fenómenos naturales o plagas que podrían afectar las cosechas y bajaría totalmente las exportaciones de la empresa, en todo caso, deben ser un buen productor y dar siempre un banano de excelente calidad que es lo que la empresa Banasolrey S.A. brinda a sus clientes.

3. Las familias de Rotterdam dieron a conocer que la presentación de la imagen de “SEBAS” no les agrado, por lo que el Gerente-propietario, realizó los cambios respectivos que causó más publicidad en el 2016.

4. Lo que se le sugiere a Banasolrey S.A., que sí puede competir en EE.UU con otras marcas pese a su trayectoria, sé que podría ocupar y acaparar clientela en ese mercado.

Bibliografía

- Ecuador, S. N. (16 de Febrero de 2016). *ADUANA*. Obtenido de www.aduana.gob.ec
- Ecuador., A. d. (2015). www.aebe.com.ec.
- Exterior, M. d. (2015). www.comercioexterior.gob.ec.
- Gonzalez, J. (2012). *Aprender facil Exportar e Impoprtar con CD*. Peru: Macro.
- Inversiones, I. d. (2015). www.proecuador.gob.ec.
- Larrea, F. (2013). *Elementos de Comercio Internacional* . Quito : SERTECPET.
- Mercado. (2013). *Comercio Internacional I*. Mexico: Limusa.
- Ministerio de Agricultura, G. A. (2015). www.magap.gob.ec.
- Mora Garcia, L. A. (2011). *Gestion Logistica en Centro de Distribucion* . Colombia: ECOE.
- Mora, A. (2014). *Modelos de Optimizacion de la Gestion Logistica*. Bogota: ECOE.
- Paz, H. R. (2008). *Canales de Distribucion Comercial y Logistica*. Buenos Aires : Ugerman.
- Pudeleco, E. (2014). *Pudeleco 2014, Regimen Legal Aduanero 1 y 2* . Guayaquil: PUDELECO S.A.
- ZBIGNIEW. (2013). *Finanzas Internacionales*. Mexico : MC.GRAW HILL.

ANEXOS

Anexo # 1

FORMATO DE LA ENCUESTA

Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil

Proyecto de Investigación

“Impacto de exportar banano con marca propia de la empresa Banasolrey S.A.
con destino Rotterdam período 2015”

1. ¿Consumen usted banano?

SI NO

2. ¿Qué tipo de banano prefiere usted comprar?

- Banano Cavendish _____
- Banano Cocción _____
- Banano Rojo _____
- Orito _____

3. ¿Compra usted banano Ecuatoriano?

SI NO NO SÉ

4. ¿Conoce usted el banano de marca “SEBAS”?

SI NO

5. ¿Consumen usted en su hogar el banano de marca “SEBAS”?

SI NO

6. ¿Se encuentra usted satisfecho con el banano de marca “SEBAS”?

SI NO

7. ¿Cuál es el motivo por el que no se encuentra satisfecho con el banano de marca “SEBAS”?

- Presentación _____
- Fruta pequeña _____

8. ¿Indique el motivo por el cual usted consume en su hogar el banano “SEBAS”?

- Calidad _____
- Sabor _____
- Color _____

9. ¿Usualmente a donde compra el banano “SEBAS”?

- Tiendas _____
- Supermercados _____

10. ¿Recomendaría usted la marca de banano “SEBAS”?

SI NO

11. ¿Considera usted que el precio de “SEBAS” es accesible?

SI NO

12. ¿Cambiaría usted la marca “SEBAS”?

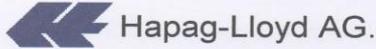
SI NO

13. ¿Cree usted que el banano “SEBAS” cumple con todos los estándares de calidad para exportarlo?

SI NO

Anexo #2.

Carta de temperatura



AGENCY: TRANSOCEANICA CIA LTDA

**LETTER OF TEMPERATURE FOR REEFERS CONTAINERS.
CARTA DE TEMPERATURA PARA CONTENEDORES REFRIGERADOS.**

1.- **VESSEL/VOY.**(NAVE/VIAJE) : HS CHOPIN 540NB
2.- **SHIPPER** (EMBARCADOR) : BANASOLREY S.A
3.- **CONSIGNEE** (CONSIGNATARIO) : G.D.LOGISTICS BV
4.- **COMMODITY** (PRODUCTO) : FRESH BANANAS
5.- **PORT OF LOADING** (PTO.DE EMBARQUE) : GUAYAQUIL-ECUADOR
6.- **PORT OF DISCHARGE** (PTO.DE DESCARGA) : ROTTERDAM - HOLANDA
7.- **PLACE OF DELIVERY** (DESTINO FINAL) : ROTTERDAM - HOLANDA

**TEMPERATURE INSTRUCTIONS
INSTRUCCIONES DE TEMPERATURA**

AIR INLET (DELIVERY) SPECIFICATIONS (IN CELSIUS DEGREES): 13.3°
TEMPERATURA AIRE SUMINISTRO (GRADOS CELSIUS)

TEMPERATURE/TOLERANCE RANGE: 20 CBM
RANGO DE TEMPERATURA / TOLERANCIA

**CONTAINER PREFIX, NUMBER AND WEIGHT
PREFIJO, NUMERO Y PESO DE CONTENEDORES**

1.- X _____ TONS. (TONELADAS)
2.- _____ TONS. (TONELADAS)
3.- _____ TONS. (TONELADAS)
4.- _____ TONS. (TONELADAS)
5.- _____ TONS. (TONELADAS)

**THE ABOVE INSTRUCCIONS MUST ALSO BE STATED ON THE BILL (S) OF LOADING.
LAS INSTRUCCIONES INDICADAS TAMBIEN DEBEN ESTAR INCLUIDAS EN LOS CONOCIMIENTOS
DE EMBARQUE.**

ISSUED (EMITIDO)
DATE (FECHA): 28/09/2015

RECEIPT (RECIBIDO)
DATE (FECHA): _____

BANASOLREY S.A.

SHIPPER'S SIGNATURE

VESSEL'S COMMAND

Anexo # 3

Reserva de Exportación

	Fecha de impresión: 21/09/2015 13:18:00
	 145935
RESERVA DE EXPORTACION	
BOOKING:	96227167
ITINERARIO:	VARGAS TRADER NQ539R
LINEA:	HAPAG LLOYD
EMBARCADOR:	BANASOLREY S.A.
REQUERIMIENTO:	1 X 40HR
ESTADO DEL CONTENEDOR:	100% OPER
SELLOS ENTREGADOS EN:	AGENCIA
OBSERVACIONES:	
PRODUCTO:	BANANOS FRESCOS
TEMPERATURA:	13.3 °C
VENTILACION:	20 CBM
HUMEDAD:	-- %
PATIO ORIGEN:	TERCON
CONTACTO:	Wilson Castillo
DIRECCION:	AV. LAS IGUANAS KM. 14.5 VIA A DAULE
PATIO DESTINO:	CONTECON GUAYAQUIL S.A.
PUERTO DESTINO:	ROTTERDAM
DESTINO FINAL:	ROTTERDAM
RUTA:	
TRANSPORTISTA:	Particular
<p>Favor presentar este documento impreso en las oficinas de TRANSOCEANICA, en el Counter del Centro de Servicios al Cliente hasta las 16h30.</p> <p><i>Documento no válido para la movilización de el o los contenedores.</i></p>	
Fecha creación del booking: 21/09/2015	Usuario creación del booking:RCOLUMBUS

Anexo # 4.

Basic Inspection Report



REF: No. D005005

BASC INSPECTION REPORT

OCTOBER 02ND, 2015

In compliance with instructions received as follows:

Date:	02.10.15
From :	BANASOLREY S.A.

We confirm having attended and performed the BASC Inspection of the below mentioned empty 40' reefer container:

Container No.:	TCLU1183497
Date of BASC inspection:	01.10.15
Place of inspection:	TRANSMABO
Vessel:	HS CHOPIN
Booking:	96252179
Port of loading	GUAYAQUIL – ECUADOR
Our ref.	D-005005

1. BASC INSPECTION REPORT (EMPTY CONTAINER)

This control was performed in TRANSMABO, in the city of Guayaquil - Ecuador.

PERSONNEL PRESENT DURING THE INTERVENTION:

By Trust Control International : Mr. Santiago Yanqui.

TIME LOG:

Date	Time	
01.10.15	18h20	Started inspection
01.10.15	19h00	Finished inspection

Container Observations	NA	Yes	No
1. GENERAL			
1.1 Digit check formula shows other number than that shown during the physical verification of the container			✓
1.2 Number of the container is different in one or more of 6 sides, the left lower corner fitting and the consolidated plate			✓
1.3 Has IMO Labels			✓
1.4 Internal Length (height, width, length) and volume differ with standard.			✓
1.5 Quality container physical characteristics differ from those agreed (Physical, temperature, etc.)			✓
2. DOORS			
2.1 The door header show signs of improper tampering			✓
2.2 New adhesive or glue shown on panel joints (internally or externally)			✓
2.3 Recent burns or signs of welding			✓
2.4 New paint in parts or patches			✓
2.5 Internal and external ripples unequal in size, height and quantity			✓
2.6 Front and Rear corner post, top side rear and bottom side rear with uneven sound (as if they had something inside)			✓

Anexo # 6
Packing List



RUC: 0992722274001

PACKING LIST

Weekly banana loadings from Ecuador

Packing List week: 38

Departure date: 17.09.2015

Goods: Fresh Green Bananas

Net Weight: 18,82 kg/box

Gross Weight: 20,60 kg/box

Port of loading: Port Maritime Guayaquil, Ecuador

Port of Delivery : ROTTERDAM - NETHERLANDS

Consignee: ANACO GREEVE INTERNATIONAL BV

ABC WESTLAND 666 2685 DH POELDIJK THE NETHERLANDS

Quantity of loaded carton boxes: 1080

BRAND: SEBAS

Vessel: HANSA EUROPE 048WVN

DIRECCION: CDLA URDENOR 2 MZ. 238 V.8
TELF: 593 4 231 5073

Anexo # 7

Sistema de Ecuapass

ECUAPASS
Sistema de Aduana

Código de OCEs:

ID. USUARIO: BANASOLREY

NOMBRE: FRANCISCO SOLORZAN

CERRAR SESION

Aviso [mas](#)

- CERTIFICADOS DIGITALES
- CONSIDERACIONES IMPORTANT ...
- ASISTENCIA REMOTA

- 3.1 Guía de uso
- 3.2.3 Modificar información del uso
- 3.4 Preguntas frecuentes
- 3.6 Repositorio de archivos
- 3.11.1 Mi página
- Resultado de solicitud del uso

Trámites Operativos

- 1.3 Integración de estados del trámite
- 1.6 e-Documentos

Servicios de uso frecuente

Servicios informativos

- 2.1.1 Consulta de arancel
- 2.1.2 Consulta de tributos fijos
- 2.4.1 Consulta de RUC
- 2.6 Catálogos
- 2.7 Consulta de Verificación de Cert. Origen

e-Docs. de uso frecuente

Ventanilla Única

- Documentos de Acompañamiento
- Documentos de Soporte
- Certificados de Origen y DJO
- Estado de procesamiento
- Pago-e
- Consultar validez de Certificado Impreso
- Consultar información de Certificado Digital

Soporte al Cliente

- 3.3 Preguntas y respuestas
- 3.8 Servicios OCEs
- 3.11.2 Configurar mi página

1800-ADUANA
SENAE

Consultar

Anexo # 8.

Foto del control Antinarcoótico



Anexo # 9.

Policía revisando el contenedor



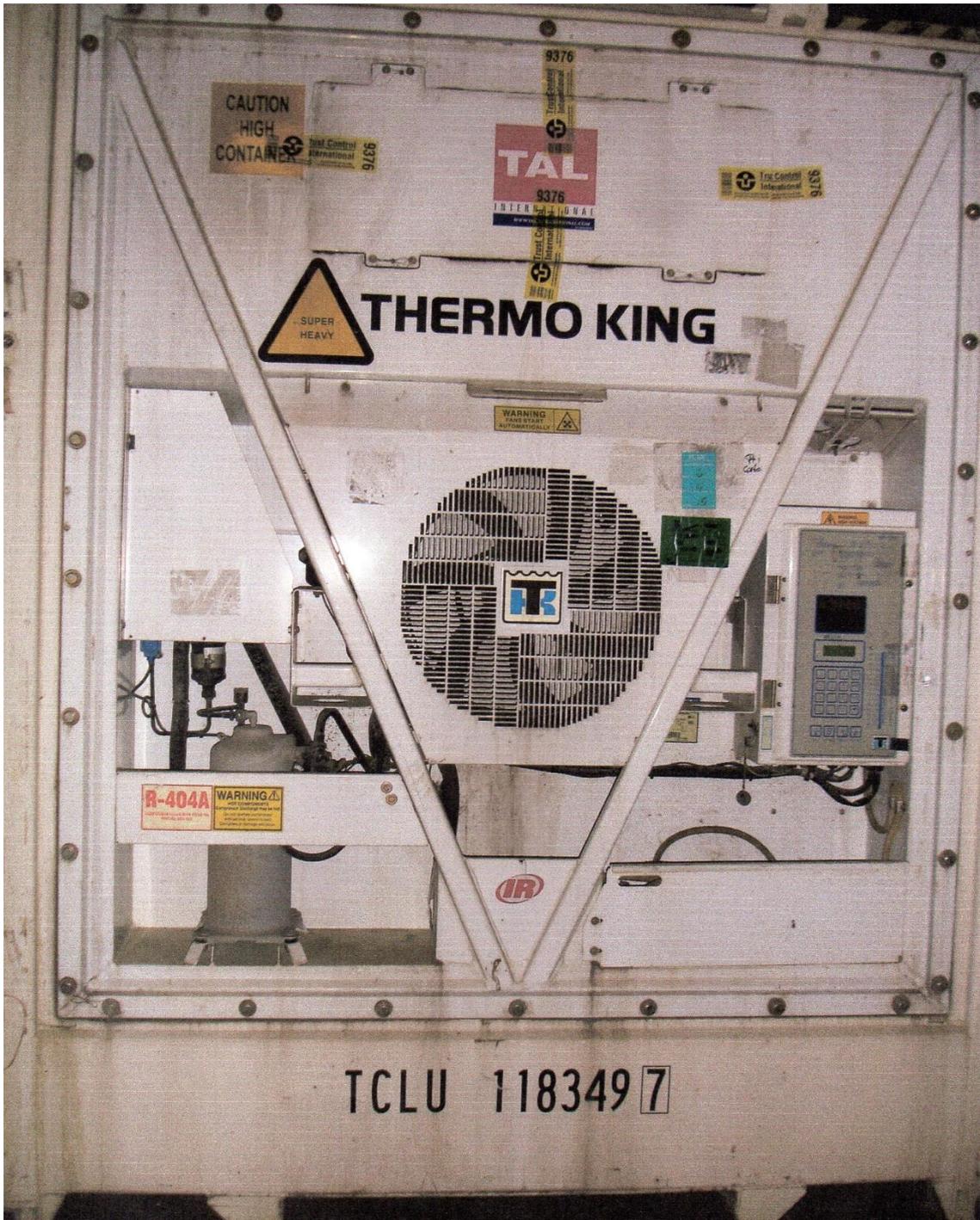
Anexo # 10.

Cajas en los pallets en el contenedor



Anexo # 11.

Contendor



Anexo # 12.

Reposa en el SRI el Ruc de la Empresa BANASOLREY S.A.



Desconectado

Búsqueda de Contribuyentes / [Información del Contribuyente](#)

Información del Contribuyente

**Autorización de
Documentos**

Fecha : 23-02-2016

Razón Social:	BANASOLREY S.A.
RUC:	0992722274001
Nombre Comercial:	
Estado del Contribuyente en el RUC	Activo
Clase de Contribuyente	Otro
Tipo de Contribuyente	Sociedad
Obligado a llevar Contabilidad	SI
Actividad Económica Principal	VENTA AL POR MAYOR Y MENOR DE BANANO
Fecha de inicio de actividades	04-07-2011
Fecha de cese de actividades	
Fecha reinicio de actividades	
Fecha actualización	23-12-2015