



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE MERCADEO

**“Análisis de la participación de mercado del sector cafetalero dominicano en
Alemania en los períodos 2010-2014”**

Sustentantes:

Br. Laura Then 2009-0849

Br. Shayree Iberie 2009-1906

Asesor:

Ransis García

Monografía para optar por el título de

Licenciatura en Negocios Internacionales

Santo Domingo, D.N.

Agosto 2013

DEDICATORIAS

A Dios:

A Dios por enseñarme el camino de la sabiduría y la felicidad, y estar a mi lado hacia una nueva meta. Por llenar mi vida de bendiciones y todo lo positivo que me ha regalado.

A mis padres:

Jesús Then y Ana Soraya Ortiz por el gran apoyo que he recibido de ustedes en cada momento y en el camino que emprendimos juntos hacia esta meta. Gracias por la orientación que me han dado, por iluminarme el camino y la motivación para realizar mis estudios y cada paso de mi vida, por sus sabios consejos, palabra de ánimo y amor incondicional. Espero que estén orgullosos de mí y seguir llenándolos de orgullo, los amo.

A mi hermana:

Por ser la mejor hermana del mundo, por ser mi ejemplo a seguir, mi amiga y consejera. Por brindarme el apoyo que necesitaba y ayudarme con esas tareas difíciles que al final de tus explicaciones terminaban siendo muy fáciles, por hacerme saber que siempre puedo contar contigo. Te quiere mucho!

A mis amigos y colegas de la universidad:

Porque siempre acompañarme en los buenos, malos y más importantes momentos de mi vida, y por la confianza, por el apoyo, por su compañía, por estar una palabra de aliento cuando los he necesitado.

A mis compañeros de trabajo

A Karen Peña por su gran ayuda y comprensión en este proceso, A mis demás compañeros de trabajo por sus consejos, amistad y tiempo.

Laura Stephanie Then Ortiz

A Dios:

Por darme la salud y bienestar para poder alcanzar todo lo que me he propuesto, colmándome siempre de bendiciones y alegría mi vida.

A mis padres:

Jhonny Iberie y Adalgisa Cedeño, por todo lo que han hecho por mí, forjando desde mis inicios gratos valores que hoy en día me han hecho ser quien soy. Por enseñarme a tener pendiente las cosas más importantes de la vida. A ustedes les debo todo lo que he logrado hasta el día de hoy. Mil gracias, los amo inmensamente.

A mis hermanos

Porque a pesar de los choques u inconvenientes, son mis mejores amigos. Las experiencias vividas con ustedes son únicas e inolvidables. Con sus ocurrencias diarias hacen la vida más ligera y alegre. Los amo!

A Miguel Aristy

Por ser mí guía y darme esa palabra de aliento cada vez que lo necesito. Has sido mi soporte y apoyo incondicional y siempre sabes cómo hacerme sonreír. Mil gracias por todo lo que haces por mí. Eres muy importante en mi vida. Te amo.

A mis amigos y colegas de la universidad:

Porque gracias a ellos toda la jornada de estudio fue más amena.

Shayree Iberie

AGRADECIMIENTOS

A la Universidad:

Por la oportunidad de admisión a una de las institución más prestigiosas del país, y facilitarnos las herramientas y personal capacitado para el desarrollar el programa de Negocios Internacionales.

A nuestros asesores:

Jonathan Cabrera y Ransis García, por su gran apoyo y disposición en el proceso de elaboración de nuestro trabajo de grado, por la valiosa enseñanza y motivación brindada en estos meses, son un gran ejemplo a seguir.

A nuestros profesores:

Por sus gran apoyo y aportar con sus conocimientos a nuestra formación profesional en el desarrollo del programa de Negocios Internacionales y por cultivar en nosotros el gran deseo de seguir adquiriendo nuevos conocimientos y habilidades profesionales.

A las instituciones colaboradoras:

A las instituciones, como el CEI-RD, DICOEX e Industrias Banilejas, SAS, por facilitarnos la información y apoyo necesario para la realización de este trabajo de forma satisfactoria.

ÍNDICE

	Págs.
Dedicatorias	2
Agradecimientos	5
Resumen	9
Introducción	11
 CAPÍTULO 1. ASPECTOS GENERALES Y CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ	
1.1 Generalidades del café	14
1.2 Antecedentes del café	14
1.3 Variedades comercializadas y sus características	15
1.4 Productores mundiales de café	17
1.5 Comercio mundial de café	18
 CAPÍTULO 2. SECTOR CAFETALERO DOMINICANO	
2.1 Historia del café dominicano	21
2.2 Situación actual del sector cafetalero dominicano.....	23
2.3 Debilidades sector cafetalero dominicano	25
2.4 Fortalezas sector cafetalero dominicano.....	25
2.5 Producción nacional de café	26
2.6 Condición de los factores de producción	27
2.6.1 Factores productivos generales	27
2.6.2 Factores productivos especializados	31
2.7 Exportaciones de café dominicano	35
2.8 Importaciones de café dominicano	36
2.9 Competencia	36
 CAPÍTULO 3. MERCADO DEL CAFÉ EN ALEMANIA	
3.1 Breve Historia del café.....	39
3.2 Tendencia de consumo de café	40
3.3 Producción Nacional de café	42

3.4 Análisis de la oferta del mercado.....	44
3.5 Exportaciones de café	45
3.6 Importaciones de café	45

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO DEL SECTOR CAFETALERO DOMINICANO EN ALEMANIA (PERÍODO 2010-2012)

4.1 Penetración del mercado.....	47
4.2 Lealtad del cliente	49
4.3 Selectividad del cliente	50
4.4 Selectividad de precio	51

CAPÍTULO 5. PROYECCIÓN DE LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DEL CAFÉ DOMINICANO (PERÍODO 2013-2014)

5.1 Tendencia de crecimiento del sector cafetalero dominicano en el mercado Alemán	54
5.2 Perspectivas.....	56

Conclusión	57
Recomendaciones	58
Bibliografía	59

Anexos:

❖ Anexo 1: Anteproyecto de Monografía	61
❖ Anexos 2: Gráficos	75
❖ Anexos 3: Figuras informativas	80
❖ Anexo 4: Entrevista.....	81

RESUMEN EJECUTIVO

El café es una bebida originaria de Arabia y Etiopia, la cual se distingue por formar parte del consumo diario a nivel internacional, por tener cualidades estimulantes, como la cafeína.

El café se extrae del tostado y molidura de las semillas de la planta del café o cafeto, y cuenta con diferentes variedades, las cuales son comercializadas en el mundo.

República Dominicana se distingue por tener un consumo elevado de café, además de destinar para exportación gran parte de este, contando con un café orgánico que es sumamente demandado en los mercados internacionales. Algunos de los mercados de exportación son: Estados Unidos, Japón, Italia y Alemania, siendo este último un destino donde su consumo está en constante crecimiento.

El consumo de café en el mercado alemán, se ha tornado en auge en los últimos años, por ser una bebida preferida por encima del agua potable. La República Dominicana tiene la oportunidad y el reto de aumentar las exportaciones hacia Alemania, aprovechando el intercambio comercial que existe en la actualidad y logrando un fortalecimiento.

Para este crecimiento registrado en las exportaciones de café dominicano hacia Alemania, es necesario realizar un análisis de la participación de mercado que ha

obtenido el sector cafetalero dominicano en Alemania para el periodo 2010-2012, ya que permitiría conocer cómo se está insertando la nación dominicana en dicho destino. Lo cual permitiría realizar una proyección al periodo 2013-2014, de su posible comportamiento y crecimiento de las exportaciones.

INTRODUCCIÓN

El Café es una de las bebidas con mayor volumen de consumo mundial. Por sus cualidades naturales y esencias, es uno de los frutos que más se comercializa y demanda en el país, además de ser un producto de fácil acceso.

El origen del Café se remonta entre el continente asiático y africano, lugares donde se expandió la costumbre de tomarlo y el conocimiento de cultivo de este producto. La distribución del café se expandió por el medio oriente y luego por todo el mundo. Las amplias variedades de café son demandadas tanto a nivel local como internacional, por su exquisito sabor y por sus efectos estimulantes, lo que ha impulsado el consumo de café en el ámbito internacional. La variedad de café más comercializada es la Arábica, la cual se sitúa como una de las variedades más distribuidas y con mejor categoría en los precios que tienen los mercados internacionales.

El café se destaca por ser un producto utilizado para diferentes fines: como bebida a partir de: grano tostado y en polvo, perfumería, pastelería, helados, abono orgánico, alimento para animales, entre otros.

El café de la República Dominicana se distingue por ser reconocido en amplios mercados internacionales, por su calidad y propiedades, teniendo como principales destinos los siguientes: EEUU, en su mayoría vendido mediante subastas en nuestro país vecino Puerto Rico. Además, los países Europeos, entre estos se encuentra Alemania, como uno de los principales destinos de exportación de café dominicano.

El sector cafetalero Dominicano es de vital importancia en la economía del país, ya que este producto ha sido uno de los principales cultivos y producto nacional de exportación. Por esta razón, es propicio para la República Dominicana aprovechar la relación comercial que existe con Alemania, con el fin de aumentar considerablemente las exportaciones hacia dicho destino, y lograr el posicionamiento para años futuros con este mercado, ya que la nación Alemana es uno de los países con un destacado aumento en el consumo del café.

Según estadísticas de la Organización Internacional del Café (OIC), la demanda de café en Alemania cuenta con una participación de un 22% del mercado Europeo, superando a los Estados Unidos. Tomando en cuenta este factor, se ha planteado Alemania, para estudiar la participación de mercado que ha obtenido el sector cafetalero dominicano, con el objetivo de realizar una proyección de la tendencia de crecimiento que tendrá para el siguiente año de estudio de análisis.

CAPÍTULO 1.

ASPECTOS GENERALES Y

CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ

CAPÍTULO 1. ASPECTOS GENERALES Y CARACTERÍSTICAS DEL CAFÉ

1.1 Generalidades del café

El café proviene de la extracción de los frutos que se desarrollan en una planta llamada cafeto, la cual crece en tierras húmedas y cálidas que se encuentran entre el trópico de cáncer y trópico de capricornio. Cuando se recolectan estas bayas, se procede a eliminar las capas exteriores, quedando como resultado unos frutos o granos verdes que viajan por todo el mundo para ser: tostados, molidos y mezclados con agua caliente, lo cual da como resultado la bebida concentrada y aromática, que es una de las más consumidas a nivel mundial.

El café se ha logrado adaptar a todos los tiempos y lugares, siendo una bebida con un potente estimulante que se toma a diario. Por sus componentes y propiedades es altamente apreciado, al ser consumida en cualquier hora del día, y es preferida para tomar caliente como frío.

1.2 Antecedentes del café

Etiopía es un país perteneciente al continente africano, el cual se considera como el lugar donde provienen las plantaciones del café. Sin embargo, Arabia se destaca por ser el destino donde surgieron las diferentes costumbres de cultivo y consumo del café.

En Arabia se realizaba el cultivo de la variedad de café arábica, usada como medicina y también como un atractivo estimulante. Existían lugares donde la gente se reunía para beber café, siendo muy apreciado por los peregrinos y mercaderes, los cuales

se encargaron de llevar estos granos por todo el mundo musulmán y su fama y consumo llegó hasta el norte de África, Turquía y Persia. Fue de este modo que desde el principio esta planta fue reconocida como un poderoso estimulante, siendo expandida por todo el mundo al pasar de los años.

El consumo de café se tornó con un crecimiento vertiginoso, a partir del siglo XVI, en el mundo occidental. Uno de los primeros destinos de Europa donde llegó el café, fue el centro comercial de Venecia, lugar al cual el producto llegaba junto con otros bienes que procedían del medio oriente.

A partir de ese momento, se amplió la distribución de café, siendo en la actualidad uno de los productos más comercializados en el mundo.

1.3 Variedades comercializadas y sus características

Recientemente el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), realizó un estudio sobre el perfil económico del café, detallando que el género Coffea tiene un alrededor de 60 especies, 2 de las cuales son las más cultivadas y usadas de manera comercial. Estas variedades son las siguientes:

- Robusta (Coffea Canephora): sus orígenes provienen de África o Indonesia. Se estima que esta variedad fue encontrada en el siglo XIX y comienza a distribuirse en los mercados a partir del año 1930.

- Arábicas (Coffea arábica): procedente de Etiopía. Se distingue por ser de las variedades más conocidas, distribuidas y apreciadas en el mundo. Representa el 70% de la producción mundial. Las variedades más conocidas se cultivan en países como Kenia, Etiopía, México, Colombia y Perú. De esta variedad de café se producen diversos tipos, tales como la Caturra, Mundo Novo, Catuai y Blue Mountain. En la República Dominicana se encuentran los tipos de café Catuai y Caturra, las cuales se destinan para el cultivo de café orgánico.
- Variedad Typica (arábica): es la especie original de la variedad arábica, la cual fue hallada en las mesetas de Etiopía, en el continente africano. La misma puede llegar a crecer de 12-15 pies de altura. La calidad de la bebida se considera excelente y es muy reconocida en el ámbito internacional.
- Variedad Caturra(arábica): es una variedad que se produce en gran volumen y requiere un tratamiento con delicadas técnicas para obtención de la misma. Se considera su calidad buena.

Existen otras variedades las cuales son poco nombradas y distribuidas por el mundo, estas son: Coffea Racemosa, Coffea liberica, Coffea Zanguebariae, Coffea Dewevrei, Coffea Klainii, Coffea Stenophylla, Coffea Abeokutae, Coffea Congensis.

1.4 Productores mundiales de café

Cuadro 1 – Productores mundiales de café
(Años 2010-2011)

Países	2010	2011
Brasil	2,907,270	2,700,440
Vietnam	1,105,700	1,167,900
Indonesia	684,076	634,000
Colombia	514,128	468,120
Etiopía	265,469	370,569
India	289,600	302,000
Perú	264,605	313,647
México	245,271	237,056
Guatemala	247,501	242,839
Honduras	229,368	282,361

** Valores en toneladas*

**Fuente: FAOSTAT*

**VerGráfico 1 en anexo 2*

La tabla anterior muestra los principales 10 países productores de café verde a nivel mundial, para los años 2010-2011. Según la información suministrada por la FAOSTAT, el principal productor de café a nivel internacional es Brasil, produciendo un volumen por encima de 2 millones de toneladas. En ese mismo orden se distinguen otros países tales como: Vietnam, Indonesia, Colombia, Etiopía, India, Perú, México, Guatemala, Honduras, Uganda y Costa de Marfil.

1.5 Consumo mundial de café

“Los mayores países consumidores fueron los EE UU, Alemania, Japón, Italia y Francia. El consumo medio de los EE UU fue de 20,3 millones de sacos, lo que representó el 17% del consumo total mundial y el 23,3% del consumo de todos los países importadores. Alemania consumió por término medio 9,3 millones de sacos, lo que representó el 7,8% y el 10,7% respectivamente. El consumo medio del Japón fue de 6,8 millones de sacos, lo que representó el 5,8% del consumo total mundial y el 7,9% del consumo de todos los países importadores. Italia y Francia consumieron por término medio 5,4 millones de sacos cada una, lo que representó, respectivamente, el 4,5% y el 4,6% del consumo mundial y el 6,2% cada una del consumo de todos los países importadores”.¹

1.6 Comercio Mundial de café

El Mercado Mundial del Café se desarrolla en el marco de la Organización Internacional de Café (OIC), con 40 años de existencia y cuya Misión es la de promover una economía cafetalera mundial sostenible, mediante la cooperación internacional en cuestiones cafetaleras.

¹*Tendencias en el consumo de determinados países Importadores. P(2). Organización Internacional del Café (OIC).*

El comercio de café a escala internacional se compone por varios participantes, los cuales realizan todo el proceso hasta el paso final. Los involucrados son los siguientes:

- Comercializadores internacionales: Newman, Volcafé, Esteve, Carguil, Arom, las cuales compran gran cantidad de la producción mundial de café.
- Empresas tostadoras internacionales (Nestlé, Phillips Morris, Sara Lee, Procter & Gamble).
- Tres empresas encabezan el mercado de café tostado molido: KraftFood, Sara Lee/DE y Nestlé, las cuales producen café de tipo estándar, buscando mejores precios para el mercado, antes que la calidad.
- KraftFood y Nestlé controlan el mercado de café soluble.

CAPÍTULO 2.

SECTOR CAFETALERO DOMINICANO

CAPÍTULO 2. SECTOR CAFETALERO DOMINICANO

2.1 Historia del café dominicano

La producción y consumo del café en la República Dominicana se inició hace más de 300 años. Este producto fue introducido a la isla española desde África, desde Francia. No obstante, se ha establecido, que el cultivo del cafeto se inició en la antigua colonia francesa de Saint-Domingue a mediados de los años 1726-1735, y luego llevado desde la región de Dondon hasta la antigua colonia española.

Otras de las versiones de los orígenes de las plantaciones de café en la nación dominicana, cuentan que los españoles sembraron los primeros cafetos, en la loma de Panzo, el cual era el lugar donde los franceses cosechaban el fruto y lo distribuían a la región oeste de la isla para destinarlo a la exportación.

Según DiFulvio, citado por Daviron y Ponte, el café era hacia finales del Siglo XVIII, el segundo cultivo, después del azúcar, de acuerdo con el número de esclavos movilizados en las plantaciones. Hasta la Revolución Francesa, el modelo esclavista de plantación de café estaba ejemplificado por Santo Domingo (Haití). Hacia 1780, la isla surtía la mitad del volumen del consumo de café europeo”.²

Desde el momento en el cual se introdujo el café en la República Dominicana, se inició el desarrollo arduo de este producto, por medio de la plantación en diversos

²Historia de la caficultura, Consejo Dominicano del Café.

sistemas montañosos del país. Muchos de estas plantaciones reciben el nombre de la región donde fueron sembrados, distinguiéndose por la variedad del producto. Sin embargo, no fue hasta el siglo XX donde se empezaron a tomar medidas y políticas públicas para fomentar el crecimiento pleno de la industria cafetalera, que hasta ese momento solo había logrado liderar el sector privado.

Durante los años de 1960 al 1980, se considera que se alcanzaron los logros más grandes en la industria del café, por medio de la promulgación de leyes y mejoras de procesos, que contribuyeron significativamente a la misma. Se destacan los siguientes avances:

- Ley que crea la Dirección general de Cacao y Café.
- Ley de Fomento Agrícola.
- Ley que establece las funciones de la Secretaría de agricultura.
- Ley de Incentivo a las Exportaciones.
- Creación de la Comisión de Cacao.
- Automatización de procesos, incrementando considerablemente la capacidad productiva y comercialización del café. Ejemplo de esto es la mejora del proceso de la torrefacción (método para tostar el café), sustituyendo las labores artesanales por tecnología de alto nivel.
- Creación del Instituto Dominicano de Investigaciones Agroforestales (IDIAF), para lograr mejorar la capacidad productiva, fortaleciendo el desempeño de la agroindustria.

A partir del crecimiento logrado por la industria cafetalera, en el año 2000 se procedió a crear el Consejo Dominicano del Café (CODOCAFE), con el propósito de desarrollar estrategias y políticas que se inclinen a regular, mantener y mejorar el desarrollo del café.

2.2 Situación actual del sector cafetalero dominicano

El sector cafetalero dominicano es uno de los más importantes para el desarrollo de la economía del país, ya que se destaca por ser de los principales cultivos y producto nacional de exportación. Actualmente, las exportaciones y producción de café han disminuido entre los productos agrícolas que se comercializan. Aun así, estas exportaciones van en aumento, distinguiéndose EEUU, que en su mayor volumen se vende mediante subastas al país de Puerto Rico, y por otro lado, se encuentra Alemania, como segundo mercado de exportación de café dominicano.

Una de las principales problemáticas que presenta el sector cafetalero Dominicano que impiden el aumento significativo de las exportaciones en su plenitud, se debe a las siguientes razones:

- Los Niveles de Pobreza de los hogares Cafetaleros. En R.D. se han publicado diversos estudios identificando los niveles de pobreza a nivel urbano y rural. El más importante en este aspecto fue el realizado bajo el nombre de: “Diagnóstico de la Caficultora Dominicana (2006)”, el cual determina los niveles de pobreza

existente en este sector. Se llegó a la conclusión tentativa de que los niveles de pobreza de estos hogares están ligados a la caficultora y que afecta en considerablemente al sector, pues la mayoría de dichos hogares no cuentan con las herramientas ni tecnología requeridas para maximizar el potencial del sector Cafetalero.

- Por este mismo lado, otra problemática es la falta de conocimiento e información sobre la relación costo-beneficio que implica el entrar al proceso de certificación del café disminuye la efectividad de las decisiones de los actores del mercado. Por ejemplo, un estudio nacional reciente resalta que el café certificado como orgánico genera una prima de alrededor de RD\$ 4 por libra, mientras otro análisis reporta que, a pesar de obtener una prima, el café orgánico fue menos rentable que el café convencional en 2003-04 y 2004-05⁴.

A pesar de esto, se ha identificado un gran interés en muchos productores de café dominicano, lo cual ha hecho que mejoren las proyecciones de producción y comercialización del producto, esperándose una mejoría en este sector. La producción de café registrada en el periodo (2010-2011) muestra un incremento en un 42 % y un 61 %, respectivamente. Un reporte del Consejo Dominicano del Café (CODOCAFE), del año 2010-2011 identificó que durante la cosecha 2011 se produjeron 500 mil sacos.

⁴Visión estratégica para la exportación de café dominicano. P(21) Giovannucci, Daniele (2009).

2.3 Debilidades sector cafetalerodominicano

- Falta de promoción del Café dominicano a nivel internacional, lo que ocasiona a su vez un bajo o nulo reconocimiento del café dominicano en los mercados internacionales.
- Falta de verificación de la calidad del fruto.
- Agroindustrias procesadoras domesticas poco desarrolladas, lo que reduce la posibilidad de agregar valor a la producción de café.
- Gran parte de los pequeños y medianos caficultores son ineficientes técnicamente, mientras los grandes son relativamente eficientes en la práctica.
- No se emplean de manera adecuada los principales insumos para el área productiva en café: mano de obra, cantidad de químicos y maquinaria requerida en la producción y que fácilmente los caficultores pueden controlar.
- Otros factores que actualmente influyen negativamente en los beneficios de los productores Dominicanos son los altos costos de los combustibles y fertilizantes, así como la depreciación del dólar americano frente a otras divisas internacionales.
- Dificultad de financiamiento para inversión en Tecnología.
- Deficiencias en transferencia de tecnología y educación empresarial.

2.4 Fortalezas sector cafetalerodominicano

- La organización de los productores de café, por medio de asociaciones, clúster y cooperativas, los cuales se encargan de apoyar el desarrollo de la producción.
- La mano de obra disponible.

- Las condiciones ambientales del suelo, las cuales favorecen considerablemente el desarrollo del cultivo de café en el país.
- Las relaciones comerciales estables, a partir del aprovechamiento de los principales tratados comerciales de los cuales la República Dominicana forma parte.
- Calidad y distinción del café dominicano.
- El crecimiento vertiginoso en el consumo de café.
- Incremento de las importaciones de café en los mercados internacionales.

2.5 Producción nacional de café

El sector cafetalero dominicano se conoce por ser muy influyente en la economía dominicana desde sus inicios. Sin embargo, en los últimos años ha experimentado un descenso en la producción del producto. No obstante a esto, se ha visto el interés de los productores de café dominicano para cambiar la situación y han logrado con esto introducirse en el mercado internacional.

Según el Consejo Dominicano del Café (CODOCAFE), para los años 2010-2011 el sector cafetalero logró producir por encima de los 500 mil sacos, experimentando un incremento de 42% a un 61% aproximadamente. Con esto se puede apreciar una mejoría significativa para este sector del café.

Los cafés que se producen en territorio dominicano son mayormente de la variedad típica (64% de la superficie), Caturra (7.8%) de una combinación de ambas (26.9%) y en menor medida del Robusta (1.3%).⁴

⁴ Ver gráfico 2 en anexo 2.

2.6 Condición de los factores de producción

Para realizar el proceso de producción de café, es necesario especificar los factores de producción generales y los especializados.

2.6.1 Factores productivos generales

Infraestructura

Las plantaciones de café pueden realizarse a campo abierto, lo cual facilita el cultivo, al aprovechar la radiación solar en su plenitud. Otro tipo de cultivo es a semi-sombra, siendo el tipo de cultivo más complejo, al reducir el rendimiento de la plantación. Los tipos de fincas de café de República Dominicana son las siguientes:

a) Empresa cafetalera Familiar Tradicional

Poco capital de trabajo- La mano de obra es básicamente familiar, solo requieren contratar otro tipo de ayuda para otras actividades, como la de recolección de café. Tiene un nivel de tecnología bajo.

b) Empresa cafetalera Familiar Renovada

Capital de trabajo limitado – Utilizan la mano de obra familiar y realizan contratación de otros recursos humanos cuando necesitan la recolección de los frutos de café. Su nivel de tecnología en este grupo es bajo.

c) Empresa cafetalera Capitalista

Toda su mano de obra es contratada y abundante. Se dedican a la producción y comercialización de café. Este tipo de empresa tiene un nivel de tecnología alto.

Clima

Temperatura: media 18 a 20%

Luminosidad: 150 horas de sol /mes

Lluvias: 1200 mm /año

Época seca: máximo 2 meses

Temporada de Producción

▪ **Barahona**

Cosecha: octubre-febrero

▪ **Cibao**

Cosecha: septiembre-diciembre

▪ **Cibao Altura**

Cosecha: octubre-mayo

▪ **Cordillera Central**

Cosecha: noviembre-mayo

▪ **Neyba**

Cosecha: noviembre-febrero

▪ **Valdesia**

Cosecha: noviembre-febrero

Precios

Precios Internacionales

La ley de oferta y demanda es la que se encarga de establecer los precios de café en el plano internacional, viéndose afectado por los precios que otorga la Bolsa de valores de Nueva York. Las variaciones en los precios se podrían producir por diversas razones, entre ellas se encuentra:

- Plantaciones nuevas
- Ascenso o descenso de inventarios
- Condiciones económicas de los consumidores
- Pérdida de las cosechas por plagas o desastres naturales.

Precios Nacionales

Los productores del sector cafetalero dominicano son constantemente castigados en los precios del café, ya que el precio a asignar depende del precio internacional. Además el café dominicano registra un descuento de US\$ 4.00 / qq, lo cual es por debajo del precio de bolsa por razones de calidad; además, aunque venden teóricamente a precio FOB (Freight on Board), al café dominicano se le descuenta US\$ 7.00 por concepto de seguro y flete marítimos. Ambos descuentos pueden significar hasta un 20% del precio final del café, en algún momento de precios bajos.

Ubicación geográfica y Variedad

Se presume que las primeras plantas de café en República Dominicana, fueron sembradas en la Loma de Panzo de la provincia Bahoruco.

La principal producción de café se encuentra localizada en los sistemas montañosos de: la Cordillera Central, la sierra de Bahoruco, la Cordillera Septentrional, y la sierra de Neyba. La mayoría de estos café son llamados de acuerdo a donde crecen.

Casi el 90% del café que crece en el país es la variedad de Typica del tipo Arábico. El porcentaje que resta se conforma por la variedad caturra.

Zonas Cafetaleras en el País

- Valdesia

Variedades: 40% typica- 60% caturra

Barahona

Variedades: 80% typica – 20% caturra

- Cibao

Variedades: 90% typica- 10% caturra

-Cibao Altura

Variedades: 30% typica-70% caturra

- Cordillera Central

Variedades: 30% typica-65% caturra

- Neyba

Variedades: 50% typica-50% caturra

2.6.2 Factores productivos especializados

Estructura del Sector

El sector agropecuario dominicano se compone de manera institucional por distintas instituciones, con el fin del cumplimiento de sus actividades. La institución principal a frente del sector agropecuario es el Ministerio de Agricultura, el cual está formado ocho regionales que dividen todo el territorio dominicano.

Estas regionales están formadas por:

- ✓ Regional Norte: Santiago, Espaillat y Puerto Plata.
- ✓ Regional Nordeste: Duarte, Samaná, Sánchez Ramírez y María Trinidad Sánchez.
- ✓ Regional Noroeste: Valverde, Montecristi, Dajabón y Santiago Rodríguez.
- ✓ Regional Norcentral: La Vega, Monseñor Nouel y Salcedo.
- ✓ Regional Central: Distrito Nacional, Peravia, San Cristóbal y Monte Plata.
- ✓ Regional Sur: Barahona, Bahoruco, Pedernales e Independencia.
- ✓ Regional Suroeste: San Juan, Elías Piña y Azua.
- ✓ Regional Este: La Altagracia, La Romana, El Seibo, Hato Mayor y San Pedro de Macorís.

Potencialidad de los Suelos

El territorio dominicano cuenta con un alto potencial agrícola, ya que por naturaleza tiene gran fertilidad en sus suelos, y se puede realizar cultivos de diferentes tipos de productos. Estas cualidades establecen las condiciones de que se puedan producir distintos tipos de bienes, en todas las regiones del país.

Uso de la Tierra

“La República Dominicana dispone de una superficie de 42.6 millones de tareas de tierra destinadas a la actividad agrícola. De este total 21.0 millones de tareas son tierras cultivables que representan el 55% de la superficie o área de cultivo, un total de 19 millones son dedicados a pasto y 2.6 millones de tareas constituyen los bosques y montes.”⁵

“Con el censo agropecuario de 1981 se determinó que el 32% de los terrenos dedicados a la agricultura eran plantaciones cañeras, como consecuencia de la diversificación y el deterioro experimentado por este rubro y la caída en los precios internacionales del crudo, el área ha sido significativamente reducida, y gran parte de esta tierra es utilizada en otros fines. El cultivo del café ocupa un 10% de las tierras agrícolas, cacao el 9% y el resto otros cultivos como frutales y coco.”⁶

⁵Características de Mercado Sector Agropecuario Dominicano. P(2). CEI-RD

⁶Características de Mercado Sector Agropecuario Dominicano. P(2). CEI-RD

Recursos humanos especializados-mano de obra

El obrero es quien se encarga de todo el proceso del café, desde las plantaciones hasta la recolección y preparación de los granos. En el caso de las plantaciones, un cafeto tierno para empezar a producir sus frutos se toma de 3-4 años. Para comenzar a dar sus frutos dentro de 6-8 meses, para la variación arábica y de 9-11 meses para la variación robusta. Luego de recolectados los frutos, se procesan mediante el procedimiento seco o húmedo y para finalizar se clasifican y se almacenan en sacos de fibra.

Transferencia de conocimientos específicos

El Consejo Dominicano de Café se involucra en diversas labores, con el fin de aprovechar de mejor manera las características del café dominicano, llevando a cabo charlas y haciendo publicaciones de documentos virtuales en su página Web, para transferir conocimientos que sirvan para mejorar la calidad de café dominicano. Algunos de estas intervenciones son las siguientes:

- Control de malezas en el cafetal
- Control de Broca; se lleva a cabo 120 días después de las floraciones
- Abono del cafetal
- Regulación de Sombra en el Cafetal
- Poda de los cafetos
- Deshijar, deschuponar; lo cual se lleva a cabo 3 o 4 meses después de la poda

- Control de Broca; se lleva a cabo 120 días después de las floraciones
- Cronograma de labores

Infraestructura física especializada

La prácticamente inexistente tecnificación de la primera categoría de fincas, las cuales constituyen la mayoría de la extensión cafetalera del país, desencadena efectos negativos que limitan no sólo la calidad agrícola de estos cultivos sino su propia productividad. Entre estos podemos mencionar:

- Baja densidad de plantas por superficie por estar intercaladas con otros cultivos.
- Siembras desorganizadas.
- Aplicación tímida de fertilizantes.
- Exceso de sombra.
- Ausencia de evaluación técnica de terrenos, 25% está sembrado en áreas marginales no aptas.
- Parte importante de los cultivos tienen edades avanzadas, mayor de 40 años.
- Degeneración genética de la variedad Typica.⁷

⁷ Ver figura informativa en anexo 3.

2.7 Exportaciones de café dominicano

Cuadro 2 – Exportaciones de café dominicano
(Años 2010 – 2012)

Destino	2010	2011	2012
Mundo	18,057	25,071	14,638
USA	1,364	6,896	2,567
Italia	10,914	3,625	2,487
Francia	452	1,860	1,299
Japón	1,549	2,504	1,299
Alemania	292	1,016	883
Antillas Holandesas	628	715	875
Canadá	243	1,210	639
Suecia	506	773	593
Australia	137	90	564
Bélgica	742	934	266

** Datos expresados en Miles de US\$*

** Fuente: Trademap*

**Ver Gráfico 3 en anexo 2*

El café Dominicano que se exporta de tipo arábica, está valorado a un precio promedio de más de 126 US\$, que es mucho mayor al precio que se registra en la bolsa de NY. Por lo que es un café que se distingue de los otros de la región y por el que se paga un precio mejor.

Entre los principales destinos de exportación de café de la Republica Dominicana, se encuentra Estados Unidos, Italia, Japón, Bélgica, Francia y Alemania, destacándose este último por tener un crecimiento muy elevado, registrado para el periodo 2010-2012.

2.8 Importaciones de café dominicano

Cuadro 3 - Importaciones de café dominicano
(Años 2010-2012)

Origen	2010	2011	2011
Mundo	4,170	8,582	2,086
USA	479	202	490
Malasia	83	10	441
Italia	99	242	376
Suiza	181	278	333
Colombia	232	61	160
México	66	0	116
Brasil	206	0	47

** Datos expresados en Miles de US\$*

** Fuente: Trademap*

**Ver Gráfico 4 en anexo 2*

2.9 Competencia

Competidores internos

Entre los competidores internos podemos encontrar variedades de empresas, productores, industrias del Café, tales como;

1. Industrias Banilejas, SAS. (INDUBAN)
2. Hermanos Ramirez
3. Asociacion Monsenor Romero
4. Cocafe
5. Ismael Perdomo
6. Miguel Melo
7. Front Gamundi
8. Alisandro Rodriguez
9. Fedecares
10. CONOCADO
11. Biocafcao

12. URECAF
13. Paiewonsky
14. Rizek

Competencia Internacional

Se destaca como los principales competidores a nivel internacional, aquellos países los cuales su producción mundial es voluminosa y se dedican a comercializar el café por el mundo. Estos países son:

- Brasil
- Vietnam
- Colombia
- Indonesia
- Perú

Competencia en Alemania

- Brasil france export
- Cafe comarca
- Café orovila
- Karicafe / ulrichkropp
- Corhcaf
- Molinos de honduras, s. A. De c. V.
- Exportadora de café martinez; s. A. (Excamar)
- Comercial exportadora, s.a. De c.v

CAPÍTULO 3.

MERCADO DEL CAFÉ EN ALEMANIA

CAPÍTULO 3. MERCADO DEL CAFÉ EN ALEMANIA

3.1 Breve Historia del café

El café no era un producto conocido en Europa, hasta el año 1450, donde los mercaderes comenzaron a distribuir el café en las regiones europeas. Al pasar de los años se fue expandiendo el uso del café.

El café se dio a conocer en Europa en el siglo XVII, y su consumo creció con rapidez. Su distribución se inició a partir de ese momento, comenzando con Venecia en el año 1615, luego Marsella en el año 1644, lugar donde se extendió el consumo de dicho producto en Francia. Se crearon establecimientos donde se bebía café, dicha tendencia fue extendida en diversos lugares, tales como: Italia, Holanda, Gran Bretaña, Francia, incluyendo a Alemania. Ya para mitad del siglo XVIII, la demanda de café en Europa fue propagada, iniciándose el cultivo de este producto en los jardines botánicos, siendo distribuida por los holandeses hacia Indonesia; los franceses hacia Martinica, y los españoles introdujeron dicho cultivo en diversos países de América.

En Alemania el café era rechazado inicialmente, tal es el caso que en el año 1611 algunos terratenientes alemanes prohibieron su distribución. Este rechazo se mantuvo durante un siglo hasta que Federico II de Prusia autorizó su uso.

3.2 Tendencia de consumo de café

El consumo de café en Alemania se mantiene en crecimiento, y se considera este producto como una bebida popular. Su consumo per cápita crece vertiginosamente, y Alemania realiza un gran volumen de importación, ya que la agricultura de este país es incapaz de suplir toda la demanda para una población tan grande.

El consumo per cápita de café en Alemania ha sufrido un ligero descenso en los últimos 15 años. Esta caída se debe a que el café suele verse como un producto no saludable, sin embargo se mantiene un crecimiento constante, considerándose al mercado Alemán como uno de los mercados de café más grandes de toda Europa. La población Alemana consumidora de café prefiere la bebida por encima del agua potable y la cerveza.

La Asociación Alemana del Café ha revelado que: “El consumo de café en Alemania aumentó en sólo un 0,5% en 2010 hasta alcanzar 712.020 toneladas. Sin embargo, el director ejecutivo de la asociación, elogió el aumento como un logro en un momento en el que el lento crecimiento económico significa que las ventas de otras bebidas, como cerveza, están cayendo.”

La tendencia de crecimiento de consumo de café se mantiene, ya que cada vez se crean establecimientos donde se toma los tipos de café expresos. Tal es el caso, de que la cadena Starbucks de EE.UU. se estableció en Alemania desde el año 2002 y se encuentra operando en más de 15 ciudades, con 119 tiendas de café. Para el 2010, se presume que las ventas de café incrementaron en un 30%.

Cuadro 4 – Consumo de café en Alemania
(Años 2010-2011)

2010	2011
9,292	9, 460

* *Datos expresados en miles de sacos*

* *Fuente: Organización Internacional del Café*

* *Ver gráfico 5 en anexo 2*

Tipos de café consumidos

- Granos tostados de café: son los usados en los sistemas de café expreso y capuchino, ya sea para uso doméstico y comercial.

“El consumo por término medio de café tostado en Alemania fue de 7,3 millones de sacos, frente a 1,9 millones de sacos de café soluble. El consumo de café estuvo, por tanto, dominado por el uso de café tostado, que representó el 79% del total. No obstante, el porcentaje de café soluble en el consumo total aumentó del 13% en 1997 al 25,7% en 2011. El uso de cápsulas de café en el consumo en la casa aumentó a un ritmo rápido (37% al año) y el porcentaje de este segmento en el mercado total pasó del 0,7% en 2004 al 6,9% en 2011.”⁸

- Café tostado molido: es el tipo de café más consumido. Este se utiliza en los sistemas de filtro de café.
- Café descafeinado: es un café con menos cantidad de cafeína. El mismo registró un descenso por el Centro de Comercio Internacional, el cual estimó que:“el café descafeinado alcanzó alrededor del 10% del total de las ventas de café”.

⁸ Tendencias en el consume de determinados países importadores. P(7). Organización Internacional del Café.

- Soluble o café instantáneo: el consumo del café soluble es desigual para los países de la UE, encontrándose en descenso de 0.2% anual.

- Café listo para beber: Son del tipo de café preferidos por los mercados de la UE, principalmente en los hábitos de consumo de café helado.

- Café preparado: este es el tipo de café que cuenta con un crecimiento elevado del mercado. Estas mezclas de café se convierten más especiales a medida que pasa el tiempo, ya que tienen una combinación única, y se encuentran preparadas en más de 150 sabores. Su proceso de creación es el de mezclar los granos de café con saborizantes químicos.

3.3 Producción Nacional de café

En Alemania no se produce café, por esta razón dicho país debe recurrir a las importaciones para suplir su demanda, la cual se mantiene en ascenso al pasar de los años.

Dicho esto, es importante mencionar que utilizan otros métodos para hacer llegar el producto a su consumidor final. Tales como los Brokers Alemanes de Café.

- **Brokers Alemanes de Café**

Alemania es uno de los principales países importadores y re-exportadores de la Unión Europea, debido a que Alemania no cuenta con cultivo de café compra a diferentes países del mundo. Cuenta con muchos brokers o traders de café, los cuales se encuentran

concentrados mayormente en Hamburgo. Estos sirven como puente entre los caficultores del mundo y los grandes torrefactores Alemanes. Su proceso inicia en las negociaciones de compra del café verde o semi-tostado, vender a los tostadores internos y re-vender productos terminados de diferentes marcas Internacionales. Los Brokers o traders más conocidos del mercado alemán son:

- **Neumann Kaffee Gruppe**

La más grande comercializadora de café del mundo. Creada en 1990 como una fusión de las compañías Neumann and Rothfos.

- **Eugen Atté**

Es un broker alemán fundado en el año 1932 en Hamburgo con la finalidad de importar y reexportar café verde. Con el tiempo se fueron convirtiendo en uno de los 5 principales brokers alemanes del mundo.

- **Euroca**

Broker y trader de café verde. Fundada en el año 1992 como una empresa agente de compra de café verde internacional.

- **Rehm Coffee**

Importadores de café. Fundada el 22 de octubre de 1906 como especialista en café verde y gourmet. Contando con más de 100 años de experiencia y prestigio en el mercado.

- **Benecke**

Importadores de café. Creada en el año 1 como especialista en compra de café verde de alta calidad.

- **Interamerican Coffee**

Importadores de café. Creada en 1983, su misión es captar y vender a los tostadores alemanes el café verde mayor calidad del mundo.

3.4 Análisis de la oferta del mercado

El café en Alemania se destaca por ser asequible para el público en general, ya que este puede ser consumido en el hogar y en establecimientos comerciales, tales como: restaurantes, cafés y lounges, máquinas dispensadoras, tiendas y cadenas de café.

Los puntos de compra para los hogares y demás consumidores de café, es por medio de supermercados, hipermercados, tiendas pequeñas y grandes, ventas directas y por internet. Se considera que estos puntos de venta son los más importantes para la comercialización extendida de café que existe en Alemania.

Las cadenas de café son puntos de ventas en los cuales su tema principal es el café, ofreciendo una amplia variedad de diferentes tipos de café y de productos al mismo, pudiendo ser acompañados con sándwiches, pasteles y tartas.

3.5 Exportaciones de café

Cuadro 5 – Exportaciones de café de Alemania
(Años 2010-2012)

Destino	2010	2011	2012
Mundo	1.921.658	2.860.890	2.583.665
Polonia	295.227	416.106	420.571
Estados Unidos de América	298.011	540.580	398.565
Francia	183.788	286.519	264.689
Países Bajos (Holanda)	179.651	261.181	246.047
Bélgica	88.767	168.899	161.096
Austria	138.523	172.397	141.496
España	78.397	129.403	128.321
Italia	51.351	91.074	95.742

*Valores en miles de Dólares

* Fuente: Trademap

* Ver gráfico 6 en anexo 2

3.6 Importaciones de café

Cuadro 6 – Importaciones de café hacia Alemania
(Años 2010-2012)

Destino	2010	2011	2012
Mundo	3.527.486	5.268.625	4.612.046
Brasil	1.176.292	1.711.126	1.145.655
Viet Nam	327.838	463.913	623.464
Honduras	233.308	336.865	401.213
Perú	329.285	400.354	373.262
Suiza	15.252	175.942	222.809
Etiopía	183.346	234.445	197.708
Italia	91.911	169.134	175.275
Indonesia	119.514	118.339	128.185

*Valores en miles de Dólares

*Fuente: Trademap

* Ver gráfico 7 en anexo 2

CAPÍTULO 4.

ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO DEL SECTOR CAFETALERO DOMINICANO EN ALEMANIA (PERÍODO 2010-2012)

CAPÍTULO 4. ANÁLISIS DE LA PARTICIPACIÓN DE MERCADO DEL SECTOR CAFETALERO DOMINICANO EN ALEMANIA (PERÍODO 2010-2012)

4.1 Penetración del mercado

El café se mantiene como la bebida más importante y consumida de la Alemania, siendo preferida por encima del agua mineral.

La inserción del café dominicano al territorio alemán compone de varios pasos para que el producto llegue a su mercado meta. Dicho esto, se hará mención de la documentación requerida para la correcta introducción del producto a Alemania:

- Factura Comercial
- Certificado de fumigación
- Certificado de Origen Formato A
- Certificado CITES
- Conocimiento de Embarque (BL O AWB)
- Carnet TIR, ATA
- Formato DV
- Declaracion Unica Aduanera (DUA)
- Lista de Empaque
- Certificados Fitosanitarios

Cabe destacar que el café que se introduce en Alemania en calidad de grano verde, debe de pasar por un proceso de tostado, la cual es realizada por grandes empresas

nacionales con alta tecnología, que enfocan la naturaleza de sus operaciones al tostado del producto.

Las compañías que se encargan del procesamiento del tostado de café, sirven como suplidores a empresas locales que distribuyen el producto en el mercado nacional y a comerciantes internacionales (especialistas en el área).

Gran parte de los comerciantes y distribuidores operan en puertos donde el café es llevado. Siendo el puerto de Hamburgo el de mayor importancia.

Alejandro Domínguez Doncel (2007) afirma: “la penetración consiste en desarrollar el negocio, incrementando la participación en el mercado seleccionado con los productos actuales”.

Las estrategias de penetración más utilizadas en las actualidades enfocadas al mercado alemán, se resumen en los siguientes puntos:

- Promoción de venta personal. (Face to face)
- Oferta de precio competitivos
- Publicidad agresiva.
- Marketing boca a boca

4.2 Lealtad del cliente

“La lealtad comienza al momento que el cliente está satisfecho con la compra de un bien o la prestación de un determinado servicio, pero definitivamente estos dos conceptos tiene una gran diferencia.”⁹

Alemania tiene como norte la importación de café verde de los países Latinoamericanos, esto es porque muchas de estos territorios son productores activos de café en el mundo, ofreciendo un producto de gran calidad.

A su vez, el mercado alemán es característico por su equipamiento en maquinarias de torrefacción con alto rendimiento y eficacia, lo que da como resultado un café diferenciado de toda la región.

Actualmente la nación dominicana se conoce por ser de los países latinoamericanos con menor comercialización de café verde en el mercado alemán, no obstante las cifras han mostrado un crecimiento vertiginoso, ya que el país se ha enfocado en las exportaciones hacia este destino.

Alemania se conoce por ser el segundo país al cual la República Dominicana realiza exportaciones de café, (seguido de E.E.U.U), lo que demuestra que existe una relación comercial que se fortalece entre ambos países con dicho intercambio comercial, trayendo como resultado que el producto sea conocido a nivel mundial.

⁹ Rodríguez, Collado y Herrero (2001)

Cuadro 7 – Exportaciones de café dominicano hacia Alemania
(Años 2010-2012)

2010/2011	2011/2012
897,739.66	1,073,363.67

**Valores en expresados en Miles de US\$*

** Fuente: CODOCAFE*

** Ver gráfico 8 en anexo 2*

4.3 Selectividad del cliente

Kotler & Keller (2009) afirman que: “la selectividad del cliente se refiere al volumen de compra promedio al sector.”

Para el año 2010 y 2011 las importaciones anuales de todas las variedades de café se mantuvieron excediendo los 15.9 millones de sacos, dejando a Alemania como uno de los países que realizan más importaciones, después de los Estados Unidos. Esto muestra que el mercado alemán, es un gran consumidor de café, con un potencial sumamente alto, registrando importaciones anuales hasta de 17.7 millones de sacos entre los años 2010-2012.

Comportamiento de consumo de café verde, tostado y soluble en Alemania

(Años 2010-2012)

Tipo	Promedios 2010-2012	Comportamiento (%) 2010-2012	Porcentaje anual 2010-2012
Verde	16,026	90.3%	3.0%
Tostado	823	4.6%	10.7%
Soluble	892	5.0%	15.3%
Todos los tipos	17,741	100%	3.8%

**Valores en expresados en Miles de sacos*

** Fuente: Organización Internacional del Café*

4.4 Selectividad de precio

La selectividad de precio del café se determina por los precios establecidos en el mercado internacional, estos precios son regulados por la Organización Internacional del café y los aprueba el Consejo Intencional del Café, según reglamento estadístico. El sector cafetalero tiene un lineamiento que se debe de acatar según el precio en la bolsa del café Internacional.

Al momento de la fijación de precios, la primera acción a realizar es la de recopilación de datos, la cual es luego difundida a las organizaciones que le competen. Los precios fijados se calculan en base a los precios diarios existentes en el mercado alemán, y los fijan de acuerdo a las diferentes variedades de café.

Requisitos para la recolección de datos para fijar precios:

2. Los precios se expresaran en dolares estadounidenses por 50 kilogramos de café verde.

3. Los precios deben hacer referencia a:

- a) cotizaciones ex dock para pronto embarque en los mercados del disponible de Alemania. Si no hubiere habido precios ex dock, podrán utilizarse los precios FOB, CIF o C.&F., los cuales serán convertidos a términos ex dock mediante los diferenciales que estén en vigor en la fecha de obtención de las cotizaciones;
- b) Transacciones a última hora de la tarde (hora alemana).
- c) Ventas en origen. A falta de un volumen significativo de ventas en origen, se tendrán en cuenta los precios correspondientes a las reventas. A falta de un volumen significativo de ventas en origen o de reventas, se tendrán en cuenta las ofertas en origen y de reventa, en ese orden.¹⁰

¹⁰ Reglamento de estadística; Precios indicativos. P (4). Organización Internacional del Café.

CAPÍTULO 5.

PROYECCIÓN DE LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DEL CAFÉ DOMINICANO (PERÍODO 2013-2014)

CAPÍTULO 5. PROYECCIÓN DE LA TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE LA PARTICIPACIÓN DEL CAFÉ DOMINICANO (PERÍODO 2013-2014)

5.1 Tendencia de crecimiento del sector cafetalero dominicano en el mercado Alemán

El café ha tenido un fuerte crecimiento en el mercado alemán. La tendencia de consumo que existe en el mercado tradicional experimenta una tasa de crecimiento anual de 1.6%; gran parte de este incremento lo causa los países exportadores y mercados emergentes con un porcentaje de 3.5% y 4.3%. Según la Asociación Alemana de Café, el consumo local sigue en aumento y cada año el consumo por habitante es de 6.9 kgs, por lo cual se estima un crecimiento promedio de 0,3% a 1, 5% del consumo anual por persona.

La Industria Alemana de café comprobó por medio de un estudio, que el café presentó un aumento de precio en las ventas al consumidor final, por lo que se estimó una elevación para los años 2013-2014. Este incremento no solo se registró por la influencia en la demanda, sino que además se vio un aumento individual de 3% a 4% en el consumo Per cápita, y con proyecciones de 6% a 7% para el año 2014.

Alemania presenta una fuerte demanda en el comercio mundial de café; esto indica que el sector cafetalero dominicano, tiene una gran oportunidad para desarrollarse y expandirse ampliamente en este mercado, logrando captar más compradores y crear la lealtad de los clientes, por el producto de calidad que se oferta actualmente.

Basados en los datos actuales e históricos, podemos representar cual sería la posible tendencia de la demanda de café Dominicano en el mercado Alemán para el año 2014. A continuación se muestran los datos de la demanda desde 2010 hasta el 2014.

**Cuadro 8 - Proyección de la demanda de café en Alemania
(Años 2010-2014)**

Años	Demanda	Precio promedio anual
2010	20,603	95 US
2011	20,925	97 US
2012	21,816	98.41 US
2013	22,134	96.59 US
2014	22,906	92.45 US

**Valores en expresados en Miles de sacos*

** Fuente: Organización Internacional del Café*

** Ver gráfico 9 anexo 2*

Con los datos expresados en el cuadro anterior, es posible observar la proyección de la demanda de café Dominicano en Alemania, un comportamiento favorable para el país y en vía de crecimiento constante en periodos futuros.

5.2 Perspectivas

El café es un cultivo muy noble, por lo que hace que se encuentre en constante análisis en el sector caficultor. La Organización Internacional del Café (OIC) determinó mediante un estudio pronóstico, que el estimado de la producción de café durante la cosecha 2012/2013 será menor en 2.5% con respecto al ciclo 2011/2012, por lo cual podrá alcanzar los 150 millones de sacos a finales del año actual, debido a esto se calcula que la proyección que la producción 2013/2014, que ya comenzó, aumentará 5.5% en comparación con el ciclo anterior.

La OIC estimó que las perspectivas para la producción de la cosecha 2013 en Centroamérica podría aumentar de un 4% a 6% y de esta manera alcanzar 22.3 (Miles de sacos) para finales del periodo. Lo que podría variar la proyección 2014 de 22,9 (miles de sacos) a aproximadamente 25,3 (miles de sacos).

Existe un factor muy importante a nivel internacional que podría incidir considerablemente en el crecimiento del sector cafetalero dominicano a nivel internacional; es el de fusionar las semillas de la variedad arábica y robusta, para la obtención de un mejor grano que contenga las mejores cualidades de ambos tipos, lo cual se encuentra en proceso actualmente, estimando con esto una demanda mayor del mercado Alemán y variación de precio para el siguiente periodo 2013-2014.

CONCLUSIÓN

Al finalizar la investigación, es necesario destacar que el sector cafetalero de la República Dominicana países se ha destacado por tener un comportamiento de incremento en cuanto a las exportaciones del producto. El beneficio que se estima para la nación dominicana en un período considerablemente corto, es el de mantener y fortalecer una relación comercial con la industria del café Alemana.

Alemania cuenta con gran mercado de apertura para el sector cafetalero dominicano, ya que se ha identificado el aumento del consumo y la demanda de mayor calidad de sus habitantes, además de ser el segundo país importador del mundo de café y con una gran brecha a desplazar a los Estados Unidos del primer lugar. Se prevé que surjan cambios importantes en el sector cafetalero dominicano, los cuales ayudarán a incrementar la demanda de café que tiene Alemania en la actualidad con la nación dominicana. Gran parte de esto se debe a diferentes razones:

- Nuevas técnicas del proceso del cultivo.
- Crecimiento de las exportaciones dominicanas.
- El aumento del consumo de café por habitante en Alemania.
- La demanda que presenta el país como re-exportador.

Este escenario, puede estar sujeto a cambios sustanciales no solo en la economía del sector café de la Republica Dominicana y Alemania, sino también en la economía mundial del café.

RECOMENDACIONES

La República Dominicana cuenta con capacitación y mejora constante del sector cafetalero. No obstante para mantener un equilibrio entre la oferta y demanda es necesario aplicar algunos cambios, ejemplo:

- Aplicación de técnicas de beneficiado ecológico que permitan conservar la calidad y propiedades del café, minimizando el impacto al medio ambiente y aumentando la demanda del producto.
- Mantener una actualización constante de los lineamientos o estándares de calidad establecidos para la producción y procesamientos del café, con la finalidad de alcanzar nuevas certificaciones de las normas internacionales que permitan el desarrollo de una nueva apertura comercial para el sector.
- La promoción del cultivo nacional de café y la capacitación de los caficultores con nuevas técnicas, las cuales permitan obtener un grano de mayor calidad que cumpla con estándares demandados por el mercado.
- Apoyo del sector público para las exportaciones de café hacia el mercado alemán, ya sea otorgando facilidades para el crecimiento del sector cafetalero dominicano.
- En caso de que sea necesario, el gobierno debe cooperar con los caficultores con ayuda financiera para fomentar el cultivo de café.

BIBLIOGRAFÍA

❖ Organización Internacional del Café (ICO):

<http://www.ico.org/>

- Informe estadístico e histórico de precios
- Tendencias en el consumo de café en determinados países importadores (sept. 2012)
- Tendencia del consumo de café en Alemania (2012)
- Tendencia del consumo mundial (2012)
- Tendencias en el consumo de determinados países Importadores. P(2). Organización Internacional del Café (OIC).
- Reglamento de estadística. Precios indicativos.

❖ Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura (FAO):

- Informe de perfil económico de Alemania
- Perspectiva a plazo medio de la producción agrícola: Café.

❖ Dirección de Comercio Exterior y Administración de Tratados Comerciales.

❖ Centro de Exportación e Inversión de la Republica Dominicana (CEI-RD).

❖ Consejo Dominicano de Café (CODOCAFE).

- Estudio de la cadena de comercialización del café Dominicano (Colección de estudio Socio económicos No. 4)

❖ Estadísticas del comercio:

<https://www.trademap.org>

❖ Kotler & Keller (2009). Dirección de marketing .Mexico: Pearson Education.

❖ Coscione, Marco (2011). Comercio Justo de la Republica Dominicana: Café, cacao y banano. Santo Domingo: FUNGLODE.

❖ Visión estratégica para la exportación de café dominicano. P(21) Giovannucci, Daniele(2009)

ANEXOS

Anexo 1 – Anteproyecto

Selección del título

Análisis de la participación de mercado del sector cafetalero dominicano en Alemania en los períodos 2010-2014.

Definición del problema

La participación de mercado o también conocida como Market Share, es el porcentaje obtenido del mercado de un producto o servicio determinado. Este muestra el índice de competitividad del producto recopilando datos que demuestren el crecimiento o disminución y las tendencias competitivas. Kotler&Keller (2009) afirman que existen tres formas de medir participación de mercado; participación total, servido y relativa. Resulta muy útil analizar los movimientos de la participación de mercado en relación a cuatro elementos:

1. Penetración del mercado.
2. Lealtad del cliente.
3. Selectividad del cliente.
4. Selectividad de precio.

El análisis de la participación de mercado del sector cafetalero dominicano en el mercado Alemán, sería de gran ayuda para conocer cuál ha sido el crecimiento obtenido por este sector en el período 2010-2012, ya que el mismo se ha registrado con un auge en las exportaciones de café para los últimos años. Por esta razón, se considera analizar la participación de mercado adquirida por este sector del café para los periodos 2010-2012, y de esta manera realizar una proyección al periodo 2013-2014, de su posible comportamiento y crecimiento de las exportaciones.

Planteamiento del problema

El sector cafetalero Dominicano juega un papel muy importante en la economía del país, pues ha sido uno de los principales cultivos y producto nacional de exportación. En la actualidad, las exportaciones y producción del sector cafetalero Dominicano han disminuido entre los productos agrícolas con fines de exportación. Entre los principales países de exportación del café Dominicano se encuentra EEUU, en su mayoría vendido mediante subastas en nuestro país vecino Puerto Rico. Además, países Europeos destacándose Alemania, como segundo destino de exportación de café dominicano.

Alemania es el principal mercado de café de Europa, seguido por Italia como productor y por Holanda como consumidor. Estudios de La Organización Internacional del Café (OIC) afirman que: “Alemania cuenta con una participación de un 22% del mercado Europeo en cuanto a consumo de café, superando a los Estados Unidos”. El mercado del café de Alemania se caracteriza por su capacidad industrial de maquinarias y

equipos, también por su ardua competencia entre sus comerciantes mayoristas, distribuidores y procesadores. Dicho mercado se encuentra en constante crecimiento, dando paso a una nueva etapa de nuevas forma de consumo y demanda de calidad.

Tomando en cuenta este factor, se ha planteado Alemania, para estudiar la participación de mercado que ha obtenido el sector cafetalero dominicano, con miras a proyectar la tendencia de crecimiento que tendrá para el siguiente año de estudio de análisis.

Objetivos

Objetivo General:

Realizar un análisis sobre la participación de mercado del sector cafetalero dominicano en Alemania.

Objetivos Específicos:

- Analizar la participación del café dominicano en el mercado alemán, en el periodo 2010-2012.
- Determinar la situación actual del café dominicano en Alemania.
- Identificar principales exportadores de café dominicano a Alemania.
- Establecer las tácticas de comercialización del sector cafetalero dominicano, para introducirse en el mercado Alemán.
- Realizar una proyección de la tendencia de crecimiento de la participación del café dominicano para el periodo 2013-2014.

Justificación de la investigación

Justificación teórica

Actualmente la República Dominicana tiene como segundo destino de exportación de café a la nación Alemana. Dicho mercado cuenta con una demanda elevada del café, siendo el producto, la bebida más consumida en este país, por encima del agua potable. Considerando esto, se ha planteado la necesidad de analizar la participación de mercado que ha obtenido el café dominicano en Alemania, determinando cuales han sido las técnicas implementadas para lograr su inserción en este destino extranjero.

En efecto, de este análisis se podría obtener un panorama de cómo la República Dominicana se está insertando en este mercado alemán, con el producto café, lo cual ofrecería una proyección de la tendencia que se estima para años futuros.

Justificación metodológica

Con este análisis, se pretende estudiar cómo se ha posicionado el sector cafetalero dominicano en Alemania, contribuyendo de esta manera a la implementación de estrategias que permitan introducir nuevas metodologías en la comercialización de café en la República Dominicana. El análisis permite establecer el porcentaje o proporción que obtiene el producto del café en el mercado alemán.

Justificación práctica

El sector cafetalero dominicano es muy importante en la República Dominicana. Obtener un mayor grado de calidad en el producto para fines de exportación, se ha convertido en uno de los retos más grandes del sector agrícola nacional. Hoy en día, este sector destina gran parte de sus exportaciones hacia Alemania, siendo el segundo mercado principal para este producto.

Al realizar este análisis podremos determinar el comportamiento del café dominicano en el sector alemán y de esta manera obtener la participación futura en el mercado mediante una proyección. Además, conocer las oportunidades, competencias y debilidades para los exportadores en dicho mercado.

Tipo de investigación

- **Explicativa:** El tipo de investigación a utilizar es la explicativa., debido a que dará razones de las causas del fenómeno u objeto de estudio. En este caso, se procederá a analizar la participación de mercado que tiene el sector cafetalero dominicano en el mercado Alemán, explicando la tendencia de crecimiento que ha obtenido dicho producto, finalizando con una proyección de esto.
- **Descriptiva:** con este tipo de investigación se pretende examinar cuidadosamente el objeto de estudio, señalando todas las cualidades y rasgos que lo identifican; lo que permitirá obtener las conclusiones y recomendaciones sobre la participación de mercado que ha obtenido el café dominicano en Alemania.

Marco de referencia

Marco teórico

El café es la bebida que se adquiere por medio de la plantación de las semillas tostadas y molidas de café o cafeto. Existen dos variedades de café, tipo arábica y tipo robusta. El café arábico es originario de la antigua Etiopía, y es la más conocida y producida a nivel mundial con un 70%. Su característica está dada a producir una infusión aromática de sabor fuerte y ácido, cuenta con sub variedades como la Catuai, Caturra, Mundo Novo, y Blue Mountain. El café robusta tiene su origen en África e Indonesia. Este tipo de café logró derivar las nuevas formas de consumo actual, como el podemos destacar el café soluble y descafeinado.

La República Dominicana se reconoce como uno de los principales productores de café en Latinoamérica, destacándose en calidad en el producto; por lo que distintos países han preferido el mismo, entre estos, se encuentra Alemania. La nación dominicana ha logrado incursionar con las exportaciones de café en el mercado Alemán, incrementando considerablemente su participación en dicho destino, por ser una nación que consume gran cantidad de café por encima que el agua potable.

En Alemania, el café representa la bebida más consumida, quedando el agua y la cerveza en segundo lugar. Su producción nacional representa menos del 50% del consumo local por lo cual le obliga a demandar producto externo. El mercado alemán como los demás mercados del mundo ha incursionado en las nuevas tendencias de consumo, como podemos mencionar el café listo para tomar y los bares de café o coffee shop.

El 80% del café importado en Alemania, es el café verde sin descafeinar, esto viene dado a su sistema de torrefacción. Según información suministrada por el Consejo Dominicano de Café (CODOCAFE), en conjunto con el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) , las variedades de café exportadas por el sector cafetalero hacia Alemania, estas son:

- Sin tostar: sin descafeinar y descafeinado (café verde).
- Tostado: sin descafeinar y descafeinado (café en grano).
- Otras: cascaras, semillas, productos con cierto grado de café, presentación soluble.

Por otra parte, está comprobado que las mejores maquinarias de tostado y clasificación son de origen alemán, de lo cual podemos destacar su gran intercambio comercial con el sector cafetalero Latinoamericano en cuanto a maquinaria, piezas y servicios relacionados.

b) Marco conceptual

- **Café:** El cafeto pertenece a la familia de las Rubiáceas, al género Coffea, que comprende alrededor de 60 especies, de las cuales 2 especies son las más cultivadas. 11
- Variedades del café:
 - **Café Arábica:** “originario de Etiopía, representa las variedades más conocidas, extendidas y apreciadas, representando el 70% de la producción mundial”.¹²

¹¹CEI-RD. Perfil Económico del Café (2011), p1. Recuperado de http://www.ceird.gov.do/estudios_economicos/estudios_productos/perfiles/cafe.pdf

¹²CEI-RD. Perfil Económico del Café (2011), p1. Recuperado de http://www.ceird.gov.do/estudios_economicos/estudios_productos/perfiles/cafe.pdf

- **Café Robusta:** “se presume originaria de África o Indonesia. Esta variedad puede ser cultivada a nivel del mar y hasta una altura de 600 metros”.¹³

- **Sector cafetalero dominicano:** sección de la economía dominicana, el cual tiene como finalidad el cultivo del cafeto y su torrefacción, considerado como uno de los productos agrícolas de mayor consumo e importancia en la economía nacional.

Participación de mercado: es la proporción que obtiene un producto de una compañía al venderlo en un mercado específico, comparado con el total de productos similares que comercializa en la misma zona o país.

Sector cafetalero Alemán: parte de la economía alemana destinada a la venta y consumo del café. La Oficina Económica y Comercial de España en Dusseldorf (2006) establece que: “El mercado del café en Alemania presenta desde hace unos años una tendencia hacia nuevas formas de consumo de café, cuyo consumo está aumentando considerablemente.”¹⁴

Torrefacción: Tostadura especialmentedel café.¹⁵

¹³CEI-RD. Perfil Económico del Café (2011), p2. Recuperado de http://www.ceird.gov.do/estudios_economicos/estudios_productos/perfiles/cafe.pdf

¹⁴Oficina Económico y Comercial de España en Dusseldorf. El mercado del café en Alemania. (2006), p4. Recuperado de http://portal.araujoibarra.com/estudios-de-mercados-por-paises/alemania/Cafe_Alemania_2006.pdf

¹⁵RAE. (2013). Recuperado de <http://buscon.rae.es/drae/srv/search?val=torrefacciones>

Marco espacial

Se realizará un análisis de la participación del mercado en Alemania, ya que allí se encuentra un volumen identificado de exportaciones de café dominicano, que se mantiene en ascendencia.

Marco temporal

El estudio comprenderá los períodos desde el año 2010-2014.

Métodos, procedimientos y técnicas

Métodos

- **Inductivo:** se ha recurrido al método inductivo, debido a que se partirá desde el objeto de estudio que es la participación de mercado del sector cafetalero en Alemania, para de esta manera llegar a las diferentes conclusiones. El método inductivo permite obtener conclusiones generales a partir de premisas particulares; el mismo inicia el proceso de conocimiento con la observación de fenómenos particulares con el propósito de llegar a conclusiones y premisas generales que pueden ser aplicadas a situaciones similares a la observada.

- **Análisis:** El método de análisis es aquel en el cual se separan las partes de un todo a fin de estudiarlas por separado así como examinar las relaciones entre ellas. Este método ayudará a desglosar las variables generadas de esta investigación en datos específicos que permitan asignar números a las mismas y a obtener a información detallada sobre la implementación del plan de competitividad sistémica.

Técnicas de investigación

La técnica de investigación a tomar será la documental, la cual se enfoca en la recopilación de datos, entre estas fuentes, materiales y documentos de consulta.

Se utilizará fuentes de datos secundarios, tales como los materiales publicados y las bases de datos computarizadas. Explicadas de una manera mucho más clara y precisa, se recurrirá a las siguientes fuentes para los fines de investigación:

-Artículos (Periódicos).

-Bases de datos en línea.

-Libros de textos.

Tabla de contenido

Agradecimientos

Dedicatoria

Propuesta

Introducción

Capítulo 1. Aspectos Generales y Características del café

- 1.1 Genealidades del café
- 1.2 Antecedentes del café
- 1.3 Variedades comercializadas y sus características
- 1.4 Productores mundiales de café
- 1.5 Comercio mundial de café

Capítulo 2. Sector cafetalero dominicano

- 2.1 Historia del café dominicano
- 2.2 Situación actual del sector cafetalero dominicano
- 2.3 Debilidades sector cafetalero dominicano
- 2.4 Fortalezas sector cafetalero dominicano
- 2.5 Producción nacional de café
- 2.6 Condición de los factores de producción
 - 2.6.1 Factores de producción generales
 - 2.6.2 Factores de producción especializados
- 2.7 Exportaciones de café dominicano
- 2.8 Importaciones de café dominicano
- 2.9 Competencia

Capítulo 3. Mercado del café en Alemania

- 3.1 Breve Historia del café
- 3.2 Tendencia de consumo de café
- 3.2 Producción Nacional de café
- 3.2 Análisis de la oferta del mercado

3.4 Exportaciones de café

3.5 Importaciones de café

Capítulo 4. Análisis de la participación de mercado del sector cafetalero dominicano en Alemania (período 2010-2012)

4.1 Penetración del mercado

4.2 Lealtad del cliente

4.3 Selectividad del cliente

4.4 Selectividad de precio

Capítulo 5. Proyección de la tendencia de crecimiento de la participación del café dominicano (período 2013-2014)

5.1 Tendencia de crecimiento del sector cafetalero dominicano en el mercado Alemán

5.2 Perspectivas

Conclusión

Recomendaciones

Bibliografía

Anexos

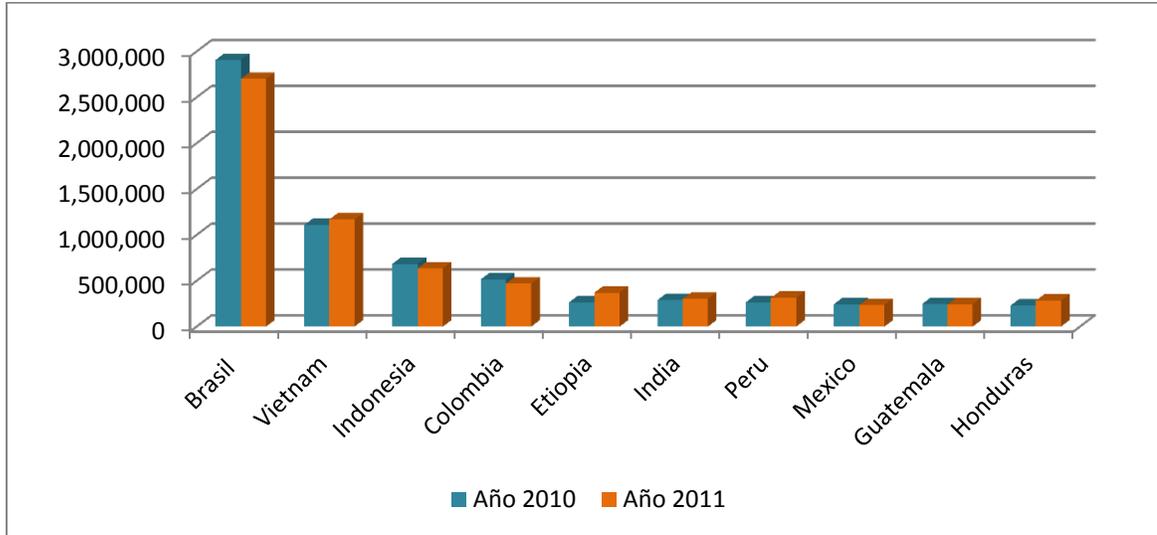
Fuentes de información

De acuerdo al tipo de información, las fuentes a utilizar serán tanto primarias como secundarias. Entre las fuentes primarias que se utilizarán se encuentran entrevistas a realizar a personas involucradas con el sector cafetalero, tales como a la empresa Industrias Banilejas SAS (INDUBAN) y con los datos de exportación a la Dirección de Comercio Exterior (DICOEX). Estas entrevistas permitirán tener diferentes puntos de vista sobre este tema de manera que la investigación sea objetiva e imparcial.

Las fuentes secundarias a utilizar en el desarrollo de esta investigación serán libros, folletos, revistas y documentales relacionados con el sector cafetalero dominicano con su destino de exportación de Alemania, y en base a esta información desarrollar la participación de mercado que ha obtenido dicho sector.

Anexo 2 – Cuadros

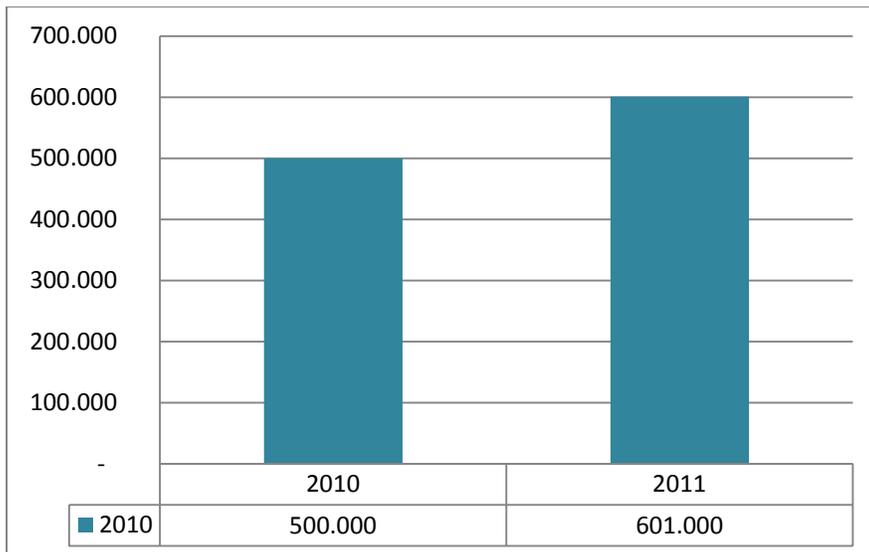
Gráfico 1 – Productores mundiales de café (Años 2010-2011)



* Valores expresados en toneladas

*Fuente: FAOSTAT

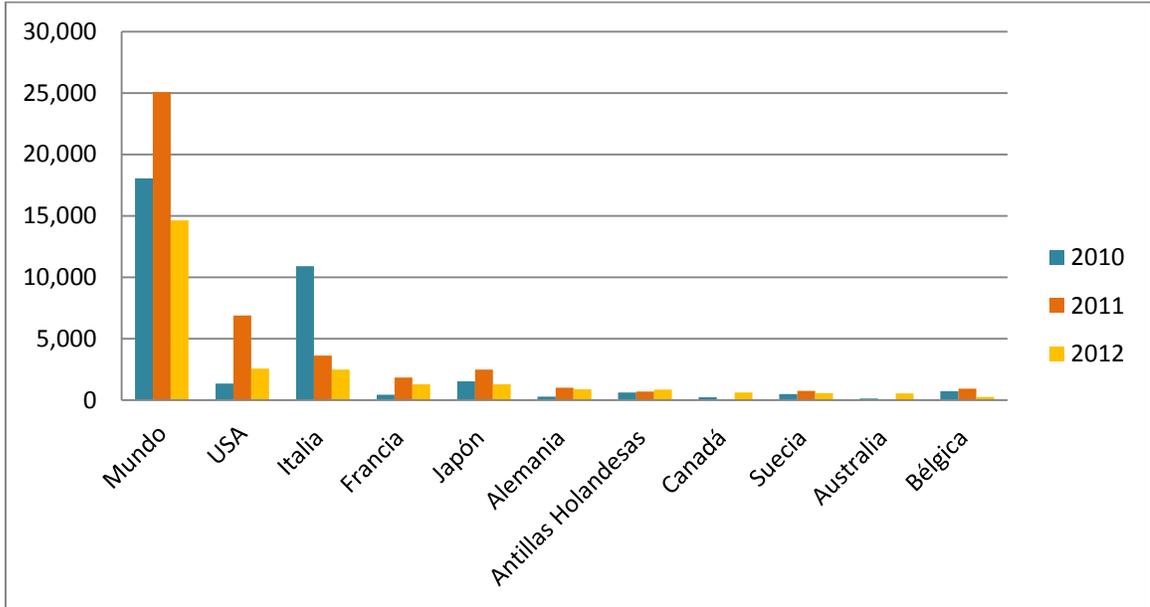
Gráfico 2 – Producción nacional de café dominicano (Años 2010-2011)



* Valores en quintales de café

*Fuente: Ministerio de Agricultura

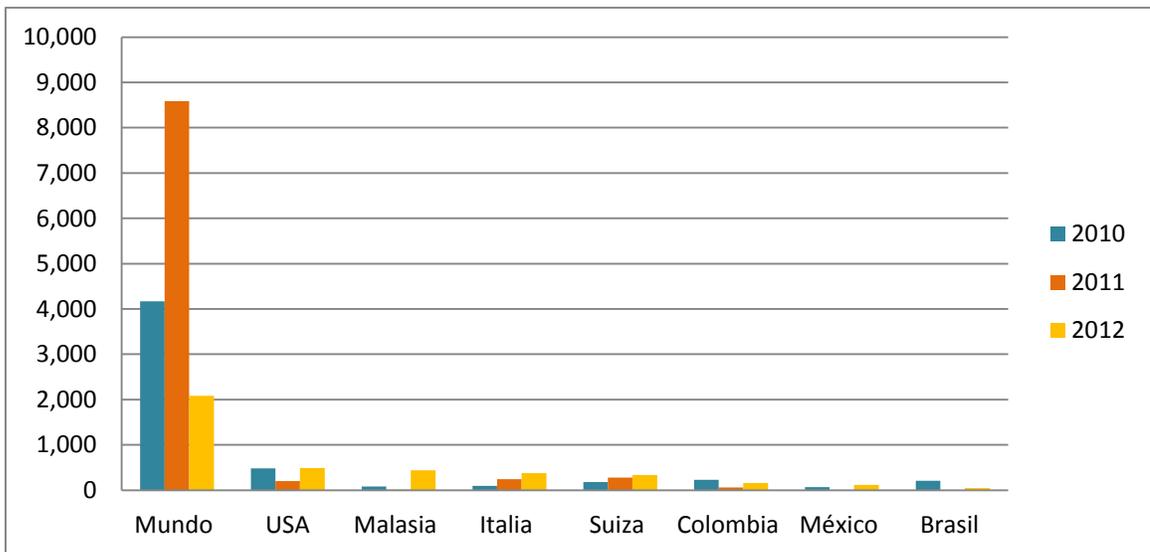
Gráfico 3 – Exportaciones de café dominicano (Años 2010-2012)



* Valores en miles de dólares

*Fuente: Trademap

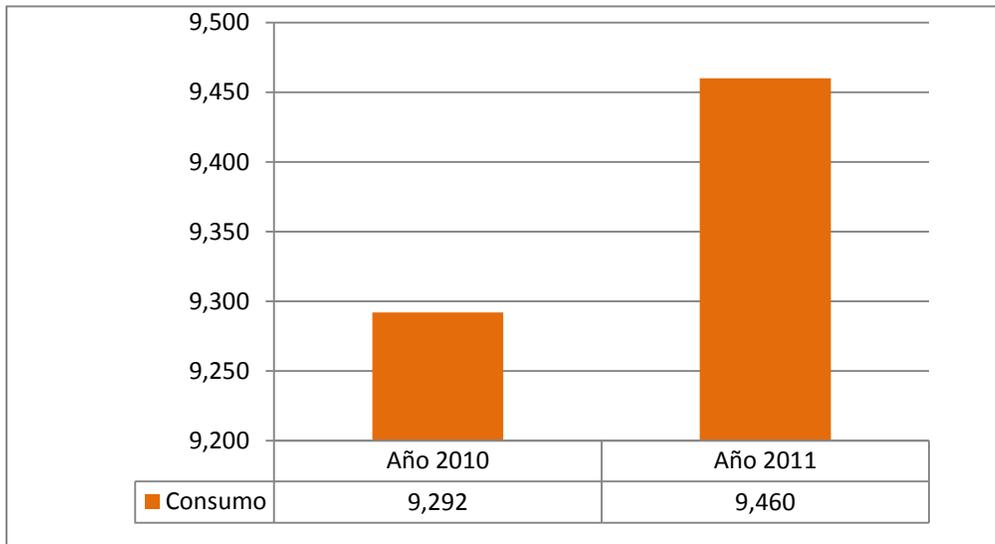
Gráfico 4 – Importaciones de café dominicano (Años 2010-2012)



*Valores en miles de dólares

*Fuente: Trademap

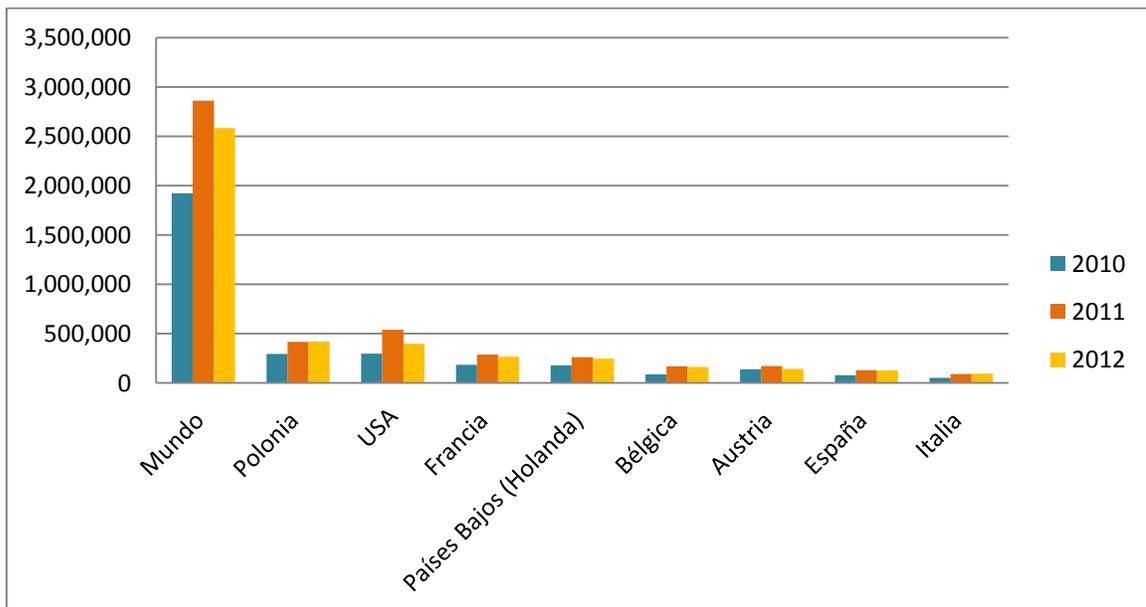
Gráfico 5 – Consumo de café en Alemania (Años 2010-2011)



* Valores expresados en miles de sacos

* Fuente: Organización Internacional del Café

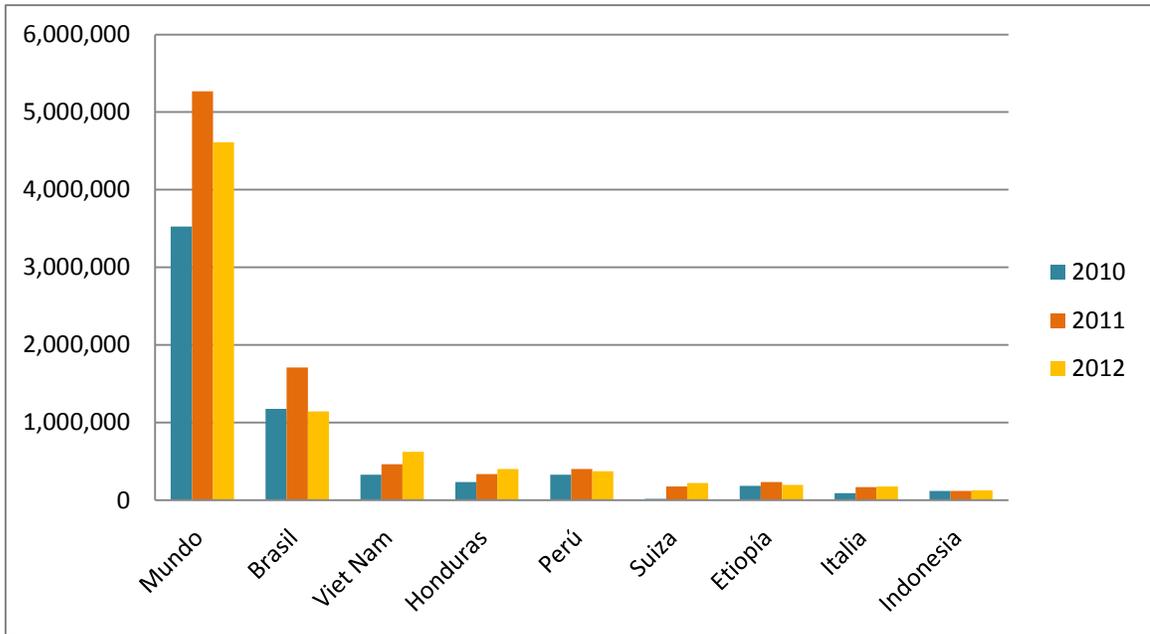
Gráfico 6 – Exportaciones de café en Alemania (Años 2010-2012)



* Valores expresados en miles de Dólares

* Fuente: Trademap

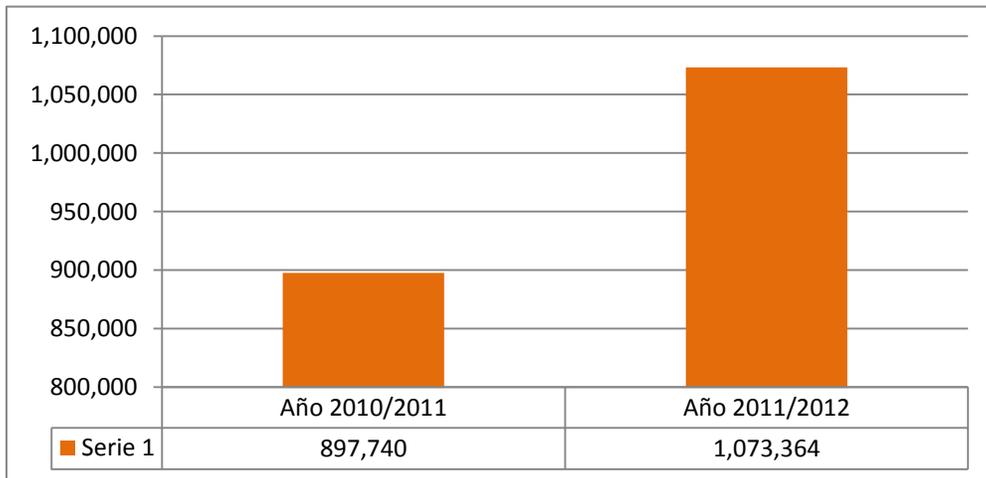
Gráfico 7 – Importaciones de café hacia Alemania (Años 2010-2012)



* Valores expresados en miles de Dólares

* Fuente: Trademap

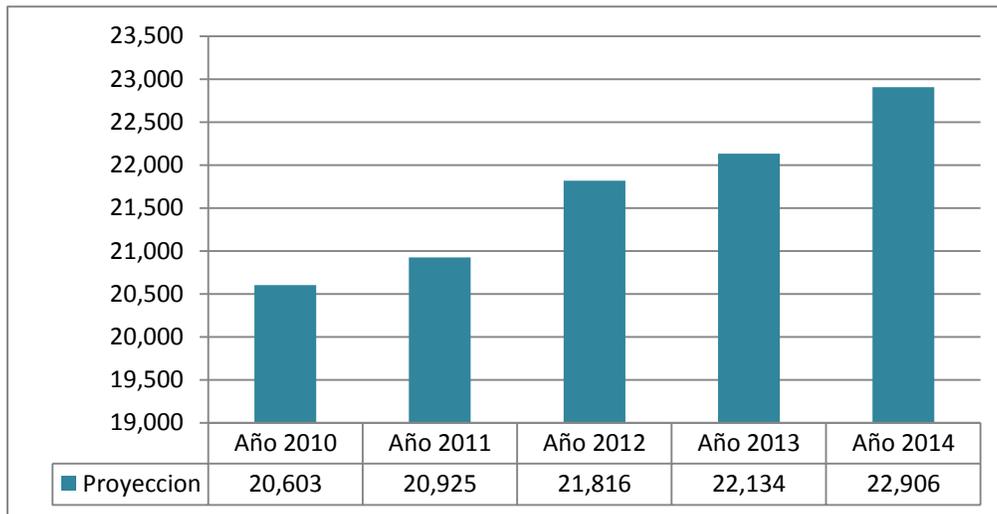
Gráfico 8 – Exportaciones café dominicano a Alemania (Años 2010-2012)



*Valores expresados en Miles de US\$

* Fuente: CODOCAFE

Gráfico 9 – Proyección de la demanda de café dominicano en Alemania



**Valores expresados en Miles de sacos*

** Fuente: Organización Internacional del Café*

Anexos 3

Figura informativa 1 – Infraestructura física especializada

Segmento	Características	Productividad QQ/Ha	% Fincas
Cafetales criollos	Cultivos con mantenimiento básico y casual, no existe nivel de tecnificación alguno por falta de conocimiento y presupuesto, variedad Típica. Agricultor "recolector" en minifundio.	6 a 10	75
Cafetales semi-tecnificados	Plantaciones de pequeños productores que tienen cierto nivel de tecnificación pero su manejo sigue siendo casual y limitado de presupuesto, variedades mistas de Típica.	10 a 15	15 a 20
Cafetales altamente tecnificados	Fincas con alto nivel de tecnificación, variedad de alta productividad, ubicación y mantenimiento intenso.	+20	10

Anexo 4 – Entrevista



La siguiente entrevista fue realizada a los señores: Walter Casas, gerente de Negociaciones en el área de Internacionales de Industrias Banilejas, SAS.

Datos generales

Nombre:

❖ **Walter Casas**

- Gerente de negociaciones

- 2 años de labor en la empresa

Formación: En el área de Ciencias Económicas, con diferentes especialidades en el área de negociaciones.

1. ¿Podría mencionar las razones que han motivado a la empresa a la que pertenece a realizar negocios en el extranjero?

a) Para la expansión de las ventas

b) Diversificación de productos

c) Presiones competitivas

2. ¿INDUBAN Ha realizado investigaciones los mercados a los que se han dirigido?

¿Cuáles medios utilizan?

Sí, Hemos realizados estudios de mercado mediante firmas locales de los países a los que se exporta y valiéndonos de las informaciones que nos brindan las Cámaras de Comercio que funcionan en cada país.

3. ¿Ha sufrido su producto o servicio alguna modificación para ser comercializado en esos mercados? ¿Por qué? (si lo han modificado para adaptado a ese mercado o se mantiene estandarizado)

Dependiendo del mercado, pero en la mayoría de los caso los productos de exportación se deben modificar en algunas de sus características para adaptarlos a los requisitos básicos de los mercados a los que se exportan. Esto no es una regla general ya que existe un paquete de exportación que mantienen sus características sin importar al mercado que se exporte.

4. ¿Podría mencionar en cuáles países realiza negocios internacionales?

- Rusia
- Puerto Rico
- Estados Unidos
- México
- Algunos países de EU

**5. ¿Han encontrado algún obstáculo o barrera para entrar a estos mercados?
¿Cuáles?**

Por lo general las negociaciones no suelen ser tediosas. Pero si han surgido casos en los cuales nos exigen documentos que no tenemos y debemos elaborar lo cual ha retrasado un poco los procesos.

6. ¿Requiere de contacto con instituciones u organismos reguladores y/o de apoyo a su actividad de negocios? ¿Cuáles? (Aduanas, FDA, ADOEXPO, CEI-RD, ONU, etc....)

Por el tipo producto, es necesario contar con los certificados, verificaciones y otros documentos de exportación emitidos por entidades gubernamentales.

7. ¿Podría definir si su actividad comercial en el exterior es: Por temporada - permanente?

De las dos maneras: tenemos productos de exportación por temporada y tenemos de exportación por demanda.

8. ¿Según su criterio, ¿Podría definir si la actividad comercial de la compañía en el exterior es: prioritaria - secundaria?

La prioridad determina el tamaño del mercado, en nuestro caso el mercado local es más determinante y mayor que el mercado de exportación.

9. ¿Podría definir si su actividad comercial en el exterior es vista como una extensión del mercado local – diferente para cada país?

Entendemos que sí, pues los productos de exportación son básicamente los mismos que los del mercado local.

10. ¿Cómo distribuyen sus productos hacia esos mercados? (directa - a través de intermediarios, agente o naviera local?)

A través de navieras manteniendo un constante rastreo has que la mercancía llega a su destino de acuerdo a la forma de venta que regularmente es hasta el puerto del comprador.

12. Una vez colocados en el mercado de destino, ¿realizan otras actividades orientadas a ser aplicadas a esos mercados? (publicidad, promociones, apertura oficinas, etc....)

Por lo general los representantes locales se encargan de ese tipo de actividad.

13. ¿Desarrollan planes de exportación? ¿Responsable de esta operación?

Se desarrollan planes de exportación en base a la captación de nuevos mercados y a la ampliación de los existentes. Para esto contamos con un departamento de exportación y ventas internacionales.

14. ¿Cuáles aspectos toman en cuenta y cuales beneficios aporta a la compañía realizar estos planes?

Se toman en cuenta el posicionamiento de nuestros productos en los mercados actuales y el potencial para mercados nuevos. Esto trae como beneficio directo el incremento de las ventas y de los márgenes de comercialización.

15. ¿Podría mencionar un factor clave que le ha permitido lograr el éxito de sus objetivos comerciales?

La calidad de nuestros productos, el precio y el cumplimiento de los contratos.