



**UNAPEC**  
**UNIVERSIDAD APEC**

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales  
Escuela de Administración

**Título de la monografía:**

**Gestión Aduanal Del Proceso De Importación De Una Empresa De  
Productos De Belleza**

**Sustentada por**

Madeline Franchesca Rosario Dechamps 2011-2465

Leydy Anyelina Frías Rodríguez 2014-0339

**Asesores**

Lic. Abner Lora López

Lic. Alis Medina

**Monografía para optar por el título de:**

Licenciatura en Administración de Empresas

**Santo Domingo, República Dominicana**

**Julio, 2019**

## Resumen ejecutivo

En el trabajo se estudia Las estrategias de distribución y cadena de suministro en la gestión aduanera que ha logrado la industria de belleza en la República Dominicana y como se enlaza con la ventanilla única de comercio exterior, cuál sería la utilidad y que valor agregado aporta al proceso aduanal.

El análisis realizado se basó en conocer y mejorar las tácticas de importación del producto Stoken Gold. Tratamos y puntualizamos las instituciones participantes en el proceso de importación su importancia y características, analizamos cuales son los insumos utilizados en el proceso. Damos a conocer el producto estudiado “Stoken Gold”, es un tratamiento de coloración realizado en base a una fórmula de color semipermanente diseñado para proporcionar tonalidades de forma natural. Hablamos su historia, origen, estrategia que utiliza y como se ha desarrollado en el mercado nacional. Haciendo énfasis en la composición del mercado de productos en República Dominicana, identificando desde materias primas hasta su logística y cadena de suministro esto lleva a estudiar el desarrollo actual del comportamiento del mercado usando la investigación deductiva y analítica, tomando en cuenta las regulaciones y procesos relevantes en la importación del producto.

Se trató sobre Las empresas involucradas en el proceso de gestión aduanal en República dominicana. Resaltando la importancia en el desarrollo económico que impacta de manera positiva las negociaciones multinacionales y a la vez transparenta y facilita el marco de gestión, entre el estado y el sector privado. Así como también, cuáles serían las ventajas de haber implementado el uso de la VUCE y el desarrollo positivo que ha obtenido. En el transcurso, también podrán observar los resultados de una encuesta realizada a seis (06) usuarios que trabajan en la gestión aduanera de productos de belleza con el objetivo de recaudar información de cómo le ha beneficiado esta plataforma, culminando con un análisis de los mismos y análisis FODA.

## Índice

Palabras Claves .....	v
Agradecimientos.....	vii
Agradecimientos.....	ix
Dedicatorias.....	x
Resumen ejecutivo .....	ii
Introducción.....	1
Capítulo I: Las estrategias de distribución y cadena de suministro en la importación de productos de belleza en República Dominicana .....	3
1.1 Tendencia en las estrategias de importación utilizadas en la industria de cosméticos en la República Dominicana. ....	4
1.2 Instituciones participantes en el proceso de importación .....	5
1.2.1 Fabricante:.....	6
1.2.2 Importador: .....	6
1.2.3 El transportista internacional: .....	6
1.2.4 Freight forward: .....	7
1.2.5 Courier:.....	7
1.2.6 Agente de Aduanas: .....	7
1.2.7 Dirección General de Aduanas.....	8
1.2.8 Ministerio de Agricultura .....	8
1.3 Importancia y características de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) .....	9
1.4 Gestión logística del producto “Stoken Gold” .....	12
1.4.1 El producto .....	12
1.4.2 La empresa.....	13
1.4.3 La industria .....	14
1.4.4 Gestión logística de “Stoken Gold” .....	15
Capítulo II: Composición del mercado de productos de belleza en República Dominicana.....	17
2.1 Composición del mercado de productos de belleza en República Dominicana. ....	18

2.2 Regulaciones y aspectos relevantes del proceso de importación en una empresa de belleza.....	19
2.3 Requisitos para la importación de materia prima para productos de belleza en la República Dominicana .....	20
3.1. Resultados de la investigación de campo .....	23
3.1.2 Encuesta.....	27
3.2. Análisis FODA .....	33
3.2.1 Fortalezas.....	34
3.2.2 Debilidades:.....	35
3.2.3 Oportunidades: .....	36
3.2.4 Amenazas:.....	37
3.3. Estrategia efectiva para la implementación de la gestión aduanal del proceso de importación en empresas de productos de belleza. ....	37
Conclusiones.....	39
Recomendaciones.....	41
Anexos.....	43
43	
Bibliografía.....	52

## Palabras Claves

### **Distribución:**

Resulta muy importante para garantizar las ventas de un producto, ya que no resulta suficiente con tener un artículo de calidad y a un precio competitivo. También es preciso que sea accesible para los usuarios. De ahí que haya que colocar el producto en los puntos de venta habilitados.

### **Importación:**

Según Herrera (2016) "Importación constituye la acción de introducción de la mercancía. (Casana Merino, 2017)

### **Industria:**

Se considera industria a toda aquella actividad cuya finalidad sea transformar materias primas en productos de consumo final o intermedio. La gran mayoría de movimientos industriales se engloban dentro del sector secundario.

**Cosmético:** es todo aquel producto o sustancia que se aplica de manera superficial sobre alguna parte del cuerpo con objeto de mejorar su aspecto general, apariencia, color u olor.

**Aduanas:** La autoridad nacional de frontera, su responsabilidad trasciende el rol recaudador para ser garante, asimismo, de la salud de la población y la seguridad del Estado, por cuanto en los procesos de entrada y salida de mercancía tiene el deber de requerir toda documentación y permisos que son requeridos por otras autoridades competentes, según el rubro que se trate,

siempre de acuerdo con las leyes, normas y disposiciones legales, con integridad y disposición de servicio.

**Agente Aduanero:**

El agente de aduanas es un profesional de comercio exterior altamente capacitado, que debe poseer conocimiento profundo de la normativa aduanera, así como estar al tanto de las modificaciones de las leyes y reglamentos administrativos.

## Agradecimientos

Gracias Dios por darme la fortaleza y entendimiento para lograr llegar a este gran momento de mi vida. Su amor y bondad no tienen fin y me lo demuestra cada día, me permite siempre mejorar como ser humano y crecer de diversas maneras.

A mi madre Ángela María Rodríguez Lebrón y mi abuela Natividad Lebrón del Rosario por ser las principales promotoras de mis sueños, gracias a ustedes por cada día confiar, tener paciencia, creer en mí y en mis expectativas; gracias por siempre anhelar lo mejor para mi vida y trabajar para que así sea, gracias por cada consejo; ustedes han sido el pilar de mi educación, mi crianza y mis buenos valores. Les estoy inmensamente agradecida.

A toda mi familia, por apoyarme y siempre hacerme ver que podría lograrlo.

A mi compañera de monográfico Madeline Rosario por ser parte de esta aventura, muchas gracias por aguantar mi intensidad.

A todos mis compañeros de trabajo, quienes contribuyeron a este gran logro. No puedo explicar la alegría y el privilegio de aprender muchísimo de personas apasionadas y profesionales, que de una u otra forma influyeron positivamente en mi vida profesional con su ejemplo y dedicación. Especialmente a mi equipo y a todos mis líderes.

A los señores Christian Santos y José Walterio por abrirnos las puertas y amablemente colaborarnos con este trabajo tan importante para nosotros.

A nuestros asesores, por brindarnos su conocimiento y apoyo en todo este proceso. Gracias por acompañarnos y aconsejarnos de la mejor manera.

A todas las personas que me apoyaron y me motivaron de cualquier forma, porque creyeron en la realización de mi carrera.

**Leydy Anyelina Frías Rodríguez**

## **Agradecimientos**

A **Dios**, porque es el soporte de mi vida, mi guía en cada paso que he tomado para la realización del trabajo y de la carrera.

A Rosa Dechamps mi madre, por haber sido la persona responsable de guiarme por el camino correcto para el logro de mis proyectos y por siempre tener esa palabra perfecta cuando lo necesitaba. A mis Hermanos, por siempre estar dispuestos ayudarme.

A Junior Casanova mi esposo, por ser mi apoyo en este proyecto, levantarme cuando he sido débil, por siempre estar presente y orientarme hacia el camino correcto.

A mi familia, por enfocarme en este proceso.

A mis amigas, porque han sido un gran soporte en esta etapa. Cristal, Katherine, Patricia y Sarah gracias por ir de la mano conmigo hasta el final, brindándome su apoyo incondicional.

A mi compañera de monográfico Leydy Frias, por ser el team perfecto en este proceso, no pude haber elegido una mejor persona que me complementara para el logro de este proyecto.

A mis compañeros de trabajo, que de una forma u otra influyeron positivamente en mi vida profesional con su ejemplo y dedicación.

A nuestros asesores, por brindarnos su conocimiento y apoyo en todo este proceso. Gracias por acompañarnos y aconsejarnos de la mejor manera.

**Madeline Franchesca Rosario Dechamps**

## **Dedicatorias**

A Dios, por ser mi centro de todo.

A mi madre Ángela María Rodríguez Lebrón y mi abuela Natividad Lebrón del Rosario por poner todo su empeño en mi formación como persona y profesional.

A mi familia completa, porque cada uno puso su granito de arena para que sea una realidad mi sueño.

**Leydy Anyelina Frías Rodríguez**

## **Dedicatorias**

A Dios, por ser mi Guía, por darme ese conocimiento, fe y sabiduría para lograr este proyecto.

A mi madre Rosa Dechamps, este proyecto no es solo mío sino tuyo.

A Junior Casanova, este logro es gracias a ti, te lo dedico.

**Madeline Franchesca Rosario Dechamps**

## **Introducción**

En el presente monográfico, titulado " Gestión aduanal del proceso de importación de la industria de productos de belleza", desarrollamos la cadena de suministro y los procesos de distribución de los productos de belleza en la republica dominicana. Se trata de una investigación deductiva y analítica fruto del estudio e indagación y documentación de las operaciones aduanales de acuerdo con el proceso y Tendencia en las estrategias de importación utilizadas en la industria de cosméticos en la República Dominicana. Este material está ordenado en base a tres (3) capítulos, en los cuales se aborda la problemática que dio origen a la investigación.

El capítulo I, habla sobre Las estrategias de distribución y cadena de suministro en la importación de productos de belleza en República Dominicana, continuando con las tácticas de importación utilizadas en la industria de cosméticos, destacando el objetivo del estudio que caracterizan la gestión aduanal en la industria, así como también las instituciones participantes que colaboran en los trámites aduaneros, importancia y característica de la VUCE en el país.

En el capítulo II, se presenta la Implementación del proceso de importación en la Industria de la belleza, haciendo énfasis en la Composición del mercado de productos en República Dominicana. El desarrollo actual del comportamiento del mercado, tomando en cuenta las regulaciones y procesos relevantes en la importación del producto estudiado. Puntualizamos y clasificamos los requisitos para la importación de materia prima para productos de belleza a República Dominicana.

En el Capítulo III, se representan los Resultados de la Investigación y propuestas de estrategias de implementación de manera analítica, estadística y gráfica, ajustando a la mejora para la importación de productos de belleza en la república dominicana, puntualizando el progreso del estudio realizado. Se llevó a cabo un análisis FODA para detectar las amenazas, debilidades y como se puede convertir en fortalezas y oportunidad para la industria. Resultados de la encuesta sobre el proceso de las importaciones de productos de belleza en la República Dominicana, realizada a seis (06) especialistas en importación, en el Distrito Nacional, dentro de los estos se encuentran importadores, agentes aduanales.

**Capítulo I: Las estrategias de  
distribución y cadena de suministro  
en la importación de productos de  
belleza en República Dominicana**

## **1.1 Tendencia en las estrategias de importación utilizadas en la industria de cosméticos en la República Dominicana.**

Las estrategias de exportación e importación son esenciales para el bienestar de las economías, especialmente la de los países pequeños y en vía de crecimiento que se encuentran vulnerables, República Dominicana es uno de estos, por consiguiente, la construcción de una estrategia comercial sólida es necesaria para el progreso de cualquier economía en el sistema internacional.

Los países en vía de desarrollo necesitan tecnología y financiamiento de los países desarrollados. Esta interdependencia desarrolla el comercio internacional y por tanto la inversión extranjera. Los países desarrollados usualmente realizan inversión directa a los países poco desarrollados para favorecerse de los bajos costos de producción, el mercado y las ventajas fiscales que ofrecen los países en desarrollo.

La tendencia de lo natural y sostenible en cosmética permite que los ingredientes ecológicamente sostenibles, libres de químicos y las formulaciones sustentables sean base en la que se apoya la innovación en la industria de la belleza.

La transparencia en la información de los productos cosméticos es un valor en alza a la hora de ganarse la confianza del consumidor. La industria de la belleza debe ofrecer una garantía de la sostenibilidad de sus productos; por eso, las acreditaciones en este sentido adquieren cada vez más relevancia.

De acuerdo con datos del Clúster de Belleza de República Dominicana el sector de productos de belleza genera de manera directa unos 193,500 empleos, distribuidos en 3,500 fabricantes, unos 150,000 salones de belleza y 40,000

negocios vinculados. Afirma Forbes que el sector belleza dominicana crece más o menos a un ritmo del 5% anual.

Es importante destacar que los principales productos que empresas dominicanas fabrican y distribuyen se encuentran desde maquillaje, productos capilares, cremas, lociones, polvos, y productos para manicura y pedicura.

Hasta hace varios años, más de la mitad de los fabricantes de productos de belleza (55.6%) se dedican a la fabricación de productos para el cabello; una mínima parte (5.6%) a productos cosméticos y algo más de la tercera parte (38.9%) se dedica a la distribución de los productos, más que a la fabricación en sí. Casi la mitad de estos fabricantes (44.4 por ciento) tienen más de 20 años de experiencia en el área.

## **1.2 Instituciones participantes en el proceso de importación**

En la República Dominicana se mantiene una relación dispar en el comercio exterior en debido a un mayor flujo de mercancía de importación, proceso en el cual los trámites aduaneros requieren grandes niveles de eficiencia y eficacia con el fin de que la mercancía sea entregada a los importadores en el menor tiempo posible, lo que implica la simplicidad comercial, claridad, transparencia, seguridad y mayor control en cada parte de la cadena de suministro.

El proceso de importación debe cuidarse estrechamente desde el momento de la adquisición de la mercancía o producto en el exterior; es donde inicia el proceso, hasta que el importador puede disponer de su mercancía producida o elaborada en otro país cumpliendo con las normativas legales vigentes; es donde termina.

Dentro de los actores que intervienen en el proceso de importación de mercancía o materia prima están:

### **1.2.1 Fabricante:**

Es la persona o sociedad que transforma productos sin elaborar en bienes para la venta.

### **1.2.2 Importador:**

Según expresa la Real Academia Español (RAE) es: “Que introduce en un país mercancías extranjeras”.

### **1.2.3 El transportista internacional:**

Es aquel organismo que efectúa el transporte de la mercancía de un país otro. Lo puede hacer por diferentes vías:

- **Marítimo:** Navegación por mar, ríos (fluvial) y lagos (lacustre)
- **Aéreo:** Navegación por aire.
- **Terrestre:** Vehículos proyectados para circular en tierra.

#### **1.2.4 Freight forward:**

Intermediario entre el cliente que lo contrata y los varios servicios de transportación y logística que están involucrados en que la carga llegue a su destino.

Por lo general un forwarder, investigar y planear la mejor ruta, costos, tiempos de tránsito, etc., de acuerdo con la mercancía a transportar, negocia contratos con transportes, provee documentos necesarios para el transporte, arreglan pagos y requisitos para la liberación de la carga, siempre manteniendo la comunicación y control a través de todo el viaje de la carga y asesora al cliente.

#### **1.2.5 Courier:**

Son empresas que se encargan de recibir paquetería en diferentes partes del mundo y reenviarlos hasta su destino final.

#### **1.2.6 Agente de Aduanas:**

Es el declarante que efectúa la declaración en aduana en nombre propio o la persona en cuyo nombre se realiza la declaración en aduana. Un agente de aduanas facilita la importación y exportación de mercancías, que estén sujetos a la inspección de aduanas y restricciones.

### **1.2.7 Dirección General de Aduanas**

La Dirección General de Aduanas Es la entidad del Estado que más servicios, certificaciones y autorizaciones tiene con respecto al comercio. Creada en 1953, bajo disposiciones de la Ley 67-53, es el organismo que controla las operaciones del comercio exterior en el tráfico internacional y cobro de los impuestos por entrada o salida de mercancías.

### **1.2.8 Ministerio de Agricultura**

Para el comercio exterior y gestión de autorizaciones funciona con dos dependencias: Sanidad Vegetal y Sanidad Animal. Este ministerio tiene un portal virtual en donde la data de todos los servicios que brindan. Entre los servicios vinculan están:

- Autorización y Liberalización de productos agrícolas
- Certificado de Sanidad Vegetal
- Certificado Fitosanitario de exportación
- Permiso para importación de vegetales
- Permiso sanitario de importación

También existen otros como el CEI-RD, DNI, DNCD, Ministerio de Salud Pública; entre otras entidades que forman parte del proceso.

Cada uno de estos actores, juegan un rol importante en el proceso de la Cadena Logística porque permiten facilitar y controlar el flujo de mercancías, que se transportan en cada uno de los medios de transporte.

### **1.3 Importancia y características de la Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE)**

La Ventanilla Única de Comercio Exterior (VUCE) es una iniciativa de facilitación de comercio, con el objetivo de agilizar los trámites requeridos para realizar los procesos pertinentes a la importación y exportación de mercancías, mediante la armonización de procesos y la incorporación de tecnologías de la información

Como resultado del “Convenio De Colaboración Interinstitucional” firmado el 23 de marzo del 2010; “El diseño de la plataforma base para la implementación de un sistema integral de ventanilla única en la República Dominicana, mecanismo que facilita y permite estandarizar y armonizar los procedimientos de comercio los flujos de información relacionados con el movimiento de bienes en el comercio internacional; y el cumplimiento de los convenios, acuerdos y normas internacionales”. Por lo cual podemos contar con esta gran facilidad.

La Ventanilla Única es un proceso ejecutado a través de la herramienta SIGA informática donde los diversos actores que intervienen en la cadena logística pueden acceder.

El Centro de Facilitación de Comercio y Comercio Electrónico de las Naciones Unidas (UN/ CEFAC), (2005), detalla de la siguiente manera la VUCE: “Es una herramienta que permite a las partes involucradas en el comercio y transporte, presentar información y documentos estandarizados a través de un

único punto de entrada con el objeto de cumplir con todos los trámites relacionados con las operaciones de exportación, importación y tránsito y, en la cual, la información se debería presentar una sola vez, preferiblemente en formato electrónico”.

También podemos citar el Decreto 470-14, de 12 de diciembre, en su Artículo 1 el cual afirma que, la VUCE: “Consiste en una herramienta de servicio que permite a las partes involucradas en el comercio internacional presentar en un único sitio virtual, una única vez y de manera electrónica, la información y documentos necesarios para realizar las operaciones de importación, exportación y tránsito internacional de mercancías.”

De todo lo citado anteriormente podemos afirmar que la ventanilla única es vista como como instrumento facilitador del manejo concerniente al comercio exterior, pero no solo circunscrita al aspecto de información, sino también a la transformación de estructuras y políticas institucionales que obtendrían como fruto la simplificación, facilitación, control y transparencia permitiendo una solución integrada de servicio con efecto positivo para el usuario.

La importancia de la VUCE para el desarrollo económico se pueden resumir en la facilidad con las que se realizan las negociaciones internacionales, porque la herramienta cumple con varios propósitos significativos , además de simplificar los procesos requeridos por instituciones aduaneras, a la misma vez, provee la facilitación y transparencia que necesita manejar el operador del sector privado, para poder llevar a cabo la gestión de los permisos y las licencias y, en donde también posteriormente se podrá dar seguimiento a los procesos de sus exportaciones e importaciones. (Trinidad, 2015). El sistema es un favorecedor para poder reducir los costos que intervienen en el proceso y las transacciones porque los engloba, no conformándonos con esto también es un punto importante

para tratar que en el mismo podemos consultar el sistema de análisis de riesgo que mejora el control dentro el comercio exterior.

Según el Director de Aduanas Enrique Ramírez Paniagua, la meta es que al 2020 todas las instituciones públicas que brindan servicios a terceros realicen sus procesos a través de esta herramienta y es por esto por lo que Aduanas está trabajando simultáneamente con los ministerios de Industria y Comercio, Salud Pública, Obras Públicas y Medio Ambiente para que pronto esto sea una realidad.

Todo esto permite que las empresas de productos de belleza tengan la posibilidad de importar materia prima, tener mejores precios gracias a las oportunidades que les brinda la comercialización internacional tener un solo lugar donde se pueda hacer cada proceso requerido y contar con organismos que le permitan realizar un proceso transparente y ágil.

## 1.4 Gestión logística del producto “Stoken Gold”

### 1.4.1 El producto



Fuente: La empresa Caribbean Products by LA SRL

Stoken Gold es un tratamiento de coloración realizado en base a una fórmula de color semipermanente diseñado para proporcionar tonalidades de forma natural; es de fácil aplicación y sin contenido de peróxido ni amoníaco. Permite un tratamiento de brillo con color que no daña el cabello, intensifica la capacidad del cabello de reflejar la luz, lo fortalece, lo hidrata y lo protege de los rayos UV brinda un color brillante y traslúcido significa un cabello de aspecto más sano y fuerte. La línea de productos es fabricada en República Dominicana, existente desde hace décadas en el mercado local e internacional. Es la marca estrella de semipermanentes comúnmente conocidos como “cellophanes” de la empresa Caribbean Products by LA SRL.

Es un tratamiento que se mantiene a la vanguardia de la coloración semipermanente y brillo disponible en 11 tonos (más el Clear). Inspirado en los

colores naturales y vibrantes tiene una revolucionaria fórmula que fortalece el cabello, mantiene su humedad y potencia el brillo de cada cabello con un color de aspecto natural y translúcido. El cabello queda cubierto con un color brillante y transparente y un precioso brillo hasta cuatro semanas. Es un producto que sirve tanto para el cabello natural o procesado que necesite una mejora instantánea.

Dentro de los compuestos químicos que son parte del mismo están los siguientes:

Agua, goma de xantano, propilenglicol, fenoxietanol, hidroxietilcelulosa, ácido cítrico, metilparabeno, benzofenona-4, glioxal, más la composición de los colores.

Podemos señalar los beneficios del producto:

- Es la solución semipermanente perfecta para todo tipo de cabello.
- Para retoques de cualquier color permanente entre tratamientos.
- Acentúa el color de cada tono.
- Un matizado y acabado de color perfecto para el cabello aclarado o con mechas.
- Revitaliza el color y acondiciona después de servicios de permanente o de alisado.

### **1.4.2 La empresa**

*Caribbean Products by LA SRL* es una organización dedicada por décadas a la fabricación y distribución de todo tipo de productos cosméticos y cuidado personal. Es parte del grupo empresarial G L A. Nace como fruto de una nueva filosofía de estar a la vanguardia y acorde a las innovaciones de la cosmetología

moderna. Brindar productos de excelente calidad para el cuidado y embellecimiento es uno de sus pilares.

Forman una parte importante de la industria de productos de belleza de República Dominicana. Su gran calidad los ha llevado a convertirse en una de las compañías cosméticas de mayor predilección en la República Dominicana y les ha permitido extenderse con exportaciones a Panamá y Curazao, sus productos evidencian la efectividad que ejercen sus elementos en cada una de las áreas para las que se elaboran concediendo resultados favorables.

Las diferentes marcas de los productos de belleza están elaboradas para satisfacer todas las necesidades de la mujer con un tipo de pelo tropicalizado, y son elaboradas bajo altos estándares de calidad y supervisión. Cuentan con 6 marcas y 38 productos diferentes todos fabricados con productos importados pero adquiridos directamente en el país; importados por otra empresa.

### **1.4.3 La industria**

Según El dinero (2018), “el sector de los cosméticos genera 193,500 empleos directos e indirectos y en el mercado local se consume el 75% de los productos dominicanos que se comercializan, a pesar de que estos artículos solo representan el 25% en los stands de las tiendas y supermercados” esto abre posibilidad de aumentar las ventas en el mercado nacional y poder optar por ampliación del mismo en el comercio exterior.

La industria de la belleza en la República Dominicana se encuentra inmersa en un proceso de desarrollo constante, es considerada como un sector que cuenta con un importante potencial de crecimiento, pero, enfrenta algunos obstáculos,

como lo son los pagos tributarios altos, elevados costos de electricidad, el difícil acceso al crédito y que debido a las regulaciones nacionales se requieren grandes inversiones y regularmente se retrasan las exportaciones.

Existen numerosos ejemplos de investigaciones que afirman que pesar de la desaceleración de la economía mundial (especialmente de países emergentes), la demanda del sector es dinámica. El primer ejemplo es un estudio realizado por (Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial - ONUDI) (Ayala, 2018)) en el que se manifiesta que “El comercio mundial de cosméticos aumentó \$ USD 13,243.9 millones entre 2013 y 2017. Es importante destacar que en 2013 contaba con un valor de \$USD 80,917.2 millones y en 2017 se evidenciaron \$ USD 94,161.2 millones. La demanda del sector crece aproximadamente al 3.9% por año. (Comercio, 2018)

Del Río (2018) ha señalado que “El sector seguirá creciendo ante el aumento de la clase media, el auge del cuidado personal y el incremento de la presencia femenina en el mundo laboral. La innovación juega un importante papel. Productos naturales e innovadores que protejan del sol pueden tener una gran oportunidad.”

#### **1.4.4 Gestión logística de “Stoken Gold”**

Para facilitar las inversiones e ingresar en nuevos mercados, la optimización de la cadena de suministro internacional, desde el aprovisionamiento a los centros de producción, hasta la distribución final de los productos acabados, es esencial para el éxito y la y eficientización de costos.

Para una correcta gestión logística del producto se requiere tener el control de los siguientes procesos de la línea de producción:

- Análisis de los flujos basándose en la estacionalidad, en la localización de los proveedores y en el tipo y el volumen de los suministros.
- Organización y optimización de las recogidas nacionales e internacionales: gracias a los servicios de gestión de aduanas y representación fiscal, a la fiabilidad de los flujos y a los servicios de emergencia continuos.
- Almacenamiento intermedio con servicios de valor añadido: inspección de calidad, servicio de re-embalaje, preparación de pedidos o posproducción.
- Servicios para la distribución del producto final.

Según pudimos observar en la empresa, la gestión de inventario y preparación de pedidos es lenta debido a que la organización de entregas es deficiente, se retrasa debido a una planificación interna defectuosa. Los clientes tienden a forjarse unas perspectivas que, si no se cumplen, causan malestar y decepción. Prometer más de lo que se puede dar es un grave error. Si la infraestructura interna sólo es capaz de tener un pedido listo en una semana, es una mala idea ofertar una entrega en 48 horas

## **Capítulo II: Composición del mercado de productos de belleza en República Dominicana**

## **2.1 Composición del mercado de productos de belleza en República Dominicana.**

La inclinación del mercado en los productos de belleza se ha desarrollado favorablemente a lo largo del tiempo, en el capítulo I se desarrolló el tema de las tendencias, de que busca el consumidor en el producto de belleza, la transparencia de los mismos hace que obtenga mayor visibilidad, mayor consumo dentro del mercado. El mismo varía constantemente según las tendencias del momento. Estamos en la era de lo natural.

Actualmente los consumidores desean productos orgánicos, naturales, locales. ¿Por qué? Esa es la corriente del comercio. Si es posible utilizar los productos agrícolas hay que explotarlos y darlos a conocer, para concientizar a los importadores y ayudar a los productores locales.

Según el estudio de composición de mercado del sector de belleza realizado por la empresa “euromonitor “en el año (2016), “la composición del mercado fue de 450.941.594€, un 0,363% superior a 2015. Si se toma en cuenta el valor en pesos, el mercado creció el 2,5% de 2015 a 2016, debido a la depreciación de la moneda. El 51,7%, corresponde a producción local”.

Esto quiere decir que este Mercado está lleno de oportunidades que hay que tomar, una es la falta de crecimiento e innovación, pero no es imposible. Debido a la singularidad cultural del cuidado e higiene diario de los dominicanos. El público objetivo del producto “Stoken Gold” está dirigido a mujeres que deseen lucir un pelo saludable, está fabricado para niños y adultos.

## **2.2 Regulaciones y aspectos relevantes del proceso de importación en una empresa de belleza.**

Los cosméticos a nivel mundial son anticrisis según la revista “VOGUE” Portafolio; Bogotá (Oct 30, 2014). Ni siquiera en los momentos más duros la industria de belleza ha decrecido. Este párrafo nos indica que la cultura de la belleza cruza las barreras de la economía, el consumidor constantemente está buscando nuevos productos no importa el precio siempre y cuando tenga calidad o la marca ya tenga la reputación de boca en boca. (Iglesias, 2014)

Según el artículo 109. De la ley 42-01, ley general de la salud dice que los productos de belleza entran a la supervisión de la secretaria de estado de salud pública y asistencia social. Quiere decir que el control sanitario, el proceso de importación y exportación, la evaluación y publicidad se encuentran bajo el capítulo I de la presente ley.

Para la importación de cosméticos se exige la presentación del certificado de origen, el que deberá estar autorizado, junto a la factura comercial, por el ministerio de salud pública y asistencia social, conforme prevé la ley 42-01, del 08 de marzo del 2001.

De las competencia y sanciones para aplicarlas, según el artículo 153 Se consideran violaciones a la ley y serían sancionadas con multas que oscilaran entre uno o diez veces el salario mínimo nacional establecido por la autoridad legalmente competente para ello o por la ley por lo siguiente:

Negativa de los encargados de establecimientos o empresas destinadas a la fabricación, distribución, comercio o cualquier otra operación relativa a cosméticos, productos de higiene personal o del hogar, sustancias tóxicas. A permitir a libre acceso a los empleados de la SESPAS (Ministerio de Salud

Pública) debidamente autorizados, a los locales de trabajos con los fines de realizar inspecciones o tomar muestras de los productos.

### **2.3 Requisitos para la importación de materia prima para productos de belleza en la República Dominicana**

Acorde a la entrevista realizada a un agente aduanero cuyo nombre omitimos a su solicitud, nos mostró el paso a paso de los requisitos para la importación de materia prima de productos de belleza en República Dominicana se detalla a continuación: (Anónimo, 2019)

1. Solicitar el Token y registrarlo en la Consultoría Jurídica de la Dirección General de Aduanas (DGA) y luego acceder al sistema automatizado.

2. De forma virtual se puede realizar la declaración aduanera anticipada o definitiva.

2. Luego del registro: el importador, representante o agente de aduanas, puede declarar la mercancía en el formulario No. 003-2007, Declaración Única Aduanera (DUA), el cual tiene un costo de RD\$100.00, y debe ser llenado vía web. Se genera una factura la cual se paga directamente en Aduanas. (Servicios, 2015)

3. Comprar la mercancía en el exterior.

4. Sacar una visa a ese producto

5. Llamar a la naviera para coordinar hacia qué destino iría la materia prima

6. Se realiza el embarque al destino trazado anteriormente

7. Cuando llega al país, a través del "SIGA" automáticamente te enteras cual es la ubicación de la mercancía

8. La naviera presenta que aduanas tiene el contenedor en custodia

El barco suministra el B/L (Bill of landing- B/L), para el transporte marítimo y guía aérea (Air Way Bill –W/B) en el caso de transporte aéreo, al igual que la carta de porte para el transporte terrestre en conjunto con el documento de importación y factura. El cimiento para completar los datos del Manifiesto de Carga, donde el agente marítimo o aéreo detalla las informaciones registradas de las mercancías a ser transportada hasta el lugar destinado.

9. Se completa un documento llamado DUBA

9. Se declara y se coloca el código arancelario que lleva su valor.

10. Luego que se presenta el documento anterior, pasa el proceso de verificación en Aduanas

11. Se otorga la fecha y valor de pago para embarcar

12. Si lleva gravamen, le corresponde ITBIS. Se paga y se retira la mercancía.

## **Capítulo III: Resultados de la Investigación y propuestas de estrategia de implementación**

### 3.1. Resultados de la investigación de campo

En la industria de la belleza podemos encontrar e identificar muchas oportunidades, para la mejora del mercado podemos tomar en cuenta que la misma se encuentra en crecimiento. Según la investigación realizada, a través de las encuestas realizadas, el principal consumidor del producto “Stoken Gold” es la población femenina de clase media, no obstante, el segmento de mercado de hombres para el producto se encuentra en franco crecimiento y algunos expresan que están dispuestos a adquirirlo.

La característica que motiva a los consumidores es la apariencia, el sentirse bien llenando las expectativas con bajo costo y calidad. Las mismas han generado un aumento de demanda en el consumo. La inclinación del consumidor se encuentra dirigida a productos orgánicos y empacados en envases amigables con el medio ambiente. Actualmente existe un enfoque en la tendencia enfocada al pelo rizado con un aspecto natural.

Para realizar una evaluación correspondiente a la situación que lleva esta empresa de productos de belleza en su proceso de compras haremos uso de la entrevista con el fin obtener de la fuente de primera mano las informaciones correspondientes.

En palabras del director de compras de la compañía el señor Christian Santos “La estrategia de negocio está basada en la tranquilidad del cliente, la capacidad de respuesta que puede tener a la hora de honrar sus compromisos y los precios asequibles”. (Santos, 2019)

También se le preguntó si pertenecían a alguna asociación o al Clúster Dominicano de Productos de Belleza, a lo cual respondieron que no por el momento, aunque no descartan la posibilidad en un futuro cercano.

Afirma que “las quejas más comunes que reciben son por el tiempo de entrega, puesto que en algunas oportunidades se presentan retrasos en la cadena de suministro básicamente por retrasos del proveedor; si se retrasa un pedido de materia prima el cliente percibe la demora y esto produce el mismo no quede satisfecho. Además, han presentado inconvenientes en las entregas debido a que, a nivel nacional, fuera de Santo Domingo las entregas se realizan por rutas y en el proceso de entrega a un cliente se retrasa la misma provocando que todos los demás clientes incluidos en la ruta sufran retrasos en sus pedidos”. (Santos, 2019)

La nave de la empresa está ubicada en la calle Doctor Betances número 162 de Villa María y por esta posición las entregas están planificadas de la siguiente manera:

Zona	Tiempo de entrega
Santo Domingo	De 24 a 48 horas
Zona Este	48 horas
Zona Sur	De 72 a 96 horas
Cibao	De 72 a 96 horas

Le preguntamos si no poseen sucursales a los que nos informan que no, debido a que las entregas se realizan directamente a los clientes y por el momento no se han visto en la necesidad de abrir nuevas sucursales.

Cuando cuestionamos sobre el suministro de mercancía nos expresa que “Poseen 5 suplidores entre productos químicos y empaques” (Santos, 2019), lo que les hace depender de otras organizaciones para obtener sus insumos en ocasiones esto les retrasa.

Hablamos de los permisos que necesitan para operar y nos expresa lo siguiente:

1. Registro Sanitario.
2. Permisos de Laboratorios.
3. Control de suelos (Medio ambiente)

En la visita realizada a la empresa, el señor Santos nos comparte parte de los volúmenes aproximados mensuales manejados por la misma, citamos: (Santos, 2019)

Producto	Unidades
Cellophanes	30,000
Gotas de brillo	12,000
Shampoo	10,000
Esmaltes	5,500
Tratamientos	2,500

En la entrevista realizada al señor José Walterio quien es ejecutivo de compras de la compañía, expresa lo siguiente: “Actualmente se realizan compras locales, aunque todos los insumos que utilizamos son importados, pero por nuestros suplidores que fungen como intermediarios.” (Walterio, 2019)

La opinión del (Walterio, 2019) es que “Los productos locales son buenos, pero como todo en dominicana no nos garantizan la homogeneidad al producto y esto incide directamente en la calidad. Como manejamos una marca con más de 30 años en el mercado nos mantenemos con los estándares internacionales”.

En respuesta a la pregunta: *¿En algún momento han tenido intención de importar por vía propia su materia prima?* (Walterio, 2019) Expresa lo siguiente: “Claro, anteriormente en algunas ocasiones tuvimos la intención de hacerlo por la rentabilidad e incremento de utilidades, pero no se concretizó.”

En respuesta a la pregunta *¿Qué les ha impedido comprar el exterior e importar?* El señor José responde: “Cambios generacionales y negociaciones internas de accionistas, falta de asesoría y la merma de algunos suplidores extranjeros.”

Sobre si han realizado comparativas en costos de comprar la mercancía ya importada a República Dominicana o comprarla directamente a suplidores en el exterior, el señor (Walterio, 2019) responde que “Actualmente se encuentran en la búsqueda ardua de información para poder realizar el ejercicio económico que les permita cuantificar. Tratan de ser lo más rentables posibles, y consideran que la inversión inicial no les ha salido conveniente con relación al insumo”.

La compañía porta tímidamente debido a modificaciones en la planta. Se están preparando para abrirse en más mercados extranjeros y desean evitar el temor de quedarse cortos a la hora de satisfacer el mercado que es extenso.

Tienen exportando más de 20 años. En los últimos años el mercado ha estado en descenso por cambios naturales del mismo.

La compañía importa a Estados Unidos, Panamá, Curazao, Saint Marteen y Haití.

### 3.1.2 Encuesta

En esta sección se presenta una encuesta realizada a usuarios y posibles usuarios donde podemos evidenciar como se relaciona el manejo de los productos en la fabricación con la percepción del usuario del producto.

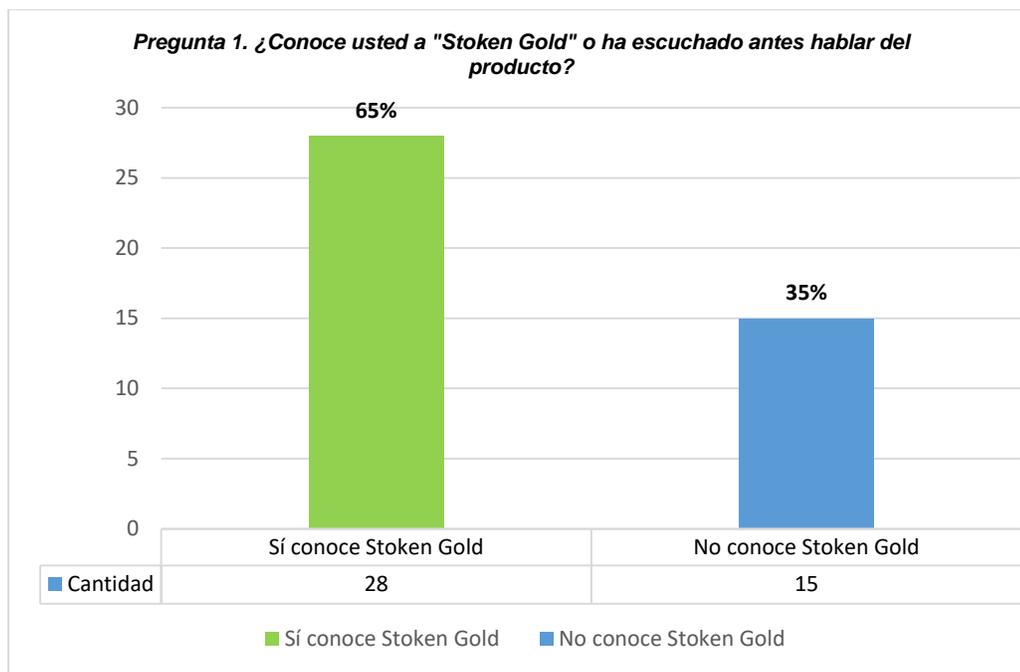
La misma puede visualizarse a través del acceso directo <https://www.onlineencuesta.com/s/030c5d0> .

Fueron enviadas las encuestas a 150 personas de las cuales respondieron 43 lo que nos muestra una efectividad de 29%. En la misma se realizaron 6 preguntas en total, de las cuales 3 está condicionadas a la pregunta número 1. Detallaremos los datos a continuación:

#### Pregunta 1.

*¿Conoce usted a "Stoken Gold" o ha escuchado antes hablar del producto?*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Sí	28	65%
No	15	35%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>



## Pregunta 2.

A las 28 personas encuestadas que respondieron que sí, le realizamos la siguiente pregunta:

*¿Has utilizado el producto?*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Sí	12	42%
No	16	58%
<b>Total</b>	<b>28</b>	<b>100%</b>



**Pregunta 3.**

A las 15 personas encuestadas que respondieron que no, le realizamos la siguiente pregunta:

*¿Está interesado en utilizar el producto?*

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Sí	9	60%
No	6	40%
<b>Total</b>	<b>15</b>	<b>100%</b>

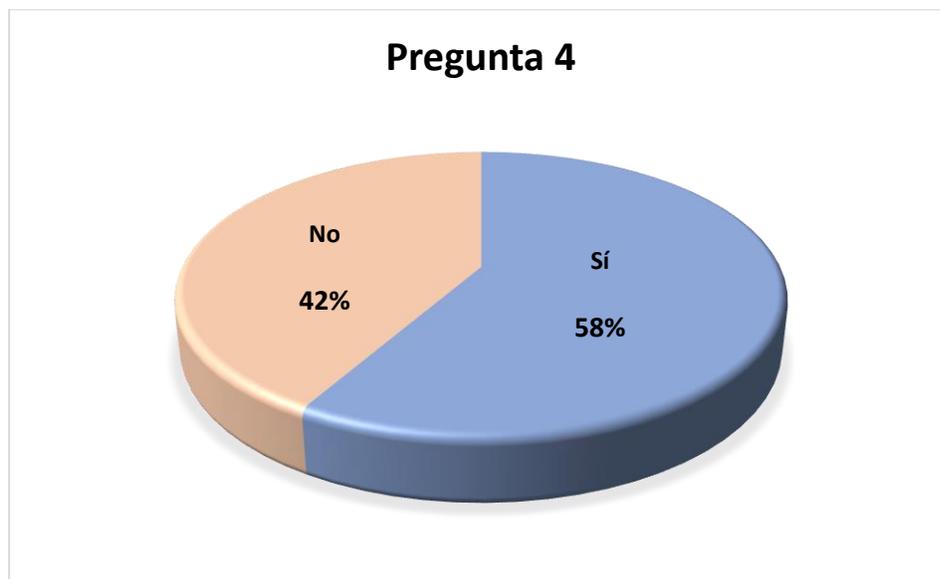


**Pregunta 4.**

A las 12 personas encuestadas que respondieron que sí a la pregunta número 2, le realizamos la siguiente pregunta:

*¿Considera usted que la disponibilidad del producto es correcta? o sea, ¿siempre que lo busca lo encuentra?*

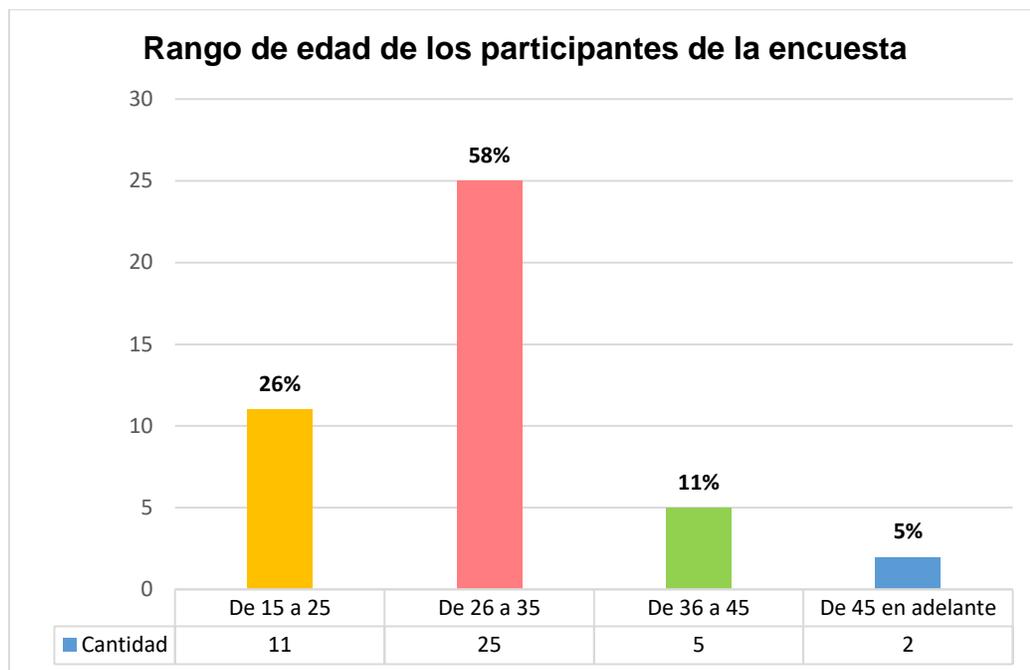
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Sí	7	58%
No	5	42%
<b>Total</b>	<b>12</b>	<b>100%</b>



**Pregunta 5.**

Preguntamos la edad a los participantes y los resultados son los siguientes:

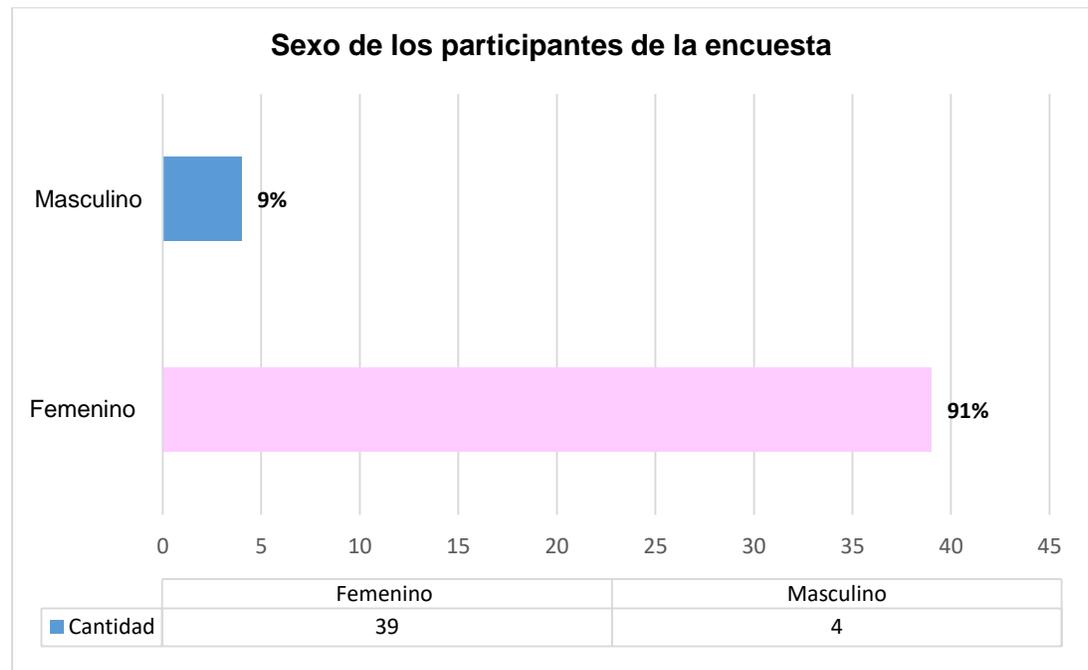
Alternativas	Cantidad	Porcentaje
De 15 a 25	11	26%
De 26 a 35	25	58%
De 36 a 45	5	11%
De 45 en adelante	2	5%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>



### Pregunta 6.

Preguntamos el sexo a los participantes y los resultados son los siguientes:

Alternativas	Cantidad	Porcentaje
Femenino	39	91%
Masculino	4	9%
<b>Total</b>	<b>43</b>	<b>100%</b>



### 3.2. Análisis FODA

A continuación, presentamos un análisis de Fortalezas, Debilidades, Oportunidades y Amenazas basado en la investigación realizada con relación a la importación de productos de belleza en la Republica Dominicana, teniendo en cuenta las diferentes gestiones que se realiza y todos los pasos a seguir desde la compra de materia prima para utilizarla en la elaboración del producto hasta su paso final bajo su responsabilidad que es la entrega al cliente. Los resultados obtenidos en este análisis es el siguiente:

### 3.2.1 Fortalezas

3.2.1.1 Productos locales orgánicos.
3.2.1.2 Elevada conformidad de los usuarios.
3.2.1.3 Claridad en la composición de los productos.
3.2.1.4 Transparencia y exactitud en las regulaciones del proceso de importación.
3.2.1.5 Comodidad al monitorear los procesos.
3.2.1.6 Alta condiciones de competitividad.
3.2.1.7 Facilidad de uso de plataformas tecnológicas.
3.2.1.8 Disponibilidad de portal web a propio.
3.2.1.9 Contacto cercano con los clientes.

### 3.2.2 Debilidades:

3.2.2.1 Falta de promoción mediante ferias.
El 94% de los consumidores de bajo poder adquisitivo utiliza productos dominicanos, según la investigación (Sánchez-Matamoros, . El sector de la cosmética en la República Dominicana, de Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo, 2018).
3.2.2.2 Poca capacidad del manejo de las importaciones de cosméticos en la República Dominicana.
3.2.2.3. No aprovechan al máximo los productos locales de alta calidad.
3.2.2.4. Baja investigación & desarrollo
3.2.2.5. No posee inteligencia comercial
3.2.2.6. Bajo conocimiento de los recursos de medios digitales.
3.2.2.7. Oposición a la innovación de los productos.
3.2.2.8. Costos logísticos en la cadena de suministros.
3.2.2.9. Monitoreo de la falsificación de productos de belleza.
3.2.2.10. Actualización de los laboratorios tecnológicos.

### 3.2.3 Oportunidades:

3.2.3.1. Motivar a los comercializadores y promotores de productos de belleza.
3.2.3.2. Cercanía en la Industria de belleza.
3.2.3.3. Facilidad de transporte terrestre.
3.2.3.4. Productos e ingredientes naturales.
3.2.3.5. Centros logísticos de Innovación & Desarrollo.
3.2.3.6. Estudio de la Investigación & desarrollo orientada a las aplicaciones tecnológicas.
3.2.3.7. Motivar a la formalización de los comerciantes que no se han integrado a la industria de cosméticos.
3.2.3.8. Expansión de canales.
3.2.3.9. Obtener beneficios de competitividad del modelo VUCE.
3.2.3.10. Incentivar a la industria de utilizar la herramienta VUCE
3.2.3.11. Mantenimiento de las herramientas de formación y transferencia de datos entre las agencias aduaneras y los centros logísticos.
3.2.3.12. Disponibilidad continua de las materias primas.

### 3.2.4 Amenazas:

3.2.4.1 Resistencia de la industria al cambio hacia la innovación de la gestión aduanal.
3.2.4.2 Fraude electrónico arancelario.
3.2.4.3 Tiempo de duración en los trámites de materia prima.
3.2.4.4 Regulaciones estrictas para los insumos utilizados.
3.2.4.5 Institucionalidad no especializada.

### 3.3. Estrategia efectiva para la implementación de la gestión aduanal del proceso de importación en empresas de productos de belleza.

A raíz del análisis de los datos obtenidos de las diferentes fuentes consultadas: estudios, informes, estadísticas, libros, entrevistas a las partes involucradas y encuesta. Hemos realizado una serie de estrategias que pueden mejorar la cadena de suministro para que la empresa sea más competitiva frente a los cambios que afectan el mercado. Dichas estrategias se ven podrán ver evidenciadas a continuación:

#### Situación 1:

Mejorar las rutas de entregas

**Importancia:**

En la planeación y organización radica el éxito. Si se realiza en análisis de tiempo y se establece una metodología de mejorar entregas podrían evitarse tardanzas y malentendidos. Si esto sucede se incrementa la satisfacción de los clientes.

**Situación 2:**

Capacitar a los empleados que realizan la distribución y transportación y de la mercancía y materiales.

**Importancia:****Importancia:**

Los empleados bien preparados no cometen errores, están más satisfechos e invirtiendo en su capacitación se puede ahorrar gran cantidad de dinero. Basado en esto se provee un mejor servicio, es necesario crear conciencia para que los empleados se sientan más identificados con la compañía.

**Situación 3:**

Iniciar las negociaciones que están en el exterior para poder implementar el proceso de información y garantizar que sea tan efectivo como el de exportación actualmente en la compañía.

**Importancia:**

Las empresas que no necesitan intermediarios deficientes en su cadena de suministro poseen el control de sus procesos garantizando así la rentabilidad y el buen manejo.

## Conclusiones

Los consumidores de la industria de belleza gracias a su crecimiento en el mercado y demanda transforman al producto y lo dinamiza, “Stoken Gold” se debe explotar un poquito más, la importancia en aduanas es cada vez mayor diariamente más importadores se interesan en ello. Los consumidores leales vía página web o comentarios de boca a boca sin darse cuenta agregan valor al producto “Stoken Gold”. La apariencia y el bienestar que tiene el consumidor es la satisfacción que se lleva la industria, donde la población femenina es el consumidor protagónico.

La tranquilidad de la empresa es la confianza que brinda el cliente, la capacidad de respuesta que ofrece rápida y coherente inspira confianza y seguridad para el comprador. Lo más importante honrar los compromisos y los precios asequibles son las prioridades de “Stoken Gold”.

En República Dominicana “Stoken Gold” es un producto que está posicionado en la clase media, líder en la zona Santo domingo dentro de sus competidores. El mercado local consume el 75% de los productos dominicanos que se comercializan, a pesar de que solo ocupan el 25% en los lineales de las tiendas y supermercados. Se puede Realizar un lanzamiento publicitario para mercadear el producto.

Esto es producto a las debilidades de la industria que deben de mejorar, la competitividad del mercado de cosmético debe impulsar el crecimiento de la productividad laboral, realizar mejoras a la infraestructura e inyectar la parte tecnológica, así como fortalecer en la institución el régimen de aseguramiento de calidad de los productos.

Consideramos que el producto "Stoken Gold" debe de mercadearse masivamente en la Republica Dominicana, con una nueva presentación que contenga una imagen fresca, que sea lo primero que les llega a la mente a los consumidores.

## Recomendaciones

Incorporación al Clúster de belleza debido a que esto podría impulsar la cadena de suministro y generar mejores ganancias además de la seguridad donde existe un apoyo entre todos lo que conforman el sector para que este pueda crecer y convertirse en el principal suplidor en la industria de cosméticos.

Aprovechamiento de la ventanilla única de comercio exterior para la simplificación de sus procesos aduanales. Con esto nos referimos a que si la empresa logra implementar este proceso al importar la materia prima o el producto se podría reducir significativamente los trámites.

Mejorar la gestión de inventario de los productos y preparación de pedidos debido a que es lenta y deficiente y afecta la forma de cómo percibe el cliente a la empresa.

Diseñar productos destinados especialmente para los hombres ya que se encuentran cada vez más interesados en su belleza, salud y bienestar. Consideramos que es un público que la empresa debe de adquirir y satisfacer.

Necesitan fortalecer la presencia en canales electrónicos, manteniendo informaciones actualizadas. Deben crear una página web y tener dominio de correos. Esto dificulta a los usuarios interesados buscar más a fondo informaciones de la misma y de sus productos además que a clientes nuevos les brinda seguridad.

Digitalizar toda la documentación de la empresa, especialmente los controles de despacho de mercancías. Especialmente a las gestiones, trámites y demás operaciones que se efectúan ante la aduana en relación con las importaciones y exportaciones del producto "Stoken Gold".

Supervisar más de cerca a los encargados del centro logístico especialmente los que cargan los transportes y lo que llevan la mercancía a su destino final.

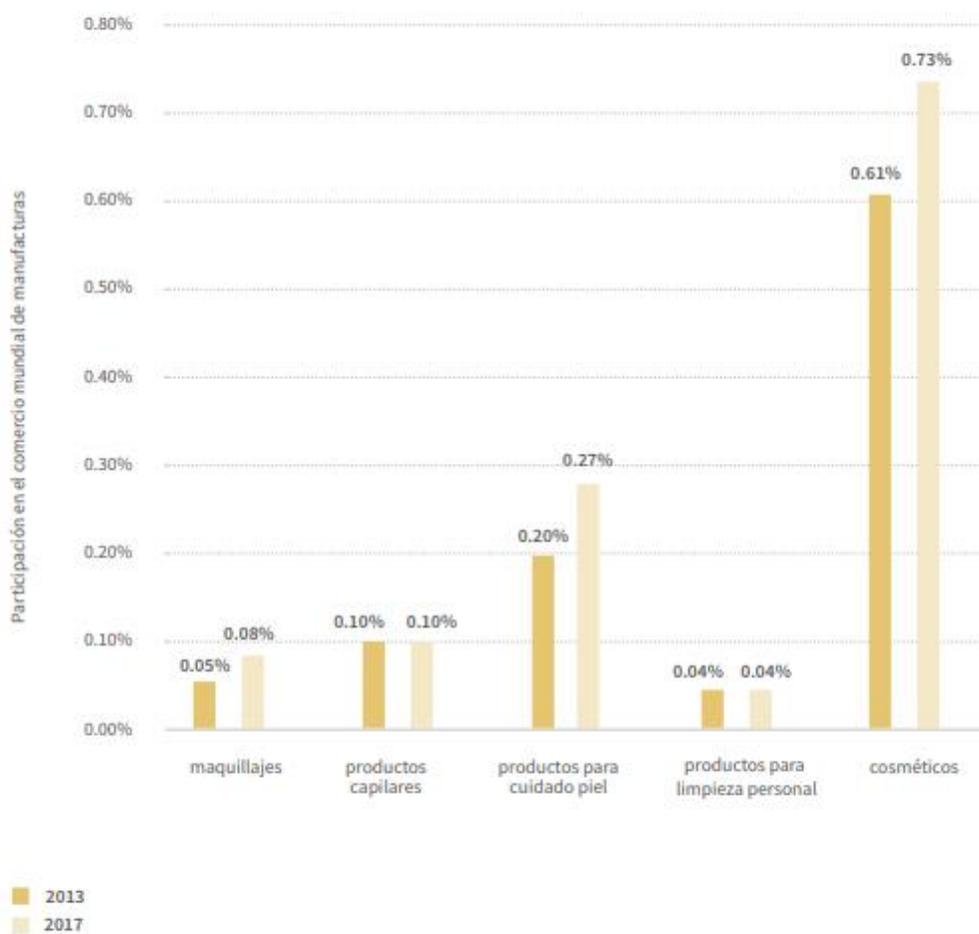
Modernizar la nave y lograr descuentos en equipos y materiales, así como capacitaciones a los vendedores, Para que los mismos sepan acerca de la competencia y les aseguren a los potenciales clientes que el producto es de calidad.

Promover la creación de nuevas estrategias de Innovación y Desarrollo tecnológica, Para innovar la empresa debe introducir algo nuevo, crear nuevos conceptos e ideas que originen nuevos procesos, productos, servicios y estrategias para la gestión de la empresa. En este sentido, la innovación es la creatividad puesta en práctica, crear nuevas ideas y llevar éstas al campo de la acción, de la producción.

Crear e implementar un manual de procesos para la manipulación, carga y manejo de mercancía con el fin de guiarse y que toda la compañía pueda consultar. Esto ayuda a la empresa a estar estandarizada y los empleados se rijan de ello.

## Anexos

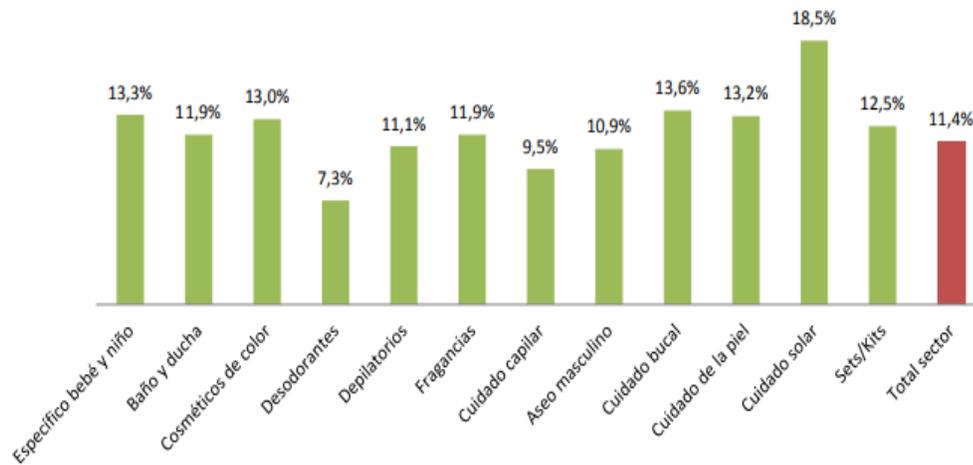
### Importancia de productos cosméticos en el comercio mundial de manufacturas, 2013-2017



**Nota:** Las barras del extremo derecho muestran la importancia de todos los segmentos del subsector de cosméticos, no solo de los grupos que se encuentran en el gráfico, sino también de perfumes y productos para la higiene oral.

**Fuente:** Análisis de la competitividad del sector de cosméticos e ingredientes naturales, de Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial - ONUDI

PREVISIÓN DE CRECIMIENTO POR CATEGORÍA DURANTE 2016/2021



**Fuente:** Joaquín del Río Sánchez-Matamoros. (2018). El sector de la cosmética en la República Dominicana, de Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo





**STOKEN.**

CON MÁS DE 25 AÑOS EN EL MERCADO DE LA COSMÉTICA CAPILAR, NUESTRA MARCA SE HA CONVERTIDO EN LÍDER A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.

HOY CONTAMOS CON UN AMPLIO ABANICO DE PRODUCTOS RECONOCIDOS POR SU CALIDAD.

## LÍNEA CAVIAR STOKEN.



REGULA EL ENCRESPADO DEL CABELLO EN CADA LAVADA

### TRATAMIENTO PROFUNDO

Esta innovadora fórmula elaborada a base de nutrientes y vitaminas, minerales y proteínas, que revitalizan, regeneran y nutren las hebras de raíz a punta, penetrando en la cutícula del cabello acumulando resistencia desde el interior, formando una película. Que refuerzan que lubrican y protegen la superficie del cabello.

### SHAMPOO RECONSTRUCTOR

Fórmula profesional balanceada con polímeros catiónicos acondicionadores, con protector térmico para proteger la fibra capilar del calor del blowdry y del rizado ultra violento, proporciona suavidad y sedosidad, reduciendo el frizz. Este producto está elaborado para todo tipo de cabello. Tanto alto como lacio.

### LEAVEN- IN

Fórmula profesional elaborada a base de proteínas, vitaminas y elementos acondicionadores, con protector térmico para proteger la fibra capilar del calor del blowdry y del rizado ultra violento, proporciona suavidad y sedosidad, reduciendo el frizz. Este producto está elaborado para todo tipo de cabello. Tanto alto como lacio.

### GOTAS DE BRILLO

Muñoz de siliconas, aceites acondicionadores y fragancias que proporcionan brillo, sedosidad y forma al cabello a instante.



## TRATAMIENTO STOKEN.

### ICE GEL ANALGÉSICO

Fórmula innovadora elaborada para proporcionar alivio rápido contra los dolores musculares y de las articulaciones del cuerpo, no contiene grasas ni colorantes que pueda manchar tu ropa.

### TRATAMIENTO PROFUNDO TODO EN UNO

Tratamiento profundo elaborado con los más finos ingredientes para el cuidado de su cabello. Enriquecido con aceites naturales, proteínas y minerales, cuidadosamente seleccionados que evitan la caída del cabello, aumentando el volumen, brillo y sedosidad de mismo.

### TRATAMIENTO PROFUNDO EXTRACTO DE OLIVA

Este tratamiento está formulado a base de aceites de oliva indicado para el cabello seco y dañado lo restaura y le da suavidad recuperando el brillo. Protege de los efectos de los rayos solares.

### ACONDICIONADOR MIEL Y LECHE

Esta fórmula avanzada basada en productos naturales humectantes actúa de inmediato sobre el cabello seco o maltratado regenerando y haciéndolo lucir brillante y manejable con frotamiento cuerpo natural. La miel y la leche se combinan juntos a LECTYIN, para dar vida, fuerza y belleza a su cabello.

### SISTEMA DE ALISADO

Esta fórmula alisadora ha sido enriquecida con seda y proteína de keratina que penetra hasta la parte interna de la hebra del cabello. Esto gracias a que los ácidos y otros queratina de proteína lo permite penetrar y proteger mientras que el sistema alisador que es una innovadora creación permite alisar el cabello al mismo sin la necesidad de utilizar lejías, en su formulación logrando obtener un cabello lujoso, brillante, hidratado, suave, bello y saludable.

### HAIR DRESSING

Fórmula enriquecida a base de vitamina y aceites minerales que sirven para estilizar, suavizar y humectar el cabello.



## CRECE VITAL STOKEN

### SISTEMA DE ALISADO

Esta fórmula alisadora ha sido enriquecida con seda y proteína de keratina que penetra hasta la parte interna de la hebra del cabello. Esto gracias a que los ácidos y otros queratina de proteína lo permite penetrar y proteger mientras que el sistema alisador que es una innovadora creación permite alisar el cabello al mismo sin la necesidad de utilizar lejías, en su formulación logrando obtener un cabello lujoso, brillante, hidratado, suave, bello y saludable.

### LACEADOR

Fórmula profesional elaborada a base de proteínas, vitaminas y elementos acondicionadores, con protector térmico para proteger la fibra capilar del calor del blowdry y del rizado ultra violento, proporciona suavidad y sedosidad, reduciendo el frizz. Este producto está elaborado para todo tipo de cabello. Tanto alto como lacio.

### SHAMPOO

Elaborado a base de ingredientes hidratantes, queratina y acondicionadores que reparan el encrepamiento del cabello dejando con color dorado a limpio.

### TRATAMIENTO PROFUNDO

Fórmula excepcional elaborada a base de nutrientes, aceites, minerales, proteínas y acondicionadores, que revitalizan, regeneran y nutren la hebra capilar de raíz a punta, penetrando la cutícula del cabello, dando resistencia y formando una película que refuerzan la superficie del cabello.

### GOTAS DE BRILLO

Muñoz de siliconas, aceites acondicionadores y fragancias que proporcionan brillo, sedosidad y forma al cabello a instante.

### AMPOLLA NUTRITIVA

Innovable fórmula a base de sésame (extracto de cardo y colágeno), estos ingredientes sellan la humedad del cabello evitando la pérdida de los nutrientes propios del cabello, mejorando elasticidad, cuerpo y flexibilidad de raíz a punta.





## ACEITES ESENCIALES STOKEN.

Avanzada fórmula especializada para reestructurar el cabello en sus variedades.



**ROMERO**  
Estimula el folículo, previene la caída del cabello.

**JOJOBA**  
Humecta.

**AJO**  
regenera el cabello.

**ALMENDRA**  
Contrarresta la sequedad ocasionada por los químicos del cabello.

**AGUACATE**  
Fortalece y suaviza la fibra.

**ALMENDRA**  
acondiciona el cabello.



## SHAMPOO & ACONDICIONADOR STOKEN.

### SHAMPOO

Excelente fórmula enriquecida a base de nutrientes formulada para la limpieza y cuidado del cabello. En sus variedades como son:

Aguaate: hidrata  
Sábila: nutrición y desintoxicante  
Argán: vitamina E  
Macadamia: suavidad  
Oliv: elimina la sequedad  
Almendra: vitamina E, B1, B2, B6  
Coco: reparación  
Normal: brillo

**PRESENTACIÓN**  
Mit y galón 32oz, 1l galón, galón



### ACONDICIONADOR

Innovadora fórmula enriquecida a base de nutrientes formulado para el cuidado del cabello. En sus variedades como son:

Sábila: nutrición y desintoxicante  
Argán: vitamina E  
Macadamia: suavidad  
Oliv: elimina la sequedad  
Almendra: vitamina E, B1, B2, B6  
Coco: reparación  
Normal: brillo

**PRESENTACIÓN**  
Mit y galón 32oz, 1l galón, galón



**Fuente:** Catálogos de productos entregados por la empresa Caribbean Products BY La SRL.

### Entrevista Caribbean Products

1. ¿La compañía importa la materia prima utilizada en la fabricación de productos de belleza?
2. ¿Utilizan productos locales en su producción?
3. ¿Cuál es su opinión respecto para utilizar productos locales en la elaboración de productos de belleza?

**Si responde no a la pregunta 1.**

4. ¿En algún momento han tenido intención de importar por vía propia su materia prima?

**Si responde “Sí” a la pregunta 4.**

5. ¿Qué les ha impedido comprar el exterior e importar?
6. Han realizado comparativas en costos de comprar la mercancía ya importada a RD o comprarla directamente a suplidores en el exterior.
7. ¿Importan mercancía al exterior?
8. ¿Desde cuándo importan?
9. ¿Hacia dónde importan mercancía?

## Muestra de encuesta realizada a los usuarios

### Encuesta sobre disponibilidad de "Stoken Gold"

#### Página 1

¿Conoce usted a "Stoken Gold" o ha escuchado antes hablar del producto? \*

sí

no

#### Página 2

Ha utilizado el producto?

sí

no

#### Página 3

¿Está interesado en utilizar el producto?

sí

no

**Página 4**

¿Considera usted que la disponibilidad del producto es correcta? o sea, ¿siempre que lo busca lo encuentra? \*

sí

no

---

**Página 5**

Favor indicarnos su edad

De 15 a 25

De 26 a 35

De 36 a 45

de 45 en adelante

**Página 6**

Favor indicarnos su sexo

Femenino

Masculino

**Fuente:** Elaboración propia a través de la página <https://www.onlineencuesta.com/s/030c5d0>.

## Bibliografía

- 470-14, D. (6 de enero de 2015). *Cei-RD*. Obtenido de [http://ceird.gov.do/ceird/Transparencia/decretos/Decreto-470-14-Sistema-de-Ventanilla-Unica-de-Comercio-Exterior-\(VUCE\).pdf](http://ceird.gov.do/ceird/Transparencia/decretos/Decreto-470-14-Sistema-de-Ventanilla-Unica-de-Comercio-Exterior-(VUCE).pdf)
- Aduanas, D. G. (2019). *¿Quiénes Somos?* Obtenido de <https://www.aduanas.gob.do/nosotros/qui%C3%A9nes-somos/>
- Alvarez, Y. (17 de enero de 2018). Industria cosmética abre un mercado de oportunidades para República Dominicana. *El Dinero* , pág. 50.
- Anónimo. (01 de 07 de 2019). Importación de materia prima para productos de belleza .
- Ayala, M. E. (s.f.).
- Casana Merino, F. (2017). *La aplicación de los tributos en la importación y exportación de mercancías* . Madrid: Dykinson.
- Comercio, O. M. (2018). *La fortaleza del crecimiento del comercio en 2018 dependerá de las decisiones de política*. 2019. Obtenido de [https://www.wto.org/spanish/news\\_s/pres18\\_s/pr820\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/news_s/pres18_s/pr820_s.htm)
- Iglesias, I. (30 de 10 de 2014). *Vogue se expandirá en 2015 a toda Hispanoamérica*. Obtenido de [www.andacol.com](http://www.andacol.com): <https://www.andacol.com/index.php/empresas/54-loreal-colombia/835-vogue-se-expandira-en-2015-a-toda-hispanoamerica>
- MAITSA. (Marzo de 2018). Obtenido de *¿Qué es un Agente de Aduanas o Agente Aduanero?* : <https://www.maitsa.com/agente-de-aduanas-en-espana/que-es-un-agente-de-aduanas-o-agente-aduanero>

Merino, J. P. (2012). *Definición de método deductivo*. Obtenido de Definición.De:  
<https://definicion.de/metodo-deductivo/>

OMC, S. d. (2018). *EXAMEN ESTADÍSTICO DEL COMERCIO MUNDIAL 2018*.  
Obtenido de Organización Mundial del Comercio:  
[https://www.wto.org/spanish/res\\_s/statis\\_s/wts2018\\_s/wts2018\\_s.pdf](https://www.wto.org/spanish/res_s/statis_s/wts2018_s/wts2018_s.pdf)

Ortiz Uribe, F. (2011). *Diccionario de metodología de la investigación científica*.  
Limusa.

Sánchez-Matamoros, J. d. (2018). . *El sector de la cosmética en la República Dominicana, de Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/>

Sánchez-Matamoros, J. d. (2018). *El sector de la cosmética en la República Dominicana, de Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo*. Obtenido de <https://www.icex.es/icex/>

Santos, C. (1 de 07 de 2019). Entrevista. (L. Frías, Entrevistador)

Servicios, M. d. (Agosto de 2015). *Manual de servicios para el Usuario Externo* .  
Obtenido de Dirección General de Aduanas :  
<https://siga.aduanas.gob.do/transparencia/files/servicios/Servicios-de-exportacion.pdf>

Walterio, J. (1 de 7 de 2019). (M. Rosario, Entrevistador)

## THE PLAGIARISM CHECKER

PREMIUM

To investigate possible plagiarism, click on any of the "possible plagiarism" links in the table below. You will be referred to the source material for you to make an informed decision about the content of your student's paper.

Congratulations. You are using the premium version which searches more than three times as many phrases, and ignores many types of citations.

Text being analyzed	Result
Inspirado en los colores naturales y vibrantes tiene una revolucionaria	✔ OK
Aprovechamiento de la ventanilla única de comercio exterior para la	✔ OK
países desarrollados usualmente realizan inversión directa a los paí...	✔ OK
Brindar productos de excelente calidad para el cuidado y embelleci...	✔ OK
importante destacar que los principales productos que empresas do...	✔ OK
Tratamos y puntualizamos las instituciones participantes en el proce...	✔ OK
Negativa de los encargados de establecimientos o empresas destin...	✔ OK
Industria cosmética abre un mercado de oportunidades para Repúbl...	<a href="#">42 matches</a>
<small>From <a href="https://accapla.com/industria-cosmetica-abre-un-mercado-de-oportunidades-para-republico...">https://accapla.com/industria-cosmetica-abre-un-mercado-de-oportunidades-para-republico...</a>: Industria cosmética abre un mercado de oportunidades para República Dominicana. La industria cosmética en República Dominicana se desarrolla como un segmento con gran potencial de crecimiento. A octubre de 2017 las exportaciones de productos del área ascendieron a US\$333.4 millones, con una variación relativa de un 1.9% con relación al ...</small>	
Aduanas: La autoridad nacional de frontera, su responsabilidad tras...	✔ OK
interdependencia desarrolla el comercio internacional y por tanto la i...	✔ OK
Motivar a los comercializadores y promotores de productos de belleza	✔ OK
comercio exterior y gestión de autorizaciones funciona con dos dep...	✔ OK
mismo varía constantemente según las tendencias del momento	✔ OK
desarrollo actual del comportamiento del mercado, tomando en cue...	✔ OK
Necesitan fortalecer la presencia en canales electrónicos, mantenie...	✔ OK
Almacenamiento intermedio con servicios de valor añadido: inspecc...	✔ OK
marca estrella de semipermanentes comúnmente conocidos como c...	✔ OK
continuación, presentamos un análisis de Fortalezas, Debilidades, ...	✔ OK
Existen numerosos ejemplos de investigaciones que afirman que pe...	✔ OK
Actualmente los consumidores desean productos orgánicos, natural...	✔ OK

**Results:** Unknown - investigate with links above

[Download Plagiarism Report PDF](#)

Word count: 8121

[Go Back](#)

© 2002-2019 by Brian Klug - [Contact](#) - [Manage Account](#)

Used 48 of 50 times since 2019-07-09.

**Nota:** Las coincidencias que salen en este reporte es debido a que es una bibliografía y no puede ser modificada.