



**UNAPPEC**  
**UNIVERSIDAD APEC**

**Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales**

**Escuela de Negocios internacionales**

Título de la monografía:

**Estudio de la viabilidad para la comercialización y exportación de cacao orgánico hacia Suecia: caso Chocolate Antillano S.R.L.**

Sustentada por:

**Yngrid Katuska Canela Suazo 2014-2246**

**Grismaldy Pamela Sánchez Reynoso 2016-2134**

**Sulay Jazmín Rosario Santos 2017-0183**

Asesores:

**Alis Medina**

**Abner Lora**

Monografía para Optar por el Título de  
**Licenciatura en Negocios Internacionales**

**Santo Domingo, Distrito Nacional**

**Abril, 2020**

**Estudio de la viabilidad para la  
comercialización y exportación de cacao  
orgánico hacia Suecia: caso Chocolate  
Antillano S.R.L.**

# ÍNDICE

<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>i</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>iii</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>iv</b>
<b>PALABRAS CLAVES</b> .....	<b>vi</b>
<b>INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO I. EL OBJETO DE ESTUDIO EN EL CAMPO DE ACCIÓN.</b> .....	<b>5</b>
<b>1.1 La producción del cacao</b> .....	<b>6</b>
1.1.1 El cacao y su diversidad .....	6
1.1.2 Recursos utilizados en la producción de cacao .....	7
1.1.3 Derivados del cacao .....	8
1.1.4 El cacao en la producción de chocolate .....	10
<b>1.2 Las exportaciones</b> .....	<b>12</b>
1.2.1 Definición .....	12
1.2.2 Clases de exportación .....	12
1.2.3 Clasificación .....	13
1.2.4 Importancia .....	14
<b>1.3 La comercialización</b> .....	<b>14</b>
1.3.1 Concepto .....	14
1.3.2 Las exigencias en los mercados .....	15
1.3.2.1 Exigencias y factores ecológicos de Suecia .....	15
1.3.2.2 Regulaciones del mercado .....	15
1.3.2.3 Seguridad alimentaria y de productos en Suecia. ....	16
1.3.2.4 Representante autorizado en la Unión Europea .....	17
1.3.3 Oportunidades de acceso a los mercados .....	18
1.3.3.1 Comportamiento del consumidor .....	18
1.3.3.2 Acuerdo de Asociación Económica Entre la Unión Europea (EPA) .....	19
1.3.4 Estrategias específicas de negociación .....	20
1.3.4.1 Estrategia y táctica en el campo europeo .....	20
1.3.4.2 Planificación de la negociación. ....	21
<b>1.4. El acuerdo EPA (Economic Partnership Agreement)</b> .....	<b>22</b>
1.4.1 Definición .....	22
1.4.2 Países que conforman el acuerdo .....	22
1.4.3 Ventajas del acuerdo para la República Dominicana .....	22
1.4.4 Desafíos que presenta este acuerdo para Rep. Dom. ....	23
<b>CAPÍTULO II. MODELO O INSTRUMENTO DE CAMBIO DEL OBJETO DE ESTUDIO EN EL CAMPO DE ACCIÓN.</b> .....	<b>24</b>
<b>CAPÍTULO III. VALORAR EL MODELO Y EJEMPLIFICAR EL MODELO E INSTRUMENTO DE CAMBIO DEL OBJETO EN ESE CAMPO DE ACCION CON LA MEJORA DEL NEGOCIO O EMPRESA.</b> .....	<b>31</b>

<b>3.1 Identificar las normas, requisitos y especificaciones que se exige al producto requiere para exportar y debe efectuar</b> .....	<b>32</b>
3.1.1 Procedimientos de importación relacionados con la sanidad vegetal: .....	32
3.1.2 Documentación .....	33
<b>3.2 Trámites aduaneros</b> .....	<b>34</b>
<b>3.3 Organización Europea de Normalización</b> .....	<b>36</b>
<b>3.4 Requisitos al producto importado</b> .....	<b>37</b>
3.4.1 Certificación UTZ .....	37
3.4.2 La SMSDA .....	39
3.4.3 Seguridad de alimentos .....	41
<b>3.5 Identificar la demanda nacional del producto en el país de destino</b> .....	<b>43</b>
<b>3.6 Determinar los costos económicos asociados al proceso de exportación del cacao dominicano a Suecia</b> .....	<b>43</b>
3.6.1 Precio de Documentos.....	44
3.6.2 Envase.....	44
3.6.3 Modo de transporte.....	45
<b>3.7 Cotización y Elección de Transporte marítimo.</b> .....	<b>48</b>
3.7.1 Cálculo de Incoterms .....	50
<b>CONCLUSIONES</b> .....	<b>51</b>
<b>RECOMENDACIONES</b> .....	<b>53</b>
<b>ANEXOS</b> .....	<b>54</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>66</b>

## LISTA DE TABLAS

Tabla No1. Matriz de selección de mercado.....	28
Tabla No2. Empresas de control de calidad .....	39
Tabla No3. Transporte marítimo.....	48
Tabla No. 4 Cálculo de incoterms.....	50

## LISTA DE FIGURAS

Figura No1. Tipo de carga del producto .....	45
Figura No2. Paleta de carga.....	47
Figura No3. Símbolo internacional .....	47
Figura No4. Símbolo Internacional .....	47
Figura No5.Saco de fibra.....	48
Figura No6. Resultado de antiplagio .....	65

## **AGRADECIMIENTO**

**A los asesores de esta monografía**, Alis Medina y Abner Lora por sus benévolos aportes a la misma.

**A los compañeros del curso monográfico**, en estos meses de aprendizaje que a través de las interacciones y el compañerismo aprendimos bastante.

**A mi familia**, que sin su apoyo tanto financiero como emocional no hubiese llegado tan lejos.

**A mi pareja**, Edwin Javier Vargas Lara que durante este proceso me ayudo y apoyo de manera incondicional y me motivo a dar más de mí.

**Sulay Jazmín Rosario Santos**

**A Dios**, por haberme permitido estar en salud, por darme sabiduría y la oportunidad de concluir una maravillosa etapa con éxito.

**A mis padres**, Gladys Reynoso y José Sánchez por apoyarme en todo momento de esta etapa con sus consejos y sus frases motivadoras.

**A mis asesores y profesores**, fueron unos excelentes guías, de ellos me llevo los mejores aprendizajes tanto profesional como para la vida. Por esa formación brindada hoy en día puedo decir que soy una Licenciada en Negocios Internacionales.

**A mis compañeras**, Sulay Rosario e Yngrid Canela me siento muy orgullosa y feliz de haber trabajado con ustedes, son aplicadas, responsables y muy buenas personas.

**A mis amigos de UNAPEC**, Mical cueto, Christopher Dimas y Aurora Rincón ustedes fueron lo mejor que UNAPEC me dio espero que nuestra amistad siga creciendo más con el tiempo los quiero mucho.

**Grismaldy Pamela Sánchez Reynoso**

**A Dios**, por ser tan hermoso y tan buen padre que me permitió realizar este trabajo sin ningún problema.

**Agradezco a mis queridos asesores**, Alis Medina y Abner Lora, por su gran aporte y dedicación en este trabajo final.

**A mis padres**, mi madre por ser inspiración en mi vida, motivación y ejemplo a través de esta aventura. Mi padre quien es mi profesor del cual he aprendido mucho a través en los años y doy gracias por su corazón de oro.

**Agradezco a mi mejor amiga**, Montserrat Marine quien fue mi mano derecha en el proceso esencial para completar este trabajo, gracias por dedicar horas de tu ajetreada vida para ayudarme. Finalmente, a todos aquellos que ayudaron de forma indirecta o directa a realizar este monográfico.

**A mis compañeras**, Sulay Rosario y Grismaldy Reynoso me siento completa y en paz con mis compañeras, trabajar con ellas fue lo mejor que mi pudo pasar, las respeto y las quiero a ambas, le doy gracias a Dios que me permitió pasar este proceso con ellas.

**Yngrid Katiuska Canela Suazo**

## **DEDICATORIA**

Dedicamos este proyecto a Dios por su infinito amor y misericordia.

A los estudiantes de carrera que buscan soporte en su investigación para que nuestra información le sea útil en su vida profesional.

Y a nuestros padres por brindarnos todo el apoyo necesario para poder llegar hasta aquí.

## RESUMEN

La investigación titulada *Estudio de la viabilidad para la comercialización y exportación de cacao orgánico hacia Suecia: caso Chocolate Antillano S.R.L* nació debido a la necesidad y pertinencia basada en un estudio de viabilidad cuyas pretensiones oscilaban *grosso modo* exportar cacao orgánico hacia el país Europeo Suecia por parte de la empresa Chocolate Antillano, S.R.L.

Las razones de dicho estudio eran diversas, el principal argumento radicaba en que Suecia posee ciertas leyes y ventajas generales en lo que respecta a todo lo relacionado con la negociación, la exportación y por ultimo; la característica del consumo de cacao entre sus ciudadanos.

Nuestras hipótesis de trabajo pretenden principalmente manifestar la idoneidad que posee el país Europeo para así poder exportar nuestro producto, así como también en destacar la innovación del producto en cuestión, esto último es una ventaja, ya que Suecia al tratarse de un país desarrollado está comprometido con la salud de sus habitantes, y el carácter orgánico del cacao que propondremos en las próximas paginas cumple un factor fundamental en lo que respecta a sus efectos positivos hacia el consumidor.

La metodología de investigación se redujo a un estudio de viabilidad, cuyo uso se basa en investigar el potencial de una de idea de negocios. Gracias a dicho método se cumplieron los objetivos del trabajo y se concluyó que la hipótesis de investigación trabajada debe llevarse a la práctica.

Asimismo, se mantuvo en consideración el carácter subjetivo de la población sueca, es decir, se investigaron la relación que los mismos poseen en lo que respecta a su consumo de productos que contienen cacao, esto se hizo con la intención de reforzar nuestras hipótesis de trabajo.

En lo que respecta a los medios que se proponen para llevar a la práctica nuestra investigación hemos elegido una empresa que cumple con los requisitos mínimos para desarrollar nuestro proyecto, así como también le daremos la posibilidad de otorgarle a la misma oportunidades de crecimiento,

internacionalización y expansión, esto mediante la lógica en materia legal que posee la Republica Dominicana en ventaja con alianzas de otros continentes, en este caso, estudiaremos el continente europeo enfatizándonos en uno de sus países más prósperos en relación con el mundo de los negocios.

## PALABRAS CLAVES

- 1. Estudio de viabilidad:** Es un estudio que se realiza antes de empezar un proyecto para saber si éste será rentable o no. Es importante saber esto antes ya que, así, la inversión se podrá optimizar más de tal manera que se le pueda sacar el máximo partido y se podrá saber con anterioridad si el proyecto sacará los beneficios esperados o no. (EAE, 2018)
- 2. Exportación a Suecia:** Hace referencia al envío de un producto o servicio hacia Suecia con fines comerciales, ya sea por vía terrestre, marítima o aérea. Estas operaciones están reguladas por una serie de controles impositivos y disposiciones legales que actúan como marco contextual de las relaciones comerciales entre territorios. (Emprende pyme, 2016)
- 3. Comercialización:** Se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final. (Emprende pyme, 2016)
- 4. Cacao orgánico:** Árbol de América, de la familia de las Esterculiáceas, de tronco liso de cinco a ocho metros de altura, hojas alternas, lustrosas, lisas, duras y aovadas, flores pequeñas, amarillas y encarnadas. Su fruto brota directamente del tronco y ramos principales, contiene de 20 a 40 semillas y se emplea como principal ingrediente del chocolate. (Agrario, s.f.)

## INTRODUCCIÓN

El cacao orgánico en nuestro país es uno de los más apreciados en mercados exigentes, ha ganado numerosa atención y prestigio gracias a distintos productos que lo utilizan, así lo demuestra la barra de chocolate *El bar de la Hispaniola*, la cual es elaborada con el cacao orgánico en el país:

“La barra de chocolate elaborado con cacao orgánico de la República Dominicana, El bar de la Hispaniola, ganó el premio de Mejor Chocolate del Mundo en un acto de la Academia de chocolate en Londres” (Florenzán, 2018)

Dado el prestigio y calidad que posee el cacao orgánico para los mercados exigentes, y siendo Suecia un mercado exigente la posibilidad de riesgo o de fracasar en nuestra hipótesis es mínima.

Además, el país posee la ventaja de contar con el Acuerdo de Asociación Económica (AAE), mejor conocido por las siglas en inglés de Economic Partnership Agreement (EPA) el cual es un acuerdo preferencial que expresa que “los aranceles a los productos europeos son bajos o inexistentes gracias al acuerdo EPA y su desarme prosigue con carácter bienal” (2018).

Otras de las ventajas importantes mencionar, es que este proyecto beneficiará a la República Dominicana en lo que respecta a la mejora de su balanza comercial provocando que la economía crezca y prospere cada vez más.

Creemos que se debe tener más exportaciones que importaciones, ¿Y qué mejor manera de hacerlo con el sector que posee nuestro país con prestigio internacional? Se debe explotar de manera significativa, práctica e inteligente todo aquello que trabaje no solo en aras de la salud de los consumidores, sino también del carácter económico de nuestro país. Si la economía mejora de manera general, también mejorara de manera individual para cada ciudadano dominicano.

Consideramos que Suecia sería el país idóneo al exportar este producto, ya que la mayoría de sus ciudadanos son consumidores frecuentes de chocolate, y el

cacao orgánico gana mucha atención dado su carácter natural y, por ende, saludable para los consumidores ya que tiene muchos beneficios por no ser un producto artificial o benigno.

En Suecia se requiere y demanda el producto de cacao, y nuestro país posee uno de los mejores cacaos de todo el mundo, así como también poseemos ciertas ventajas que se han descrito con anterioridad. Por tal sentido, la sociedad comercial Chocolate Antillano S.R.L. debería aprovechar estas oportunidades y trabajar con dinamismo, si esto sucede, además de la mejora de la economía reflejada en el país, la empresa ganaría popularidad y prestigio, aspectos que le ayudarían a crecer como compañía y, por ende, el cacao orgánico dominicano se expandiría más rápido a nivel internacional.

El presente estudio de viabilidad es una aproximación a lo que podría ser un conjunto de oportunidades y beneficios para el país y uno de sus productos más importantes, de ahí nace la importancia, idoneidad y pertinencia de la presente investigación.

Esta investigación pretende dar conocimiento amplio para optimizar el proceso de internacionalización por medio de la exportación del producto en materia. Expandirse a mercados nuevos y hacer presencia del producto a través de nuevas oportunidades de negocios.

Adentrarse a nuevos mercados trae consigo alternativas de mejores instrumentos de comercialización. El caso del estudio de viabilidad permite un mejor acercamiento y enfoque para poder seguir patrones e innovar en el campo establecido. Sin duda alguna el método de observación y deducción nos ayudan a estudiar y desmembrar lo que puede servirnos como un incremento en las exportaciones.

La parte analítica y de síntesis apoyan la base de la investigación en la que se estudia y se amplía el conocimiento de las razones para poder ser realidad o ser merecedor de estudio este proyecto en curso. Por medio de este método se conoce la invención y se le da el miramiento de si es factible o no realizar este tipo de relación de comercio en el extranjero.

Chocolate Antillano será sometido bajo arduo estudio y diligencia para hacer de este estudio viable cierto bajo las circunstancias dadas por los resultados de la investigación.

Esta investigación se realiza para aportar al desarrollo y comercialización del chocolate nacional y de esta manera expandir este producto. Debido a la demanda de este producto en Suecia, se expandirá y beneficiará a sus consumidores y aportará e incrementará la exportación nacional del cacao. En 2018, el volumen de consumo per cápita de chocolate y dulces fue de casi 15 kilogramos en Suecia. En comparación, en 2012, se consumieron aproximadamente 17 kilogramos de chocolate y dulces per cápita. (Ridder, 2019).

Las autoridades del Ministerio de Agricultura y el subsector privado de producción y agro-exportación del cacao tienen como meta duplicar los actuales niveles de exportaciones en la próxima década, de modo que éstas alcancen un valor equivalente a los US\$500 millones anuales. Lograr eso no requerirá necesariamente ampliar las zonas de siembra, pero sí renovar las plantaciones existentes y gestionar la captación de nuevos mercados en el exterior. (IICA, s.f.).

Según el sitio web *Acento*, el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes afirmó que República Dominicana produce 80.000 toneladas de cacao al año que generan ventas por 225 millones de dólares. La directora de comercio interno del ministerio Luisa Marcano refirió que 2,5 millones de tareas están sembradas de cacao, en las que trabajan más de 30.000 productores. «El cacao dominicano es uno de los productos admirados por el mundo, tanto así que en este año la que fue considerada como la mejor barra de chocolate del mundo, fue elaborada con cacao dominicano», aseguró. (Acento, 2018)

La investigación tendrá como objetivo general: Identificar la potencial viabilidad para la comercialización y exportación de cacao orgánico hacia Suecia: Caso Chocolate Antillano, S.R.L.

Este será alcanzado por los siguientes objetivos específicos:

- Estudiar las ventajas del acuerdo que posee la Republica Dominicana con Suecia.
- Identificar las normas, requisitos y especificaciones que se exige al producto requiere para exportar y debe efectuar.
- Investigar las costumbres, gustos y características que posee el consumidor del país destino.
- Analizar el condicionamiento legal que posee el país destino.
- Identificar la demanda nacional del producto en el país destino.  
Determinar los costos económicos asociados al proceso de exportación del cacao dominicano hacia Suecia.

## **CAPÍTULO I. EL OBJETO DE ESTUDIO EN EL CAMPO DE ACCIÓN.**

Dentro de este capítulo vamos a estudiar el cacao, su diversidad, los recursos utilizados para su producción, así como los derivados del cacao.

También sobre las exportaciones, su definición, clases, clasificación e importancia.

Además, sobre la comercialización, su concepto, las exigencias en los mercados, oportunidades de acceso a los mercados y las estrategias específicas de negociación.

Por último, estudiaremos el acuerdo EPA, su definición, países que lo conforman, ventajas del acuerdo para la Rep. Dom. y los desafíos que presenta para la nación de Rep. Dom.

## **1.1 La producción del cacao**

### **1.1.1 El cacao y su diversidad**

El cacao es un árbol americano de origen amazónico, conocido también como cacaotero, ya que por cacao se refiere normalmente al fruto que da dicho árbol, o incluso al producto del secado y la fermentación de las semillas de dicho fruto. (Concepto.de , 2018)

Los árboles de cacao tardan 5 años en madurar y viven hasta 30 años. La mazorca, el fruto del cacaotero mide entre 15 y 30 centímetros de largo por 7 a 10 de ancho. En el interior de la cáscara se encuentran las semillas o granos de cacao, llamadas habas, envueltas por una pulpa de color blanco, que tras un proceso de fermentación y secado estarán listas para ser transportadas y utilizadas por las fábricas de chocolate. (Nestle, s.f.)

### **Diversidad**

#### **Cacao Criollo**

Su fruto, también llamado mazorca, es alargado y con surcos. Es un cacao delicado, sensible a enfermedades y de baja producción, pero de muy alta calidad. Se sigue cultivando en América Central, Colombia y Venezuela y en algunas regiones de Asia.

### Cacao Forastero

Es el más cultivado. Su mazorca es más redondeada y prácticamente lisa, de un color verde que se transforma en amarillo en la madurez. Se cultiva en Brasil, el Oeste Africano, Latinoamérica y Ceilán.

### Cacao Trinitario

Se considera un cruce de los dos anteriores y es de un color violeta oscuro que pasa a colores anaranjados en la madurez. Da un cacao de cualidades similares al forastero. (Nestle, s.f.)

#### 1.1.2 Recursos utilizados en la producción de cacao

La producción del cacao comienza con la selección de los materiales de propagación más adecuados de acuerdo con las diversas zonas en donde se cultiva. (agrotendencia, s.f.)

En primer lugar, los productores de cacao por lo general suelen contar con viveros. En la etapa de vivero hay que mantener un buen control de plagas y enfermedades, ya que en esta etapa la planta es sumamente delicada y necesitamos tener una planta bien desarrollada alrededor de 5 meses para que pueda ser trasplantada al campo. (agrotendencia, s.f.)

Algunos de los recursos utilizados al producir cacao son los controles de plagas o insecticidas, y esto se debe a que estos suelen dañar las plantas o afectarles de manera que pueda causar enfermedades. (agrotendencia, s.f.)

En la producción de cacao se deben implementar herramientas de poda, con el objetivo de podar los árboles de cacao a medida que estos van creciendo para darle una arquitectura que permita la entrada de la luz a la planta. (agrotendencia, s.f.)

Cuando la mazorca tiene aproximadamente 150 días después de la floración y presentan un color amarillo o anaranjado, en algunos casos inclusive con un tono rojizo, estas están listas para ser cosechadas. (agrotendencia, s.f.)

La cosecha se realiza de forma manual mediante una vara desgarradora que según su forma de uso tiene diferentes formas, con ganchos para alcanzar las mazorcas que se encuentran más altas, o con una tijera o cuchillo bien afilado que permita cortar los pedúnculos de los frutos que están más bajos. (agrotendencia, s.f.)

Luego de cosechadas las mazorcas son dispuestas en montones para luego abrirlas y sacar los granos que son llevados al siguiente proceso que es la fermentación y posteriormente al secado. (agrotendencia, s.f.)

Otros de los recursos que se requiere en la producción de cacao son los cajones de madera para el proceso de fermentación. La fermentación es un proceso que consiste en colocar los granos de cacao en cajones de madera de 3 a 7 días, para eliminar la cubierta mucilaginosa y los azúcares no deseados. Después de esto se procede al secado del cacao. (agrotendencia, s.f.)

Proceso tradicional para elaboración de chocolate:

-Moler el cacao hasta obtener una pasta gruesa.

-Agregar a esta pasta gruesa azúcar, leche o frutas confitadas en diferentes proporciones dependiendo del caso y refrigerar hasta que se solidifique el chocolate. (agrotendencia, s.f.)

### 1.1.3 Derivados del cacao

- **MANTECA DE CACAO**

Es la grasa obtenida de someter la masa o licor de cacao a presión y calor.

Manteca de cacao natural orgánica líquida o sólida de color amarillo pálido, proveniente de una mezcla de finos cacaos de primerísima calidad, grano orgánico fermentado, Tipo Trinitario, la cual a través de un riguroso proceso desarrollado en más de 50 años de experiencia permite lograr y preservar el más puro sabor. (Simbiotik, s.f.)

Es una mezcla de ácidos grasos principalmente palmítico, esteárico y oleico, con una pequeña cantidad de ácido linoleico. A temperatura ambiente presenta la forma de placas o fragmentos duros, de superficie untuosa, quebradizos. La fragmentación es franca y de textura cerosa. En estado fundido, es un líquido oleoso, absolutamente límpido. (Simbiotik, s.f.)

- CACAO EN POLVO

Cacao Orgánico Natural proveniente de una mezcla de cacaos orgánicos Centroamericanos de primerísima calidad, de grano fermentado, Tipo Trinitario, lo que permite preservar el más puro sabor del chocolate. (Simbiotik, s.f.)

Es un polvo seco, de color café oscuro, que tiene el sabor característico de cacao. No es amargo o ácido y es libre de impurezas, olor o sabores extraños. (Simbiotik, s.f.)

Conveniente para helados, leche, galletas, coberturas, chocolate para bebidas en polvo, confección de repostería y como mezcla en tabaco. (Simbiotik, s.f.)

- LICOR DE CACAO

Licor de cacao natural orgánico líquido o sólido de color oscuro muy viscoso no es amargo o ácido, proveniente de una mezcla de finos cacaos orgánicos de primerísima calidad, grano fermentado, Tipo Trinitario, la cual a través de un riguroso proceso desarrollado en más de 50 años de experiencia permite lograr y preservar el más puro sabor del chocolate. (Simbiotik, s.f.)

Apropiado para la producción de chocolates y coberturas. (Simbiotik, s.f.)

- CHOCOLATE

El chocolate es el alimento que se obtiene mezclando azúcar con dos productos derivados de la manipulación de las semillas del cacao: una materia sólida (la pasta de cacao) y una materia grasa (la manteca de cacao). A partir de esta combinación básica, se elaboran los distintos tipos de chocolate, que dependen de la proporción entre estos elementos y de su mezcla o no con otros productos tales como leche y frutos secos. (Simbiotik, s.f.)

#### 1.1.4 El cacao en la producción de chocolate

El secreto de un buen chocolate industrial parte la calidad del grano elegido, su fermentado y secado y se completa en su manipulación en fábrica para conseguir el sabor deseado. (Club del chocolate, s.f.)

El proceso de tostado y secado, así como los aditivos (azúcar de caña, vainilla natural,) es lo que diferencia a un buen chocolate de un chocolate sin interés. (Club del chocolate, s.f.)

Siguiendo el criterio de la Organización Internacional de Cacao, podemos intentar esquematizar el proceso de fabricación del chocolate así:

- a. **Tostado:** El grano llega a fábrica y se limpia. Los granos se tuestan o torrefactan a fin de realzar el sabor y color. La temperatura, el tiempo y el grado de humedad dependen del tipo de granos y de lo que el artesano desee conseguir. Si se utilizan distintos tipos de semillas el tostado será diferente para cada variedad. (Club del chocolate, s.f.)
- b. **Descascarillado:** Se utiliza una máquina para descascarillar los granos y dejar las semillas de cacao o pepitas. Actualmente estas pepitas son un producto en sí porque algunos fabricantes las utilizan para consumir tal cual o como troceadas dentro de tabletas de chocolate (eclats de feves). (Club del chocolate, s.f.)
- c. **Molido:** La mezcla de granos en las proporciones deseadas se muele en molturadores a una temperatura de 60 a 80 grados y por un tiempo entre 18 y 72 horas. Este proceso, cuidado por cada artesano, es importante para obtener mayor calidad final. Se obtiene con esto licor de cacao, una masa semisólida que a 40 grados presenta ya cierto olor a chocolate y que contiene cacao y manteca de cacao. (Club del chocolate, s.f.)
- d. **Prensado:** El licor de cacao se prensa a temperatura para extraer la manteca de cacao dejando una masa sólida llamada pasta de cacao y cuyo contenido en grasa es casi nulo. (Club del chocolate,

s.f.)

- e. **Polvo holandés:** La manteca de cacao se utiliza en la fabricación de chocolate o se deriva a la industria cosmética (en España hablamos de cacao para los labios), médica, etc. para su utilización en distintos productos ya que sus propiedades beneficiosas son muy apreciadas. (Club del chocolate, s.f.)
- f. La torta de cacao se rompe en fragmentos que se pulverizan para formar el cacao en polvo. Industrialmente se distingue entre polvo de cacao y cacao holandés procesado; en este último los granos de cacao se someten a un proceso de alcalinización, por lo general con carbonato de potasio, para neutralizar la acidez del cacao dando así un polvo oscuro de color más rojizo. Este cacao holandés procesado es altamente apreciado en repostería. (Club del chocolate, s.f.)
- g. **Añadidos:** El licor de cacao se utiliza para producir chocolate de calidad añadiéndole manteca de cacao. En este momento se mezclan los otros elementos (vainilla, azúcar, especias, leche, emulgentes (lecitina de soja) que en distintas proporciones dan personalidad a cada chocolate. El chocolate de menos calidad se hará mezclando el polvo de cacao con grasas vegetales, azúcar, vainilla artificial (vainillina) espesantes y emulgentes diversos. (Club del chocolate, s.f.)
- h. **Refinado:** La mezcla se somete a un proceso de refinado a través de una serie de rodillos hasta obtener una pasta suave. Este refinado mejora la textura del chocolate. (Club del chocolate, s.f.)
- i. **Conchado:** A continuación, el conchado, es de vital importancia para obtener un producto de calidad y desarrolla aún más sabor y la textura, reduciendo la acidez. Conchado es un proceso de amasado o de suavizado. La velocidad, la duración (hasta tres días) y la temperatura del amasado (entre 60 y 75 grados) afectan al sabor. (Club del chocolate, s.f.)

Una alternativa al conchado es un proceso de emulsión con una

máquina que funciona como un batidor pero que no aporta la calidad final. Estas alternativas de reducción de costes no se utilizan por los grandes maestros chocolateros. (Club del chocolate, s.f.)

- j. **Templado:** El templado sirve para enfriar la mezcla hasta 40 grados para que la cristalización de la manteca de cacao sea estable, haciéndola pasar a través de un sistema de calefacción, enfriamiento y recalentamiento. Esto evita la decoloración y la floración de grasa en el producto mediante la prevención de ciertas formas cristalinas de la manteca de cacao en desarrollo. El chocolate es ahora brillante y suave, de textura homogénea. (Club del chocolate, s.f.)
- k. **Enfriado:** La mezcla se coloca en moldes en una cámara de enfriamiento. Una vez frío es empaquetado y distribuido. (Club del chocolate, s.f.)

## 1.2 Las exportaciones

### 1.2.1 Definición

Según lo expresa Montes de Oca:

Las exportaciones son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización. Junto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional. Una exportación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización. (Oca, s.f.)

### 1.2.2 Clases de exportación

López menciona que los principales modos de exportar son los siguientes:

- **Exportación indirecta:** La exportación indirecta es para la empresa una

venta doméstica ya que todas las tareas de comercialización las realizan otras empresas u organizaciones. Estos intermediarios están situados en el mismo mercado del exportador, encargándose de las tareas de exportación, en nombre de la empresa, o comprando y revendiendo en mercados exteriores por cuenta propia.

- **Exportación directa:** Supone la venta de un exportador directamente desde el mercado de origen o desde una sucursal o filial de ventas propia a un importador, agente, distribuidor o comprador final localizado en un mercado exterior. Las transacciones se llevan a cabo directamente por un departamento específico de la empresa exportadora o una organización de marketing y ventas localizada en el mercado exterior.
- **Exportación concentrada:** Incluye distintas formas de entrada en mercados exteriores, que son muy diferentes entre sí; éstas son: el *piggyback*, los consorcios de exportación, las *joint-ventures*, las Agrupaciones Europeas de Interés Económico (AEIE), las franquicias y, por último, las alianzas estratégicas. La exportación concertada implica una colaboración con otros fabricantes, cuyo mutuo interés se basa en el incremento de las ventas en mercados exteriores, a excepción de las franquicias en las que el exportador colabora normalmente con distribuidores. (López, 2011)

### 1.2.3 Clasificación

Dicha clasificación se divide de la siguiente manera:

- **Exportaciones tradicionales:** Son las exportaciones que trasladan los mismos productos con frecuencia, donde el país de destino depende de esta mercancía. Ejemplo de ello es el petróleo.
- **Exportaciones no tradicionales:** Refiere a las exportaciones donde se trasladan productos o mercancías muy pocas veces, o sea, no es frecuente su traslado, al igual el país de destino no depende de ellos.

Ejemplo de ello son las exportaciones de bebidas alcohólicas, de cigarrillos, de automóviles, y demás productos que no son de primera necesidad. (ARQHYS, 2020)

#### 1.2.4 Importancia

Salinas expresa que una de las importancias de la exportación es la siguiente:

Las exportaciones dentro de un nivel macroeconómico generan un resultado positivo en la balanza comercial, cuenta corriente y balanza de pagos, en cualquier país en el mundo, ya que las exportaciones son una demanda de la producción nacional y por consiguiente multiplica los productos y los ingresos en general. (Salinas, 2010)

### 1.3 La comercialización

#### 1.3.1 Concepto

Comercializar se traduce como el acto de planear y organizar un conjunto de actividades necesarias que permitan poner, en el lugar indicado y en el momento preciso, una mercancía o servicio para que los clientes que conforman el mercado lo conozcan y consuman. Si se refiere a un producto, es encontrar para él la presentación y el acondicionamiento susceptible de interesar a los futuros compradores, la red más apropiada de distribución y las condiciones de venta que habrán de dinamizar a los distribuidores sobre cada canal. (Garcia, s.f.)

Comercializar es una actividad que se perfecciona con mucho estudio y análisis en cada paso de la expansión del producto, de tal manera, que este así mismo se eleve y pueda cumplir todos los propósitos por el que fue creado y destinado.

En la actividad comercializadora, resulta vital conocer las necesidades de los clientes para diseñar el producto o servicio deseado por ellos.

La comercialización no depende del deseo, la voluntad o la necesidad del que oferta. Requiere de organización y de un personal idóneo y altamente especializado, por lo que es necesaria una continuada superación de los que se encargan de hacerlo. Es necesario satisfacer demandas en el momento oportuno

y a un precio conveniente para clientes y oferentes. (Agrícola, s.f.)

### 1.3.2 Las exigencias en los mercados

#### 1.3.2.1 Exigencias y factores ecológicos de Suecia

Según Santana, “para los suecos, resulta realmente importante la variedad de la gama de productos ofrecidos y el buen servicio postventa es determinante para su fidelización con el producto. Además, se consideran consumidores muy leales tanto a las marcas como a los establecimientos donde adquieren los productos, y son conocidos por ser solventes y a la vez muy exigentes. Su compromiso con el medio ambiente les hace valorar aún más aquellos bienes que son producidos mediante procesos de fabricación eco-amigables”. (Julissa Margarita Mercedes Santana, 2019)

Con relación a la mayoría de los países de la Unión Europea, Suecia se posiciona como una de las naciones con mayor calidad de vida de sus habitantes, hecho que se evidencia en el gasto de los consumidores suecos, el cual ha aumentado en un 2.87% entre 2016 y 2017. (SCHOOL, s.f.)

Suecia es considerada como uno de los países con más conciencia ecológica en materia de negocios. Este país de Europa del Norte es una de las pocas naciones que posee modelos de políticas climáticas y medioambientales. Su gobierno, se encuentra comprometido con el aprovechamiento del liderazgo ambiental que posee el país para promover el desarrollo del país. (SCHOOL, s.f.)

#### 1.3.2.2 Regulaciones del mercado.

No existe ningún tipo de restricción estatal a la entrada de empresas de otros países de la UE así que esta no sería una barrera de consideración. Por supuesto que existen regulaciones de mercado, pero no son extrañas a las que existan en cualquier otro país de la Unión Europea. Con relación a las regulaciones del mercado, es necesario conocer las políticas de manipulación de alimentos en Suecia y capacitar al personal en dicha cuestión antes de iniciar

el proyecto y durante el desarrollo del ciclo de negocio. (SCHOOL, s.f.)

### 1.3.2.3 Seguridad alimentaria y de productos en Suecia.

Para la Unión Europea la seguridad alimentaria afecta al pilar de la salud y seguridad de los consumidores, afectando a la normativa relativa a la higiene de los productos alimenticios, a la salud y bienestar de los animales, a la Fitosanidad, a la prevención de los riesgos de contaminación por sustancias externas y al etiquetado adecuado de dichos productos.

Los fabricantes y distribuidores deberán:

- Proveer bienes que cumplan con los requisitos de seguridad.
- Proveer información a los consumidores acerca de los riesgos que puede suponer el producto y cuáles son las medidas a tomar en caso de riesgos.
- En caso de un bien resulte ser perjudicial para el consumidor, se deberá informar de manera inmediata a las autoridades nacionales pertinentes.  
(Montesdeoca Núñez C. D., s.f.)

Para los europeos es de suma importancia que el país abogue por sus ciudadanos y su salud, de manera que estos se apegan a sus leyes y la cumplen al pie de la letra.

La UE regula el cumplimiento de ciertos requisitos medioambientales para las importaciones de países que no pertenecen a la unión, con la intención de proteger a los consumidores y al medio ambiente. Asimismo, se establecen una serie de requisitos sanitarios y fitosanitarios, para proteger la salud de las personas y los animales dentro de las fronteras de los estados miembros. (isex, s.f.)

La Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria (EFSA) mediante el Reglamento (CE) N°178/2002, surgió como órgano independiente de asesoramiento científico y comunicación de riesgos asociados a la cadena alimentaria, con la finalidad de crear un sistema armonizado que asegurara un alto grado de protección al consumidor y permitiera el mantenimiento de la confianza en el

sector de la alimentación en la Unión Europea (UE).

La EFSA es la pieza clave del análisis de riesgos asociados a la cadena alimentaria en Europa. En este contexto, la EFSA se encarga de proporcionar asesoramiento científico, de forma independiente de los estados miembros y la Comisión Europea, y de comunicar los riesgos existentes o emergentes. (Dalmau, s.f.)

La EFSA cubre todos los aspectos de la seguridad alimentaria, la nutrición humana, la salud y el bienestar animal, así como la salud y la protección de las plantas. (Dalmau, s.f.)

La UE tiene uno de los estándares de seguridad alimentaria más altos del mundo, en gran parte gracias al sólido conjunto de legislación vigente de la UE, que garantiza que los alimentos sean seguros para los consumidores. Una herramienta clave para garantizar el flujo de información para permitir una reacción rápida cuando se detectan riesgos para la salud pública en la cadena alimentaria es RASFF, el Sistema de Alerta Rápida para Alimentos y Piensos. (Europeancommission, s.f.)

#### 1.3.2.4 Representante autorizado en la Unión Europea

Debido a que República Dominicana un país que no pertenece a la Unión Europea debemos de acatar cualquier requisito solicitado por el mismo. Una de las variables que hacen a Suecia uno de los países con el mejor ranking de transparencia es eso; poder establecer reglas claras desde el principio de como este opera en el ámbito comercial y de tal manera uno poder manejar la información para no cometer error alguno que pueda perjudicar o crear una desconfianza en la relación comercial.

Los países fabricantes que no sean miembros de la Unión Europea y quieran vender sus productos en la Unión Europea, deberán designar un representante autorizado para que actúe a su nombre. Los representantes serán los responsables de que los productos cumplan con los requisitos y el procedimiento de evaluación de la conformidad. Las autoridades aduaneras tienen autorización

de suspender el establecimiento comercial de los bienes que representen perjuicios para el bienestar de las personas o no tengan la documentación requerida. (Montesdeoca Núñez C. D., s.f.)

### 1.3.3 Oportunidades de acceso a los mercados

#### 1.3.3.1 Comportamiento del consumidor

Suecia es uno de los países que cuenta con un gran nivel de vida y sus ciudadanos siempre están dispuestos a cuidar su salud. Entre sus tendencias saludables, se encuentran: crecimiento de la demanda de alimentos orgánicos, embalaje con información clave sobre la salud, conciencia verde, disposición de pagar por un producto que cumpla con las normas de sanidad y medio ambiente, entre otros. (Montesdeoca Núñez C. D., s.f.)

Los suecos están muy identificados con temas como el medio ambiente, salud y sanidad por lo que están muy pendientes de que su alimentación sea saludable y se inclinan por lo orgánico, no obstante, la oferta dentro del país no es suficiente por lo cual importan productos para satisfacer la alta demanda; motivo por el cual se ha visto un incremento de importadores y agentes que proveen aquellos productos. Los grandes supermercados también apoyan e incentivan el consumo de productos saludables y orgánicos, además informan a los consumidores que, aunque estos tengan un precio más elevado que los convencionales, es mejor consumirlos. (Montesdeoca Núñez C. D., s.f.)

En general el comportamiento es similar en la mayoría de los países europeos. Según su perfil de mercado en la plataforma *Siiecex*, los suecos tienen altas expectativas que van acorde con un alto nivel de vida. El factor determinante en el mercado sueco es el precio, seguido por la calidad. Los productos naturales, que cuenten con certificación internacional en temas de producción y tratamiento del producto son los más demandados.

El consumidor está dispuesto a pagar un precio elevado en productos que conlleven a una buena alimentación y que influyan directamente al bienestar. Además, se ha incrementado la demanda de productos orgánicos ya que se ha

interiorizado que una alimentación de alta calidad es la mejor medida contra las enfermedades. (Siiecex.gob, s.f.)

### 1.3.3.2 Acuerdo de Asociación Económica Entre la Unión Europea (EPA)

Este acuerdo comercial es de mucha ventaja para la Republica Dominicana ya que impulsa, promueve e incentiva a la exportación y comercialización para que los países eleven su balanza comercial.

El Acuerdo de Asociación Económica o The Economic Partnership Agreement EPA, por sus siglas en inglés, es un acuerdo recíproco, compatible con la Organización Mundial de Comercio (OMC) firmado el 15 de octubre del 2008. Fue ratificado por el Congreso de la República Dominicana el 24 de octubre de 2008 y entró en vigor el 27 de abril del 2009, e incluye capítulos relativos a:

- Comercio de mercancías
- Comercio de servicios
- Inversiones
- Innovación y la propiedad intelectual
- Adjudicación de contratos públicos y la ayuda al desarrollo, entre otros. (Adoexpo, s.f.)

La base fundamental del acuerdo es el establecimiento de una zona de libre comercio para eliminar progresivamente los aranceles de los países partes del acuerdo, así como todas las medidas no arancelarias, cuotas y disposiciones similares. (Adoexpo, s.f.)

Los Objetivos del EPA son: reducir y erradicar la pobreza mediante la creación de una asociación comercial coherente; promover la integración regional, la cooperación económica y la buena gobernanza; promover la integración gradual de los Estados del CARIFORO en la economía mundial; mejorar la capacidad de los Estados del CARIFORO en la política comercial y cuestiones relacionadas al comercio; apoyar las condiciones para aumentar la inversión y la iniciativa del

sector privado y la competitividad en la región del CARIFORO así como también reforzar las relaciones EU-CARIFORO. (Adoexpo, s.f.)

Este acuerdo es una puerta para hacer comercio de forma limpia y transparente, y así de esa forma demostrar como país que podemos obedecer y seguir al pie de la letra cada requisito que se nos ponga hacia nuestros productos exportables.

#### 1.3.4 Estrategias específicas de negociación

##### 1.3.4.1 Estrategia y táctica en el campo europeo

La estrategia y táctica en los negocios es una fuente fundamental para la supervivencia de la empresa. Se deben establecer los pasos para hacer cualquier movimiento con el producto hacia su destino, para hacer esta evaluación se debe tener en cuenta el manejo de Suecia en esta variable frente a los futuros competidores.

La analogía entre estrategia y táctica militar y comercial es directa y útil. En la guerra se trata de ganar terreno, en la comercialización, el terreno es un mercado específico condicionado por leyes, estados de ánimo colectivos, condiciones económicas, políticas y tecnológicas. (Burin, s.f.)

La principal tarea de la comercialización es tener una estrategia. Especialmente en mercados en los que es cada vez mayor la rivalidad competitiva.

La elección de la estrategia depende de la imagen que tengan los otros del productor o de la organización de productores y de la imagen que estos quieran proyectar a futuro (posicionamiento).

- La elección de la estrategia depende a menudo del tipo de producto y del tipo de mercado.
- La elección de la estrategia depende también del tamaño y de los recursos de que disponga el productor. (Burin, s.f.)

Dentro de la UE, todos los productos orgánicos pueden ser libremente

comercializados. Sin embargo, los procedimientos relacionados a la emisión de permisos de importación tienden a diferir entre países de la UE. Es recomendable buscar asesoría competente antes de iniciar la comercialización. (intercooperation, s.f.)

La negociación debe contemplarse como un proceso de acuerdos continuos que requiere el aprendizaje y el conocimiento de las partes. Para preparar una estrategia, es necesario considerar siempre que las personas son diferentes de los problemas. El considerar personas a los contrincantes nos hace tener presente que son seres humanos, con emociones, valores y diferentes puntos de vista. Una relación de trabajo que se construye sobre la confianza, la comprensión y el respeto puede conducir a que una negociación sea más fácil y eficiente.

El que una sección marche mal no debe atribuirse a la incompetencia de la persona encargada. Es necesario separar ambos aspectos para tener buenas relaciones en la mesa de negociaciones. Las personas tienen egos que fácilmente se sienten amenazados, confundiendo a veces sus percepciones con la realidad. Por ello habrá que separar en la negociación los aspectos objetivos de las apreciaciones personales. (colectiva, s.f.)

#### 1.3.4.2 Planificación de la negociación.

La negociación, como hemos visto, es un proceso complejo que involucra organizaciones, personas, valores, intereses, posiciones, etc. Sin embargo, este proceso no sólo necesita una preparación, sino también una planificación, una definición de metas, objetivos, plazos, recursos, etc. La planificación es una toma de decisión integrada en diferentes áreas. Pero se trata, fundamentalmente, de un procedimiento formalizado y articulado. Por lo tanto, la planificación es una programación que está íntimamente unida a una estrategia general y que deberá traducirse en planes sistemáticos. (colectiva, s.f.)

La planificación es parte crucial en el desarrollo de la estrategia para la negociación. Esta apunta y nos sirve como guía para los pasos que se deben asignar para poder lograr los objetivos planificados para el producto. Sin ayuda

de la planificación nuestros objetivos no servirán de nada ya que no hay una base o columna de la cual se pueda apoyar la visión.

#### **1.4. El acuerdo EPA (Economic Partnership Agreement)**

##### 1.4.1 Definición

El Acuerdo de Asociación Económica (AAE), mejor conocido por las siglas en inglés de Economic Partnership Agreement (EPA), es un acuerdo negociado por la República Dominicana dentro del conjunto de países del Foro de Estados de los países de ACP (África, Caribe y Pacífico) del Caribe (CARIFORO), firmado en el 2008 con los Estados de la Unión Europea.

Se trata de un modelo de convenio comercial orientado hacia el avance, que dispone mecanismos de cooperación y permite gran flexibilidad para que los países integrantes efectúen sus responsabilidades de forma gradual. (MICM, s.f.)

##### 1.4.2 Países que conforman el acuerdo

Este Acuerdo de Asociación Económica está conformado por un lado por los 27 países miembros de la Unión Europea: Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumanía, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia y Reino Unido. Por el otro lado, por los 15 Estados miembros del CARIFORO: Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Santa Lucía, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Surinam, Trinidad y Tobago, y República Dominicana. (MICM, s.f.)

##### 1.4.3 Ventajas del acuerdo para la República Dominicana

Según Belato, dentro de las ventajas del referido Acuerdo podemos señalar: difundir la eficacia económica, donde el EPA tendrá como finalidad simplificar todos los procedimientos y reglamentos relativos a las importaciones y

exportaciones, para llegar a los más altos estándares internacionales; oportunidades económicas, una mayor estabilidad política y fomentar su integración efectiva en la economía mundial.

Rep. Dom. ha ido recibiendo la Cooperación a través del Programa de Apoyo Institucional para la Integración Regional (ISPRI, por sus siglas en inglés), Cooperación no reembolsable de la Comisión Europea y contrapartida del Gobierno Dominicano; y siendo RD un país en desarrollo, el Acuerdo EPA presenta desventajas en ciertos sectores productivos (agricultura, lácteos, entre otros), además competencia directa de productos altamente subsidiados, procedente de regiones avanzadas con productores de países más pobres, que no cuentan con muchos beneficios similares. (Beato, 2011)

#### 1.4.4 Desafíos que presenta este acuerdo para Rep. Dom.

Como expresa Beato:

Para el país El EPA presenta algunos desafíos, por lo que se debe fortalecer la institucionalidad para darle continuidad a los compromisos asumidos en el Acuerdo, donde cada entidad gubernamental involucrada juega un rol fundamental para hacer cumplir los compromisos identificados en el texto legal del Acuerdo de Asociación Económica, (AAE- EPA). Asimismo, aprovechar las oportunidades que infiere el EPA y encaminar sinergia entre el Sector Privado y el Sector Gubernamental para posicionar el país, aprovechando los recursos que posee la República Dominicana en la agricultura, en el turismo y en otras áreas. (Beato, 2011)

**CAPÍTULO II. MODELO O INSTRUMENTO DE CAMBIO DEL  
OBJETO DE ESTUDIO EN EL CAMPO DE ACCIÓN.**

Dentro de este capítulo vamos a estudiar el modelo o los instrumentos de cambio para el proceso de exportación del cacao hacia Suecia.

Son diversos los argumentos para elegir a Suecia como país en el cual se pretende exportar el cacao orgánico, el hecho de que haya sido clasificado por la revista Forbes en el año 2017 como el mejor país para desarrollar negocios durante aquel tiempo, necesariamente se infiere que es una nación cuya ley y paradigma de negocios es ventajosa a diferencia de otras naciones.

Además, hablando en términos geográficos, es el tercer país más grande de toda la unión europea, lo que le da atributos por el simple hecho de que es un país muy poblado. Todo esto sin mencionar que el país posee la ventaja de contar con Europa el acuerdo EPA, el cual es un acuerdo preferencial que expresa que "los aranceles a los productos europeos son bajos o inexistentes gracias al acuerdo EPA y su desarme prosigue con carácter bienal" (2018).

Dejando de lado a las razones de índole geográficas, generales, y clasificatorias, en lo que respecta a nuestro producto, ¿Por qué valdría la pena exportar a susodicho país?

Suecia sería el país idóneo al exportar cacao orgánico, ya que la mayoría de sus ciudadanos son consumidores frecuentes de chocolate, y el cacao de índole orgánica gana mucha atención dado su carácter natural y por ende, saludable para los consumidores, esto debido a que tiene muchos beneficios por no ser un producto artificial o benigno.

La República Dominicana como nación necesita mejorar constantemente su balanza comercial para que la economía crezca y prospere cada vez más. Creemos que se debe tener más exportaciones que importaciones, ¿Y qué mejor manera de hacerlo con el sector que posee nuestro país con prestigio internacional? Se debe explotar de manera significativa, práctica e inteligente, todo aquello que se desarrolle no solo en aras de la salud de los consumidores, sino también en aras del carácter económico de nuestro país. Si la economía mejora de manera general, también mejorara de manera individual para cada ciudadano dominicano.

En Suecia se requiere y demanda cacao, y nuestro país posee uno de los mejores cacaos en todo el mundo y además poseemos ciertas ventajas que se han descrito con anterioridad.

Conociendo ya las razones de manera general pero sintética mediante se eligió a Suecia como uno de los países más idóneos para la exportación del cacao orgánico, es menester preguntarnos, ¿Cómo se logrará dicha exportación? Para responder a la anterior incógnita, nos basaremos en examinar las leyes que rigen en Suecia, así como también en el carácter subjetivo de los suecos, es decir, en los gustos y características que posee el consumidor en el país destino.

En lo que se refiere al entorno legal, Suecia es parte de la Convención de Roma (1980) que detalla las reglas legales que gobiernan la redacción de los contratos jurídicos de ventas internacionales de productos, las obligaciones del comprador y del vendedor, recursos en caso de ruptura de contrato y otros aspectos de este.

La venta de productos está cubierta por la Ley Aplicable a la Venta de Bienes, incorporada a la Convención de La Haya (1955). Suecia es parte de la convención de Viena. La Convención de Roma (sobre la ley aplicable a las obligaciones contractuales) permite a Suecia mantener sus regulaciones nacionales referidas a los conflictos sobre los bienes transportados por mar. (Markerts, s.f.)

Además de la importancia de conocer las leyes que rigen a Suecia de manera general, es fundamental conocer la ventaja que obtiene la República Dominicana con el país en lo que se refiere acuerdo EPA que fue descrito anteriormente, dicho acuerdo supone necesariamente unas normativas preferenciales que son de carácter positivo, en donde se brinda primacía al avance, flexibilidad, y preferencia al Caribe para que este crezca cada vez más de manera global.

En cuanto al perfil de gustos y características de los habitantes de Suecia, hemos encontrado un perfil cuya descripción es idónea en lo que respecta a nuestro producto a exportar:

En Suecia la igualdad de oportunidades entre sexos es real y no hay que diferenciar el trato comercial en función del género del directivo, el inglés es de uso habitual y rara vez se necesitan intérpretes por su parte. Suecia es una

nación multicultural y cosmopolita, una quinta parte de su población son inmigrantes y se practican aproximadamente 200 lenguas nativas. Dado el multiculturalismo de su sociedad, son tolerantes con los extranjeros. (Vigo C. d.)

En los negocios, los regalos rara vez se dan al comienzo de la relación. Espera a que tu compañero sueco te dé un regalo primero. Aunque el intercambio de regalos no es común al comienzo de una relación comercial, es apropiado cuando está cerrando su transacción. En eventos sociales se esperan regalos. Por ejemplo, cuando te invitan a una cena, la anfitriona agradece las flores, el licor, el vino, la torta o los chocolates. La familia es muy importante para los suecos, por lo que es muy apreciado si traes pequeños regalos para la familia, por ejemplo. (Vigo C. d.)

Conociendo el carácter multicultural de la cultura sueca, como su compromiso por ser saludables, pero al mismo tiempo sus gustos por los alimentos dulces como las golosinas o chocolates, resulta importante la idea de exportar un producto que sea de carácter dulce, pero que al mismo tiempo este fabricado con ingredientes de carácter saludable, ¿Y qué mejor manera de realizar dicha exportación con el cacao orgánico? El mismo es esencial para su fabricación, y la República Dominicana posee gran producción de este tipo de Chocolate.

Lo principal que nos llevó a seleccionar a Suecia para que la empresa pueda exportar cacao fue una matriz de selección de mercado. En esta matriz decidimos comparar el país con otro que sea factible para el proyecto.

En esta matriz se analizaran diferentes aspectos como son:

- Político
- Entorno legal
- Entorno económico
- Aspectos culturales
- Geografía
- Entre otros

Y esta tiene una ponderación donde 5 es excelente, 4 muy bueno, 3 bueno, regular y 1 es malo. Esta es la siguiente:

**Tabla No1. Matriz de selección de mercado**

<b>Aspecto</b>	<b>Suecia</b>	<b>Calificación</b>	<b>Chile</b>	<b>Calificación</b>
<b>Político</b>	Monarquía constitucional cuya forma de gobierno es parlamentaria. Esta forma de gobierno es unicameral, los parlamentarios son elegidos directamente por representación proporcional para legislaturas de cuatro años en concreto.	<b>3</b>	Chile es una nación unitaria, cuyo territorio está dividido en regiones. La soberanía radica en la nación, quien la ejerce a través de la elección de sus representantes por medio del sufragio o tomando decisiones particulares a través del plebiscito. (Wikipedia, Wikipedia®, 2020)	<b>5</b>
<b>Entorno Legal</b>	Se rige por la Constitución Política de 1974 la cual establece la forma de gobierno de la nación. En ella se hallan normativas sobre el trabajo del Gobierno y la celebración de las elecciones al Parlamento.	<b>4</b>	La Constitución Política chilena de 1980 es la norma constitucional de dicho país vigente.	<b>5</b>
<b>Entorno Económico</b>	Su economía es la 33ª mayor del mundo. Caracterizándose por su pacifismo y neutralidad durante todo el siglo XX, posee un patrón de vida excelente, bajo un sistema de libre mercado y un otro de seguridad social universal. (Wikipedia, 2019)	<b>5</b>	Su economía es la quinta mayor economía de América Latina en términos de producto interno bruto nominal después de Brasil, México, Argentina y Colombia, así mismo en lo que respecta al PIB a precios de paridad de poder adquisitivo. (Wikipedia, 2020)	<b>3</b>
<b>Aspectos Culturales</b>	En términos generales, sus ciudadanos son patriotas, paternalistas, colectivistas e igualitaristas, mezclando la apertura hacia la cultura exterior con el luteranismo, el sindicalismo y la autoconfianza.	<b>5</b>	Su cultura radica entre combinaciones de elementos indígenas y la influencia del periodo colonial español. Los extranjeros de Europa también han influenciado en la cultura de dicho país.	<b>4</b>

<b>Geografía</b>	Es un país ubicado en el norte de Europa, posee frontera internacional con Finlandia y Noruega.	<b>3</b>	País ubicado en América del Sur, sus fronteras internacionales son Argentina, Bolivia y Perú	<b>5</b>
<b>Estructura Competitiva</b>	En 2019, la nación obtuvo 82,33 puntos en el Índice de Competitividad.	<b>5</b>	En 2019, Chile obtuvo 70,54 puntos en el Índice de Competitividad.	<b>4</b>
<b>Barreras de entrada</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Etiquetado que muestre la calidad para el uso del consumidor.</li> <li>-La etiqueta ecológica comunitaria, o logotipo de la flor, es la marca oficial de la Unión Europea para productos con el menor impacto ambiental en un amplio rango de productos. (Santos)</li> <li>-Alianza con entes públicos descentralizados.</li> </ul>	<b>5</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-No existe la posibilidad de acceder a una norma reguladora y supervisora.</li> <li>-No existe un nivel de acceso a las condiciones de la competencia en acceso a la información de datos e infraestructura de pagos.</li> <li>-Se exige altos requisitos para aquellos bienes y servicios permitidos.</li> <li>-Los costos para poder trasladarse o moverse a dicho país.</li> </ul>	<b>2</b>
<b>Mercado</b>	El suelo y clima de Chile impide el cultivo de cacao, lo que es una oportunidad para la empresa	<b>5</b>	El suelo y clima de Chile impide el cultivo de cacao, lo que es una oportunidad para la empresa.	<b>5</b>
<b>Facilidad para los negocios</b>	Suecia se encuentra en la posición 12 del Doing Business de los 190 países que forman parte de este listado. Suecia es un país abierto para el comercio exterior.	<b>5</b>	Chile se encuentra en la posición 56 en el Doing Business de los 190 países que forman parte de este listado. En el último año ha decaído un puesto.	<b>3</b>
<b>Total*</b>		<b>40</b>		<b>36</b>

(Elaboración por parte de los sustentantes)

\*Según estos resultados el país a elegir para llevar a cabo nuestro proyecto es Suecia ya que obtuvo mejor calificación de manera positiva para ser elegido. Ello garantiza que nuestro proyecto resulte exitoso en dicho país.

**CAPÍTULO III. VALORAR EL MODELO Y EJEMPLIFICAR EL  
MODELO E INSTRUMENTO DE CAMBIO DEL OBJETO EN ESE  
CAMPO DE ACCION CON LA MEJORA DEL NEGOCIO O  
EMPRESA.**

En este capítulo vamos a valorar el modelo y ejemplificar. Vamos a analizar los costos estimados a la exportación a Suecia.

### **3.1 Identificar las normas, requisitos y especificaciones que se exige al producto requiere para exportar y debe efectuar**

Estas llamadas normas y requisitos son aquellas que mantienen y motivan a una competencia limpia. Cuando los países toman medidas para que en el comercio toda transición sea transparente esto hace que el mercado, comercio, trueque, etc. se convierta en una puerta para que todo comerciante haga negocios de la manera más segura posible y que esto motive a los demás a incursionar con sus productos de manera más eficaz y rápida hacia el otro lado del mar.

Un producto de exportación que se coloca en el mercado de la Unión Europea debe cumplir con la legislación establecida – por la UE y por los Estado Miembros – en aspectos tales como salubridad, seguridad y medioambiente, entre otros. Las especificaciones técnicas con las cuales deben cumplir los fabricantes o exportadores antes de entrar en el mercado son generalmente diseñadas para proteger la salud y la seguridad del consumidor y el medioambiente, o responden a metas de políticas públicas. No obstante, estas regulaciones pueden convertirse en limitaciones de acceso al mercado y pueden ser costosas para los exportadores. (Andrea, s.f.)

Para proteger la salud y la vida humana, animal y vegetal, se han diseñado medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF, conocidas por sus siglas en inglés SPS - Sanitary and Phyto-Sanitary).

#### **3.1.1 Procedimientos de importación relacionados con la sanidad vegetal:**

Algunas plantas y productos vegetales deben estar acompañados por un certificado fitosanitario. Es obligatorio que dichas plantas y vegetales se sometan a revisiones de sanidad vegetal, identidad y controles 94 documentarios. Los importadores de estos productos deben registrarse obligatoriamente ante las autoridades responsables del Estado Miembro correspondiente. (Andrea, s.f.)

Para esto el producto debe cumplir con una serie de requisitos para obtener el certificado.

### 3.1.2 Documentación

Al pasar por Aduanas, el representante del exportador en la UE (por ejemplo, el importador) deberá presentar una Declaración de Aduana. Ésta debe ser acompañada por la documentación apropiada. A continuación, se describen todos los documentos que deberán ser completados por el exportador, en cooperación con el importador de la UE. (Andrea, s.f.)

El formulario puede completarse a mano y debe presentarse con ocho copias; está disponible en inglés únicamente, pero puede llenarse en español, si la autoridad aduanera del Estado Miembro está de acuerdo. Además, algunas autoridades aduaneras han aprobado métodos electrónicos para presentar el formulario.

La información que debe incluirse en el formato es la siguiente:

- Información de contacto de las partes involucradas;
- Información sobre los bienes involucrados (el código TARIC – unidades de peso);
- País de origen, país exportador y país de destino
- Información sobre los medios de transporte;
- Información comercial y financiera (valor de factura, moneda, tasa de cambio)
- Trámite aduanero al que se aplica (liberación para libre circulación, importación temporal, etc.
- Lista de documentos presentados con el DUA (que se analizan a continuación)
- Solicitud de exoneración del IVA (Impuesto al Valor Agregado): algunos ítems pueden estar exentos de IVA. En ese caso, el exportador debe insertar el código “CPC 40 00 09” en el Cuadro 37 de la DUA. (Andrea, s.f.)

Documento Único Administrativo (DUA), este formulario puede obtenerse por Internet, esto es imprescindible de llenar ya que en este se encontrará la información del producto que se va a exportar y es necesario para cumplir con las formalidades aduaneras.

### **3.2 Trámites aduaneros**

Un producto de exportación que se coloca en el mercado de la Unión Europea debe cumplir con la legislación establecida – por la UE y por los Estado Miembros – en aspectos tales como salubridad, seguridad y medioambiente, entre otros. (Andrea, s.f.)

Asimismo es de importante para la empresa Chocolate Antillano, S.RL. que cumpla con tales requisitos a para no tener ningún inconveniente a la hora de que el producto llegue a Suecia.

Procedimientos antes de exportar mercancías a la UE, un exportador debe solicitar un “número de registro e identificación de los operadores económicos” (EORI, por sus siglas en inglés). Este número de EORI es necesario para presentar una declaración aduanera. El número sólo se asigna una vez y se debe utilizar para cada exportación posterior. (Andrea, s.f.)

Este número solo se le da a una persona por parte de la empresa autorizada frente aduanas como operador económico.

Una vez que se ha recibido el número de EORI y los bienes entran en el territorio de la UE, un representante en la UE (por ejemplo, el importador) debe presentar los bienes y la documentación apropiada a las autoridades aduaneras. Asimismo, el representante debe entregar una Declaración Sumaria de Entrada (ENS, por sus siglas inglés) sobre el contenido de los bienes, el consignatario y el peso, etc. (Andrea, s.f.)

Por lo cual es importante que la empresa cumpla al pie de la letra todo lo que se comentó anteriormente sobre la documentación y ciertos requisitos para que entre el producto en dicho mercado.

Cuando una empresa desea exportar un producto a Suecia es responsabilidad del importador o de su agente realizar la declaración en aduana, donde se utiliza El Documento Único Administrativo (DUA). El documento puede ser presentado en sueco, noruego, danés, inglés o alemán. Debe presentarse una factura convenientemente formalizada; pero la factura de acuerdo con las leyes de la Aduana de Suecia debe contener la siguiente información: -Nombre y dirección del vendedor y del comprador, -Fecha de la emisión de la factura -Tipo, número del empaque -Peso bruto e información sobre el sellado -Descripción comercial de la mercadería -Cantidad de mercadería, -Precio de cada ítem – producto - Términos para la entrega y el pago -La documentación de embarque debe estar en Inglés. (Vigo, s.f.)

La empresa Chocolate Antillano debe contar con un personal capaz para llevar a cabo el proceso del DUA y su traducción a los idiomas de los diferentes países antes mencionados.

La declaración se presenta por medio del Sistema de 101 Control de Importaciones (ICS, por sus siglas en inglés) 24 horas antes de llegar a la UE si se utiliza transporte marítimo y cuatro horas antes si se utiliza transporte aéreo. Con base en esta declaración, las autoridades aduaneras de la Unión Europea le asignan un trámite a los bienes y un código de procedimientos aduaneros (CPC, por sus siglas en inglés) a las mercancías. El código muestra el procedimiento que se ha asignado. (Andrea, s.f.)

Existen ocho procedimientos en la CAC:

- Despacho para libre circulación.
- Tránsito.
- Bodegaje en aduana.
- Procesamiento interno.
- Procesamiento bajo control aduanero.
- Importación temporal.
- Procesamiento en el exterior
- Exportación

Documentos y procesos generales para una idónea experiencia de exportación desde la República Dominicana:

- Factura comercial
- Documento único aduanero DUA (exigido a partir de 1/4/11)
- Certificado de origen iv. Conocimiento de embarque (B/L).
- Certificado de Movimiento EUR. 1, para los bienes originarios de los países miembros de la EFTA (European Free Trade Association - Asociación Europea de Libre Comercio).

Obviamente es necesario que la empresa tenga a su cliente antes de llegar a dicho país ya que sin este no se podría realizar el trámite.

### **3.3 Organización Europea de Normalización**

CEN, la Organización Europea de Normalización, es una organización independiente y no gubernamental con 34 organismos de normalización de países europeos como miembros. SIS es el organismo nacional de normalización de Suecia y, por lo tanto, miembro del CEN. A través de sus miembros, CEN reúne a expertos en comités técnicos para desarrollar estándares europeos. (SIS, s.f.)

Los productos que cumplan los requisitos de la Directiva sobre mercado CE deberán llevar el mercado CE. Mediante el mercado CE del producto, el fabricante asegura que el producto cumple con los requisitos esenciales de salud, medio ambiente y seguridad de las directivas relevantes. El etiquetado actúa entonces como un pasaporte que da libre circulación en el mercado interno. (SIS, s.f.)

La compañía debe tener todo esto en cuenta si desea realizar su exportación de manera exitosa.

### **3.4 Requisitos al producto importado**

El sitio Web *Aproxyma* menciona que el cacao y sus preparaciones o productos derivados de exportación deben cumplir con los requerimientos generales de la seguridad alimentaria, esto es, un certificado de origen debe incluirse la identificación del producto donde se refleje su peso neto y bruto y categoría de calidad.

A su vez, para exportar chocolate en Europa los productos tienen que ir acompañados de un certificado fitosanitario expedido por las autoridades competentes del país exportador, pasar las inspecciones aduaneras en el punto de entrada de la UE, ser importadas en la UE por un importador inscrito en el registro oficial de un país de la UE, ser notificadas a las aduanas antes de su llegada al punto de entrada y presentar documentos o certificados que demuestren que se cumplen las normas de comercialización. (*Aproxyma*, s.f.)

Según la Web *Aproxyma*, aquellos son los requerimientos mínimos que se necesitan para que la exportación sea efectiva en el país destino.

Los productos que se comercialicen en Suecia al igual que en el resto de la Unión Europea deben cumplir con los requisitos sobre etiquetado destinados a garantizar la protección de los consumidores. Dichos requisitos pretenden asegurar un elevado nivel de protección de la salud, la seguridad y los intereses de los consumidores, proporcionándoles información completa sobre el producto (contenido, composición, utilización segura, precauciones especiales, informaciones específicas, etc.). Entre los principales requisitos se encuentran la indicación de la composición de la fibra principal que se utilizó en la elaboración de la prenda, los que no cumplan con este requerimiento no podrán ser comercializados en la Unión Europea. La regulación es la Directiva 2008/121/CE, la cual reemplaza la anterior Directiva 96/74/CE. (*Promperu*, s.f.)

#### **3.4.1 Certificación UTZ**

La certificación de UTZ muestra a los consumidores que los productos se han obtenido, desde la granja hasta el estante de la tienda, de manera sostenible.

Para obtener la certificación, todos los proveedores de UTZ tienen que seguir el Código de Conducta, que ofrece orientación experta sobre mejores métodos de cultivo, condiciones de trabajo y cuidado de la naturaleza. Esto a su vez conduce a una mejor producción, un mejor medio ambiente y una mejor vida para todos. (UTZ, s.f.)

Como su nombre lo indica, la certificación UTZ (Agricultura sostenible y mejores oportunidades) es indispensable en lo que respecta a nuestra idea de negocio, dado que es el mejor programa para el cultivo de manera sostenible no solo del cacao, sino del café en el mundo.

Este tipo de programas ofrecen un mejor acceso a los mercados y apoya para construir y mantener relaciones a largo plazo con los compradores, lo que significa que puede tener mucha más confianza en sus futuros ingresos. Trabajar con UTZ proporciona una garantía independiente de la estrategia de abastecimiento sostenible, y contribuye a unas cadenas de suministro más sostenibles para los productores, fabricantes y minoristas. (UTZ, s.f.)

La trazabilidad es uno de los fundamentos en los que se basa la certificación de UTZ. Todos los miembros certificados, desde el agricultor hasta el último comprador, registran sus actividades de venta y procesamiento de productos puramente certificados en el sistema de trazabilidad de UTZ. De esta manera, los productos de consumo final etiquetados por UTZ están todos vinculados a una fuente sostenible. (UTZ, s.f.)

Trabajando juntamente con miembros clave de la industria como Mars, Nestlé y Heinz, UTZ que compromete a marcar la diferencia en el sector del cacao. El objetivo de la UTZ es crear un programa de sostenibilidad eficiente con herramientas eficaces de certificación y trazabilidad para una producción de cacao social y ambientalmente responsable que satisfaga las necesidades tanto de los productores como de los mercados. (UTZ, s.f.)

### 3.4.2 La SMSDA

A través del liderazgo y las acciones, la administración puede crear un contexto en el que las personas estén completamente involucradas y en el que el SMSDA pueda operar de manera efectiva. La gerencia puede utilizar los principios de gestión de calidad, bien conocidos en la norma NF EN ISO 9001: 2015 para establecer su función, que consiste en:

- Establecer la política de seguridad alimentaria y los objetivos relacionados;
- Promover políticas de seguridad alimentaria y objetivos relacionados en todos los niveles del cuerpo para aumentar la conciencia, la motivación y la participación;
- Garantizar que los requisitos de los clientes y otras partes interesadas relevantes sean una prioridad en todos los niveles de la organización;
- Garantizar que se implementen los procesos adecuados para cumplir los requisitos de los clientes y otras partes interesadas y para alcanzar los objetivos de inocuidad de los alimentos;
- Asegurar que se establezca, implemente y mantenga un SMSDA relevante y efectivo para lograr estos objetivos de inocuidad alimentaria;
- Garantizar la disponibilidad de los recursos necesarios;
- Decidir sobre acciones relacionadas con la política y los objetivos de seguridad alimentaria; (Oliver, s.f.)

**Tabla No1. Empresas de control de calidad**

<b><u>SEMKO</u></b>				
<b><u>Bureau</u></b>	<b><u>Veritas</u></b>	<b><u>ISO</u></b>	<b><u>9000</u></b>	
<b><u>Productos orgánicos</u></b>				

(Promperu, s.f.)

La inocuidad de los alimentos puede definirse como el conjunto de condiciones y medidas necesarias durante la producción, almacenamiento, distribución y preparación de alimentos para asegurar que una vez ingeridos, no representen un riesgo para la salud. (Minsalud, s.f.)

Por lo tanto, esta parte es de suma importancia para que el producto sea considerado como apto para el consumo humano, por lo cual se tiene que supervisar todas las fases que para el cacao desde su cultivo hasta el momento en que llegue a las manos del cliente final.

En este documento se especifican los requisitos de un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos (SMSDA) para que una organización que participa directa o indirectamente en la cadena alimentaria pueda:

- a) planear, implementar, operar, mantener y actualizar un SMSDA que proporcione productos y servicios seguros de acuerdo con su uso previsto;
- b) demostrar el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios aplicables a la inocuidad de los alimentos;
- c) evaluar y valorar los requisitos de seguridad alimentaria establecidos de acuerdo con el cliente o clientes y demostrar el cumplimiento de los mismos;
- d) comunicarse eficazmente sobre cuestiones de seguridad alimentaria con las partes interesadas en la cadena alimentaria;
- e) asegurar el cumplimiento de su política declarada de seguridad alimentaria;
- f) demostrar este cumplimiento a las partes interesadas;
- g) hacer certificar o registrar su SMSDA por un organismo externo, o realizar una autoevaluación o auto declaración de cumplimiento de este documento (ISO, s.f.)

Contar con este certificado le asegura a la empresa y al cliente que el producto está apto para el consumo humano.

La certificación independiente de su organización contra un estándar proporciona credibilidad y reputación a nivel local y global. Permitir continuamente que un contador revise los procesos y las rutinas de la organización proporciona una serie de beneficios, como menos malentendidos, correcciones y quejas.

Según el estándar que aplique el certificado, habrá pruebas de que su organización cumple con los estándares en, por ejemplo, el medio ambiente, el ambiente de trabajo o la calidad. En algunos casos, incluso puede ser una necesidad poder participar en la adquisición cuando el cliente realiza una solicitud de certificado. (ISO, s.f.)

Para esto la empresa debe de estar preparada para cumplir con todos los requerimientos y procedimientos que se exigen para poder obtenerlo.

Los beneficios de usar y certificar su organización con respecto a los estándares globales más conocidos en sistemas de gestión:

- Calidad (ISO 9001)
- Medio ambiente (ISO 14001)
- Ambiente de trabajo (ISO 45001)
- Seguridad alimentaria (ISO 22000)

Cuando una organización ha implementado un estándar del sistema de gestión (por ejemplo, ISO 9001) y el sistema utilizado, uno puede elegir llevar a cabo una auditoría de certificación. Tal puede llevarse a cabo de diferentes maneras. Se puede realizar una autoevaluación, también llamada auto declaración, donde la organización misma verifica e informa que se cumplen los requisitos de la norma. (ISO, s.f.)

### 3.4.3 Seguridad de alimentos

Las normas de la UE sobre seguridad alimentaria están diseñadas para proteger la vida y la salud humana, mientras que las normas sobre alimentación animal

tienen como objetivo proteger la vida y la salud de los humanos y los animales.  
(EuropeanCommission, s.f.)

Existe un sistema el cual detecta cuando un alimento no está apto para el consumo humano, es el caso del Sistema de alerta rápida RASFF, esto hace parte de la unión europea y si la empresa quiere pasar exitosamente debe tener en cuanto todos los pasos que se menciona en este trabajo.

Las importaciones de alimentos deben cumplir con condiciones generales, que incluyen:

- a) Principios generales y requisitos de la legislación alimentaria para todas las etapas de la producción y distribución de alimentos / piensos (Reglamento (CE) no 178/2002 - Sección 4)
- b) Trazabilidad: los importadores de alimentos y piensos deben identificar y registrar al proveedor en el país de origen (Reglamento (CE) no 178/2002 - Artículo 18)
- c) Reglas generales sobre higiene de los alimentos y especificaciones de higiene para alimentos de origen animal.
- d) Reglas sobre criterios microbiológicos para alimentos.
- e) Reglas sobre residuos, pesticidas, medicamentos veterinarios y contaminantes en y sobre alimentos.
- f) Reglas especiales sobre alimentos y piensos modificados genéticamente, lipoproteínas y nuevos alimentos.
- g) Reglas especiales sobre ciertos grupos de productos alimenticios (por ejemplo, aguas minerales, cacao, alimentos congelados rápidamente) y alimentos destinados a poblaciones específicas (por ejemplo, alimentos para bebés y niños pequeños)
- h) Requisitos específicos de comercialización y etiquetado para materias primas para piensos, piensos compuestos y piensos destinados a fines nutricionales particulares.
- i) Reglas generales sobre materiales destinados a entrar en contacto con alimentos. (EuropeanCommission, s.f.)

Es menester que la empresa lleve a cabo y tome en cuenta todas las leyes y reglamentos para el éxito de la exportación del cacao orgánico.

### **3.5 Identificar la demanda nacional del producto en el país de destino**

Con su bandera amarilla y azul, Suecia es un país emblemático del norte de Europa. Región colorida y con una cultura sorprendente. El país ocupa el puesto 14 en consumo de chocolate a nivel mundial con sus 5,7 kg por persona al año. (suecia, s.f.)

Las exportaciones mundiales hacia Suecia de cacao en el año 2019 fueron de 510.610 miles de dólares \$US

Según la Conferencia de las Naciones sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), el cacao se produce en los países en vías de desarrollo, pero quienes lo consumen principalmente son los países desarrollados. Europa, Estados Unidos y Australia son los principales consumidores de chocolate per cápita. (NOTIMÉRICA, s.f.)

Suecia es uno de los países que más demanda chocolate, las personas suelen consumirlo y sus productos de chocolates son conocidos mundialmente, pero no producen la materia prima la cual es el cacao. El cacao de Rep. Dom. es muy famoso y es por esto por lo que la empresa Chocolate Antillano tiene una gran oportunidad para destacarse en este tipo de exportación.

### **3.6 Determinar los costos económicos asociados al proceso de exportación del cacao dominicano a Suecia.**

Según *Pro Colombia*, el Reino de Suecia, país ubicado en el Norte de Europa, en la parte Oriental de la Península Escandinava, posee una superficie total de 450.295 km<sup>2</sup> que lo convierte en el tercer país más grande por área de la Unión Europea. Este país limita al norte y al oeste con Noruega, con Finlandia al noreste, al este con el Golfo de Bothnia y al sur con el Mar del Báltico.

Actualmente, el país cuenta con una red de carreteras de 572.900 kilómetros, de los cuales 1.855 corresponde a autopistas, lo que convierte a Suecia en el cuarto país europeo en extensión de la red vial. La infraestructura terrestre se complementa con un sistema ferroviario compuesto por 11.633 kilómetros de vías, prácticamente todas de propiedad privada; de éstas el 65,4% están electrificadas. (ProColombia)

### 3.6.1 Precio de Documentos

Según *Inkacao*, toda persona física o jurídica exporte utilizando los beneficios que ofrece la Ley 84-99 debe obtener el Carné de Registro del Exportador, emitido por el CEI-RD. El interesado solicita el Registro en la Ley, mediante el Formulario No.3555, disponible en la DGA.

Costo de RD\$300.00

El DUA tiene un costo de: RD\$200.00

### 3.6.2 Envase

El cacao en grano entero o partido, crudo será exportado en sacos de fibra natural de 50 kilos, acorde con estándares de calidad y certificaciones específicas como son el certificado fitosanitario, certificaciones de origen, entre otras.

Estos granos estarán cuidados por lo que el embalaje externo que se utilizará, saco de fibra natural ya que estos son biodegradables, persevera el aroma del producto y contiene la humedad excelente para su almacenaje.

Además:

- a) Son ideales para el trabajo pesado.
- b) Conservan el aroma y el sabor del producto empacado
- c) Brinda facilidad en el arrume del producto a la hora de realizar la unitarización a través de las paletas y la estiba a la hora de colocarlo en

el medio del transporte y como consecuencia a esta ventaja se podrá obtener un flete más económico.

- d) Tienen excelente resistencia a caídas y manejo brusco por lo que tienen mayor seguridad y esto nos garantiza una reducción de costo en la prima de seguro (Inkacao, s.f.)

Realmente este tipo de envase es el ideal a la hora de exportar ya que mantienen el producto fresco y libre de cualquier tipo de daño, lo que permite al producto llegar al país destino en óptimas condiciones.

### 3.6.3 Modo de transporte

**Figura No1. Tipo de carga del producto**



(Ramírez, 2011)

Tarifas de servicios marítimos se ajustan al negocio del cliente, lo cual garantiza ahorros significativos en fletes internacionales, cuando se ofrecen pesos y volúmenes importantes y recurrentes como los nuestros (100 toneladas anuales). El costo del flete marítimo es menor al del flete aéreo, por lo que nuestros costos se reducirían y tendríamos un margen de utilidades más alto. (Inkacao, s.f.)

**Contenedor seco:**

**Peso máximo de carga 20 a 22 toneladas.**

### Capacidad de carga en vol. 33 M3

- Sacos de fibra natural de 40 x 25 pulgadas (101.6 \* 63.5)
- Peso bruto de cada saco: 50 kg
- Número de paletas: 11 (no se puede apilar una paleta sobre otra) DOBLE ENTRADA
- Tamaño de paletas: 1200 mm x 800 mm
- El apilado de las paletas no debe superar los 2 metros de alto.
- Peso Bruto de cada paleta: 25 kg
- Peso de total de paletas por contenedor: 275 kg
- Número de contenedores: 5
- Tipo de contenedor: Dry Container
- Tamaño del contenedor: 20 Pies

Número máximo de sacos por contenedor según volumen: 55 por paleta = 605 sacos

Volumen total: 31.7M3

Número máximo de sacos según peso: 434 (considerando ya los 275kg que pesan las 11 paletas).

Peso bruto total: 21.9 toneladas.

Número máximo de carga de cada paleta: 1350kg.

Número de sacos a exportar por contenedor: 297.

Peso bruto total:  $297 * 50 + 275 = 15.13$  toneladas (Inkacao, s.f.)

#### 3.6.4 Utilización de esquineros

Evitar defectos en las unidades de carga (desbordamiento, escoramiento, protuberancias, caja adentrada). (Inkacao, s.f.)

**Figura No2. Paleta de carga**



(Inkacao, s.f.)

Instrucciones para el manipuleo mediante símbolos internacionales

- Proteger de la humedad

**Figura No3. Símbolo internacional**



(Inkacao, s.f.)

- Proteger del sol

**Figura No4. Símbolo Internacional**



Legibilidad, indeleble, localización, suficiencia, conformidad. (Inkacao, s.f.)

**Figura No5.Saco de fibra**



(Inkacao, s.f.)

### **3.7 Cotización y Elección de Transporte marítimo.**

**Tabla No. 2 Transporte marítimo**

Transporte Marítimo			
Cotizaciones	CMA CGM DOMINICANA SAS	MARDOM	
Agencia Naviera	USD\$ 1,700.00	USD\$ 2.182.00	
Frecuencia de salida	9-12 días	7 días	
Tiempo de tránsito	28	23	

(España, s.f.)

Luego de haber analizado ambas cotizaciones, se concluyó que la mejor alternativa es la cotización del agente de carga VGL, que trabaja con la línea naviera CMA - CGM, dado que ofrece un menor precio en su oferta y esto haría que nuestros costos se vean reducidos. Se elegirá esta opción a pesar de que el tiempo de tránsito y la frecuencia de salidas de los buques sea mayor ya que

se tiene como prioridad los costos, debido a que, por el tipo de carga de nuestro producto, este no estará expuesto a que se vea perjudicado (se deteriore), sumado a que la diferencia de días no es muy distante de la otra naviera.

La Cadena Logística está conformada por empresas que brindan servicios de primera calidad y son necesarios para realizar el transporte y exportación del producto. (Inkacao, s.f.)

En este caso se han requerido los servicios de las siguientes empresas:

Línea naviera:

CMA CGM, es la empresa naviera con la que contaremos, dicha naviera es una de las más grandes del mundo siendo la tercera compañía mundial en el transporte de contenedores, operando en más de 200 rutas marítimas, 400 puertos y en más de 150 países. (Inkacao, s.f.)

Almacén:

APL Logistics Alemania es un proveedor global de logística con 140 oficinas en 55 países. APL opera en la actualidad como proveedor de gestión en la cadena de suministro con su sede principal en Hamburgo. Forma parte del grupo Neptune Orient Lines, una de las 5 mayores empresas en el sector del transporte internacional, logística y Global Supply Chain Management. (Inkacao, s.f.)

Transporte:

Puma Logistics es una empresa de servicio logístico integrado con presencia directa en más de 130 países con oficinas propias. (Puma Logistics, s.f.)

Su enfoque es proveer soluciones rápidas y efectivas utilizando una estructura metodológica que ha sido probada para incrementar la eficiencia, reducir costos y proteger a nuestros clientes en cuanto a su cadena de suministro. (Puma Logistics, s.f.)

Estos evaluamos las actividades de nuestros clientes para la mejora continua de los procesos, la tecnología y los recursos humanos, asegurando así la

satisfacción total del cliente, cumpliendo las normas y estándares. (Puma Logistics, s.f.)

### 3.7.1 Cálculo de Incoterms

#### **Tabla No. 3 Cálculo de incoterms**

**Valor en dólares.**

EX WORKS	\$14,000.00
T. INTERNO	\$200.00
FOB	\$14,200.00
FLETE	\$1,700.00
SEFURO	\$109.50
CIF	\$16,009.50
IVA (19%)	\$3,041.81
TOTAL	\$19,051.31
A.HAMBURGO	\$420.00
TRANSPORTE ALEMANIA	\$200.00
TOTAL 2	\$19,671.31

(Mondragón, 2016)

## CONCLUSIONES

### **Objetivo específico No1: Estudiar las ventajas del acuerdo que posee la Republica Dominicana con Suecia.**

Se encontró algunas ventajas tales como que permite difundir la eficacia económica, donde el acuerdo que tiene la Rep. Dom. con Suecia, el cual es el EPA va a facilitar los procedimientos y reglamentos relativos a las exportaciones, para llegar a los más altos estándares internacionales; oportunidades económicas, va a permitir una mayor estabilidad política y fomentar su integración de manera eficaz en la economía mundial.

### **Objetivo específico No2: Identificar las normas, requisitos y especificaciones que se exige al producto requiere para exportar y debe efectuar.**

Se encontró que el producto debe de cumplir requisitos sanitarios para su exportación, además el etiquetado debe tener el nombre del producto, nombre de la empresa y su razón de ser, etc.

La empresa debe de tener ciertos documentos para exportar como es el DUA, certificado de origen, entre otros.

### **Objetivo específico No3: Investigar las costumbres, gustos y características que posee el consumidor del país destino.**

Se encontró que el país es uno dentro de los once países que más demanda chocolate en el mundo, por lo tanto, sus habitantes suelen ingerir frecuentemente chocolate.

### **Objetivo específico No4: Analizar el condicionamiento legal que posee el país destino.**

En cuanto a la parte legal, Suecia es parte de la Convención de Roma y Convención de Viena. También Suecia forma parte de la Unión Europea y se rige por sus reglamentos.

**Objetivo específico No5: Identificar la demanda nacional del producto en el país destino.**

La población de Suecia se ha dirigido hoy en día por la parte saludable y se ha vuelto famoso el consumir chocolate a base de cacao orgánico por los grandes beneficios que este le brinda a la salud.

**Objetivo específico No6: Determinar los costos económicos asociados al proceso de exportación del cacao dominicano hacia Suecia.**

Se encontró la cotización de los costos de los documentos necesarios para exportar, de los sacos junto con el peso, del contenedor, transporte marítimo, flete, seguro, entre otros. Se concluye que el objeto de investigación debe llevarse a la práctica.

## RECOMENDACIONES

Nuestras recomendaciones están dirigidas a la empresa, para que esta pueda crecer. Esta necesita realizar lo siguiente:

- Crear su página web: ya que no poseen ninguna y se nos dificultó poder obtener informaciones exactas para poder ampliar más esta investigación.
- Utilizar redes sociales: ya que el mundo de hoy utiliza estos medios.
- Destacarse junto con las demás empresas dentro del clúster de cacao.
- Mejorar la atención al cliente: ya que a la hora de contactarnos con la empresa su atención resultó un poco hostil.
- Escuchar a los clientes: Ya que estos son la razón principal de su empresa y sin estos no puede existir la compañía.

## ANEXOS



**Anteproyecto del Trabajo Final de Grado (TFG) en la modalidad  
de Monografía Investigación Acción para optar por el título de  
Licenciatura en: NEGOCIOS INTERNACIONALES (NIN)**

**Título de la monografía:**

ESTUDIO DE LA VIABILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN Y  
EXPORTACIÓN DE CACAO ORGÁNICO HACIA SUECIA: CASO  
CHOCOLATE ANTILLANO S.R.L.

### **Nombres y Matrículas**

YNGRID CANELA 2014-2246

GRISMALDY SÁNCHEZ 2016-2134

SULAY ROSARIO 2017-0183

### **Nombres de los profesores del Conferencista y el Auxiliar**

ALIS MEDINA

ABNER LORA

**Coordinación TFG: Dra. Sención Raquel Yvelice Zorob Ávila**

**Distrito Nacional**

**2020**

## **1- Selección y definición del tema**

### **1.1- Selección del título**

**Estudio de la viabilidad para la comercialización y exportación de cacao orgánico hacia Suecia: caso Chocolate Antillano S.R.L.**

### **1.2- Objeto de estudio**

La presente investigación está basada en un estudio de viabilidad para la comercialización y exportación del cacao orgánico hacia Suecia por parte de la empresa Chocolate Antillano S.R.L.

### **Modelo o instrumento de cambio**

En el presente estudio busca conocer las posibles razones de comercializar y exportar dicho producto en Suecia, todo esto partiendo desde el principio de que la empresa es una de las más conocidas e importantes de la República Dominicana. Asimismo, esta también posee las herramientas necesarias y habilidades para llevar a cabo el proyecto que proponemos. Una de estas herramientas es el carácter multi-producto que posee la empresa: se trata de que la misma se especializa en la producción del Licor de Cacao, Manteca de Cacao, Torta de Cacao y Cocoa en polvo.

### **Campo de acción**

Se da por sentado que la empresa exporta a otros países. No obstante, creemos en el avance, y en el beneficio enorme que se podría obtener no solo para la empresa en sí, sino para la economía del país como tal. De este modo se incorporaría un dinamismo que terminaría siendo fructífero a partir del carácter estático que posee la empresa.

La mejor oportunidad para ser dinámicos y así poder avanzar de manera significativa se trata de Suecia, esto dado que el país europeo es una de las 10 naciones en las cuales se demanda cacao a nivel global dado el consumo de

chocolate. (Murgich, 2015)

Nuestra hipótesis radica en que Chocolate Antillano S.R.L. junto con sus productos es la mejor opción para suplir dicha demanda y aprovechar esta oportunidad que consideramos de carácter fundamental, esto, tomando en cuenta los distintos procesos que se necesitan para poder realizar esta comercialización y exportación hacia dicha nación.

## **2- Planteamiento del problema**

El cacao orgánico en nuestro país es uno de los más apreciados en mercados exigentes, ha ganado numerosa atención y prestigio gracias a distintos productos que lo utilizan, así lo demuestra la barra de chocolate *El bar de la Hispaniola*, la cual es elaborada con el cacao orgánico en el país:

“La barra de chocolate elaborado con cacao orgánico de la República Dominicana, El bar de la Hispaniola, ganó el premio de Mejor Chocolate del Mundo en un acto de la Academia de chocolate en Londres” (Florenzán, 2018)

Dado el prestigio y calidad que posee el cacao orgánico para los mercados exigentes, y siendo Suecia un mercado exigente la posibilidad de riesgo o de fracasar en nuestra hipótesis es mínima.

Además, el país posee la ventaja de contar con el Acuerdo de Asociación Económica (AAE), mejor conocido por las siglas en inglés de Economic Partnership Agreement (EPA) el cual es un acuerdo preferencial que expresa que “los aranceles a los productos europeos son bajos o inexistentes gracias al acuerdo EPA y su desarme prosigue con carácter bienal” (2018).

Otras de las ventajas importantes mencionar, es que este proyecto beneficiará a la República Dominicana en lo que respecta a la mejora de su balanza comercial provocando que la economía crezca y prospere cada vez más. Creemos que se debe tener más exportaciones que importaciones, ¿Y qué mejor manera de hacerlo con el sector que posee nuestro país con prestigio internacional? Se debe explotar de manera significativa, práctica e inteligente todo aquello que trabaje no solo en aras de la salud de los consumidores, sino también del

carácter económico de nuestro país. Si la economía mejora de manera general, también mejorara de manera individual para cada ciudadano dominicano.

Consideramos que Suecia sería el país idóneo al exportar este producto, ya que la mayoría de sus ciudadanos son consumidores frecuentes de chocolate, y el cacao orgánico gana mucha atención dado su carácter natural y, por ende, saludable para los consumidores ya que tiene muchos beneficios por no ser un producto artificial o benigno.

En Suecia se requiere y demanda el producto de cacao, y nuestro país posee uno de los mejores cacaos de todo el mundo, así como también poseemos ciertas ventajas que se han descrito con anterioridad. Por tal sentido, la sociedad comercial Chocolate Antillano S.R.L. debería aprovechar estas oportunidades y trabajar con dinamismo, si esto sucede, además de la mejora de la economía reflejada en el país, la empresa ganaría popularidad y prestigio, aspectos que le ayudarían a crecer como compañía, y por ende, el cacao orgánico dominicano se expandiría más rápido a nivel internacional.

El presente estudio de viabilidad es una aproximación a lo que podría ser un conjunto de oportunidades y beneficios para el país y uno de sus productos más importantes, de ahí nace la importancia, idoneidad y pertinencia de la presente investigación.

### **3- Objetivos**

#### **General:**

Identificar la potencial viabilidad para la comercialización y exportación de cacao orgánico hacia Suecia: Caso Chocolate Antillano, S.R.L.

#### **Específicos:**

- Estudiar las ventajas de los acuerdos que posee la República Dominicana con Suecia.
- Identificar las normas, requisitos y especificaciones que se exige al

producto requiere para exportar y debe efectuar.

- Investigar las costumbres, gustos y características que posee el consumidor del país destino.
- Conocer las leyes, normativas y reglamentaciones legales que posee el país destino.
- Identificar la demanda nacional del producto en el país destino.

## **4- Justificaciones teóricas, metodológicas y prácticas de la investigación**

### **4.1- Justificación teórica:**

Esta investigación pretende dar conocimiento amplio para optimizar el proceso de internacionalización por medio de la exportación del producto en materia. Expandirse a mercados nuevos y hacer presencia del producto a través de nuevas oportunidades de negocios.

### **4.2- Justificación metodológica:**

Adentrarse a nuevos mercados trae consigo alternativas de mejores instrumentos de comercialización. El caso del estudio de viabilidad permite un mejor acercamiento y enfoque para poder seguir patrones e innovar en el campo establecido. Sin duda alguna el método de observación y deducción nos ayudan a estudiar y desmembrar lo que puede servirnos como un incremento en las exportaciones.

La parte analítica y de síntesis apoyan la base de la investigación en la que se estudia y se amplía el conocimiento de las razones para poder ser realidad o ser merecedor de estudio este proyecto en curso. Por medio de este método se conoce la invención y se le da el miramiento de si es factible o no realizar este tipo de relación de comercio en el extranjero.

Chocolate Antillano será sometido bajo arduo estudio y diligencia para hacer de este estudio viable cierto bajo las circunstancias dadas por los resultados de la

investigación.

#### **4.3- Justificación práctica:**

Esta investigación se realiza para aportar al desarrollo y comercialización del chocolate nacional y de esta manera expandir este producto. Debido a la demanda de este producto en Suecia, se expandirá y beneficiará a sus consumidores y aportará e incrementará la exportación nacional del cacao. En 2018, el volumen de consumo per cápita de chocolate y dulces fue de casi 15 kilogramos en Suecia. En comparación, en 2012, se consumieron aproximadamente 17 kilogramos de chocolate y dulces per cápita. (Ridder, 2019).

Las autoridades del Ministerio de Agricultura y el subsector privado de producción y agro-exportación del cacao tienen como meta duplicar los actuales niveles de exportaciones en la próxima década, de modo que éstas alcancen un valor equivalente a los US\$500 millones anuales. Lograr eso no requerirá necesariamente ampliar las zonas de siembra, pero sí renovar las plantaciones existentes y gestionar la captación de nuevos mercados en el exterior. (IICA, s.f.).

Según el sitio web *Acento*, el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes afirmó que República Dominicana produce 80.000 toneladas de cacao al año que generan ventas por 225 millones de dólares. La directora de comercio interno del ministerio Luisa Marcano refirió que 2,5 millones de tareas están sembradas de cacao, en las que trabajan más de 30.000 productores. «El cacao dominicano es uno de los productos admirados por el mundo, tanto así que en este año la que fue considerada como la mejor barra de chocolate del mundo, fue elaborada con cacao dominicano», aseguró. (Acento, 2018)

### **5- Marco de referencias: teórico, conceptual, espacial y temporal**

#### **5.1- Marco teórico**

Los avances en la industrialización del cacao en la República Dominicana van de la mano con la modernización tecnológica de las industrias. Si algo puede

exhibir el país es la mejoría en la calidad de los productos derivados del cacao. El país, sin duda alguna, está fabricando chocolates y cocoa de muy buena calidad, según las investigaciones de Primicias.» (Oficina de tratados agrícolas, s.f.)

Previo a la industrialización del cacao hay que sembrarlo, cosecharlo, cortarlo y extraer las mazorcas, así como fermentarlo, secarlo e industrializarlo en una factoría con las tecnologías que requieren estos momentos de globalización, competencia y calidad en el producto final. (Oficina de tratados agrícolas, s.f.)

Cuando se habla del mercado de cacao en la República Dominicana, no podemos dejar de mencionar en su industrialización a las empresas Cortés Hermanos & Compañía, Munné & Compañía, Promociones Industriales, Productos Alimenticios Nacionales, Chocolate Antillanos, Cafiesa, Dulcería Dominicana y otras empresas. (Oficina de tratados agrícolas, s.f.).

El país exporta manteca de cacao, cocoa en polvo, licor de cacao, crema de cacao, rota de cacao y chocolatinas. (Oficina de tratados agrícolas, s.f.).

Un dato importante es que la producción de cacao genera 300 mil empleos directos e indirectos, lo que incluye la labor agrícola, manejo de fincas, comercialización, empaque, almacenamiento e industrialización. Se calcula que en el país hay sembradas por encima de dos millones 400 mil tareas de cacao. En el año cacaotero octubre 2009-septiembre 2010, las exportaciones de cacao superaron los 168 millones de dólares. (Oficina de tratados agrícolas, s.f.).

## **5.2- Marco conceptual**

**Comercialización:** La comercialización de un producto o servicio, se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final. (Emprende pyme, 2016)

**Producción:** Se denomina producción a cualquier tipo de actividad destinada a la fabricación, elaboración u obtención de bienes y servicios. (Definición, 2015)

**Exportación:** salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior. (Eumed, 2009)

**Importación:** son el conjunto de bienes y servicios comprados por un país en territorio extranjero para su utilización en territorio nacional. (Economipedia, 2012)

**Empresa multinacional:** es aquella que tiene instalaciones y otra clase de activos en más de una nación. (economipedia, 2017)

**Inversión:** es una actividad que consiste en dedicar recursos con el objetivo de obtener un beneficio de cualquier tipo. (Economipedia, s.f.).

**Demanda:** Comprende una amplia gama de bienes y servicios que pueden ser adquiridos a precios de mercado, bien sea por un consumidor específico o por el conjunto total de consumidores en un determinado lugar, a fin de satisfacer sus necesidades y deseos. (Economipedia, s.f.).

**Mercado:** es conjunto de actos de compra y venta asociados a un producto o servicio concreto en un momento del tiempo, sin que haya ninguna referencia de espacio. (economía simple, s.f.).

**Segmento de mercado:** se define como aquella que trata de ampliar y profundizar el conocimiento de los mercados y sus segmentos con el objeto de adaptar su oferta de productos y su estrategia de marketing a las necesidades y preferencias de cada uno de ellos. (Monografías, s.f.).

**Mercado meta:** hace referencia al destinatario ideal de un servicio o producto. Por lo tanto, se trata del sector de población al que se dirige un bien y al que podrá dirigir una organización sus esfuerzos de mercadotecnia. (Emprende pyme, s.f.)

### **5.3- Marco espacial**

La investigación se realizara en el departamento de producción y exportación de la empresa Chocolate Antillano, S.R.L.

## 5.4- Marco Temporal

El proyecto se realizará en el periodo de enero-mayo 2020.

## 6- Aspectos metodológicos

Los aspectos metodológicos en este trabajo final son:

- **Métodos de investigación**

Los métodos que se emplearan en este proyecto de investigación son:

- La observación, puesto que se realizará una visita a la empresa Chocolate Antillano S.R.L. para percibir rasgos reales en el lugar de los hechos, y así llegar a una conclusión.
- El método deductivo, porque a partir de la observación en el lugar de los hechos, se llegarán a verdades particulares, que nos permitirán elaborar hipótesis sobre si es o no viable la exportación.
- Método analítico y de síntesis, puesto que se realizará una investigación para identificar las razones por las que la empresa Chocolate Antillano no exporta sus productos a Suecia. Por otra parte, a partir del análisis de los objetos de estudio, se establecerá una relación con los hallazgos encontrados.

### 6.1-Técnicas de recopilación de información

Las técnicas de investigación a utilizar son:

**Cuestionario:** Se realizará un cuestionario a empleados de la empresa Chocolate Antillano, S.R.L. con el fin de obtener respuestas que nos permitan llegar a una conclusión.

**Revisión de documentos:** se utilizarán datos extraídos de libros de texto, documentos en páginas digitales y documentos de la empresa.

Para la elaboración de las entrevistas y encuestas se aplicarán elementos que

se tiene que tomar en cuenta:

1. Las preguntas tienen que ser claras.
2. Que no se repitan las preguntas.
3. Todas las preguntas elaboradas tienen que ser relacionadas al objeto de estudio.
4. Estas tienen que ser objetivas y neutrales.
5. Este proceso no debe durar más de 30 minutos y que no sean más de 40 preguntas.

## **7- Tabla de contenido preliminar.**

Esta contiene el índice a desarrollar como su trabajo final de grado.

**Portada**

**Índice**

**Dedicatorias y agradecimientos**

**Resumen**

**Introducción**

**Capítulo 1. La producción del cacao**

1.1 El cacao y su diversidad

1.2 Recursos utilizados en la producción de cacao

1.3 Derivados del cacao

1.4 El cacao en la producción de chocolate

**Capítulo 2. Las exportaciones**

2.1 definición

2.2 Clases de exportación

2.3 Clasificación

2.4 Importancia

### **Capítulo 3. La comercialización**

3.1 Concepto

3.2 Las exigencias en los mercados

3.3 Oportunidades de acceso a los mercados

3.4 Estrategias específicas de negociación

**Conclusiones**

**Recomendaciones**

**Bibliografía**

**Anexos**

## RESULTADO DE ANTIPLAGIO

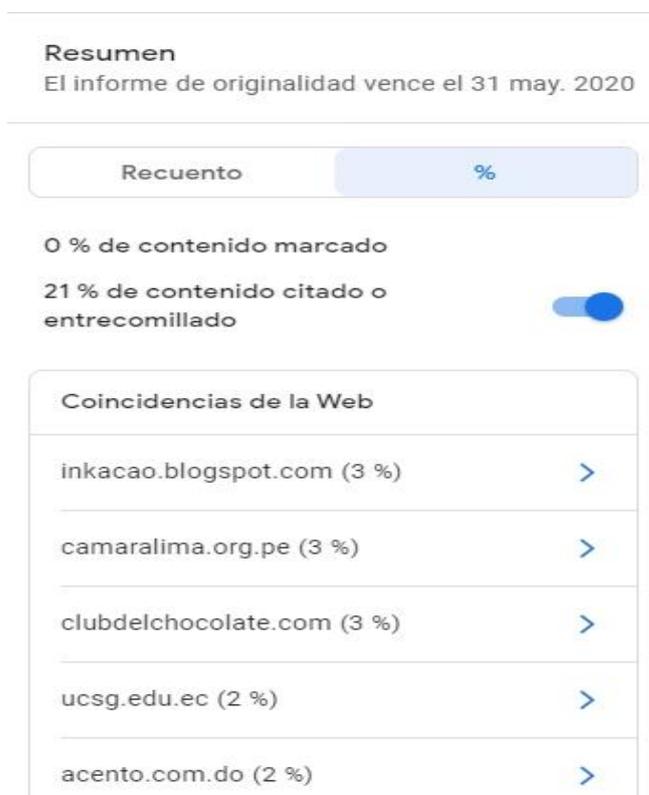
### ***Declaración de antiplagio***

El presente trabajo ha sido analizado mediante la herramienta *Original Reports* que está presente en distintos servicios ofrecidos por el programa *Google For Education*. El software se encarga de comparar la información de la monografía con billones de páginas webs y libros anexados al mejor motor de búsqueda más popular y usada en el mundo. Ello con el objetivo de prevenir el plagio involuntario y entregar un trabajo original y de calidad.

Como se observa en la Figura No6.

Resultado de antiplagio, se puede apreciar el porcentaje estimado de las citas que hemos utilizado en el trabajo analizado por el sistema, y también expresa que el contenido de los pasajes “marcados” es 0. Entiéndase el término *marcado* como sinónimo de contenido plagiarizado. En este sentido, nuestro trabajo muestra las fuentes de los contenidos que no pertenecen a los autores de la monografía en su respectiva lista de referencias

**Figura No6. Resultado de antiplagio**



## BIBLIOGRAFÍA

- Acento. (2018). Obtenido de <https://acento.com.do/2018/economia/8610932-republica-dominicana-produce-80-000-toneladas-cacao-generan-225-millones-dolares/>
- Adoexpo. (s.f.). Obtenido de <https://adoexpo.org/es/assets/Guia%20Completa%20Interactiva%20mix%20INTERACTIVA%20-%20PW.pdf>
- Agrario, B. (s.f.). *Boletinagrario.com*. Obtenido de <https://boletinagrario.com/ap-6,cacao,321.html>
- Agrícola, R. C. (s.f.). Obtenido de <https://www.redalyc.org/pdf/1930/193030122007.pdf>
- agrotendencia. (s.f.). Obtenido de <https://agrotendencia.tv/agropedia/el-cultivo-de-cacao/>
- Andrea, S. (s.f.). Obtenido de [http://192.188.51.77/bitstream/123456789/8221/1/50788\\_1.pdf](http://192.188.51.77/bitstream/123456789/8221/1/50788_1.pdf)
- Aproxyma. (s.f.). Obtenido de <https://www.aproxyma.com/los-mejores-paises-para-exportar-chocolate/>
- ARQHYS, R. (2020). *ARQHHYS Arquitectura & Decoracion* . Obtenido de [www.arqhys.com](http://www.arqhys.com)
- baia. (s.f.). *baiafood*. Obtenido de <https://baiafood.com/pages/cacao-organico>
- Beato, N. (23 de Noviembre de 2011). *Acento*. Obtenido de <https://acento.com.do/2011/opinion/202410-el-epa-un-acuerdo-comercial/>
- Burin, D. (s.f.). Obtenido de [http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/estrategias-de-crecimiento\\_1563923633.pdf](http://accioneduca.org/admin/archivos/clases/material/estrategias-de-crecimiento_1563923633.pdf)
- Club del chocolate*. (s.f.). Obtenido de <https://www.clubdelchocolate.com/82-la-fabricacion-del-chocolate.html>
- colectiva, n. (s.f.). Obtenido de [https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed\\_dialogue/---actrav/documents/publication/wcms\\_117798.pdf](https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---ed_dialogue/---actrav/documents/publication/wcms_117798.pdf)
- Concepto.de* . (2018). Obtenido de <https://concepto.de/cacao/>
- Dalmau, Y. S. (s.f.). Obtenido de [https://www.researchgate.net/profile/Jaime\\_Dalmau/publication/287087936\\_The\\_European\\_Food\\_Safety\\_Authority\\_EFSA\\_as\\_organ\\_of\\_scientific\\_advice\\_in\\_](https://www.researchgate.net/profile/Jaime_Dalmau/publication/287087936_The_European_Food_Safety_Authority_EFSA_as_organ_of_scientific_advice_in_)

food\_safety\_and\_nutrition/links/59c16149458515af305c7eab/The-European-Food-Safety-Authority-EFSA-as-organ-of-s

*Definicion.* (2015). Obtenido de <https://definicion.mx/produccion/>

Domingo, O. E. (Julio de 2018). *Gobierno de España . Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.* Obtenido de <http://www.comercio.gob.es/tmpDocsCanalPais/D44E5AB1F330C82054A91149EB3E7F3B.pdf>

EAE. (27 de Enero de 2018). *Business School.* Obtenido de <https://retos-operaciones-logistica.eae.es/estudio-de-viabilidad-razones-para-hacerlo/>

*economia simple.* (s.f.). Obtenido de <https://www.economiasimple.net/glosario/mercado>

*Economipedia.* (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/inversion.html>

*Economipedia.* (s.f.). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/demanda.html>

*Economipedia.* (2012). Obtenido de <https://economipedia.com/definiciones/importacion.html>

*economipedia.* (2017). Obtenido de <https://economipedia.com/?s=Empresa+multinacional>

*Emprende pyme.* (s.f.). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-el-mercado-meta.html>

*Emprende pyme.* (2016). Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/comercializacion>

España, T. (s.f.). *Blog logística y transporte.* Obtenido de <https://www.tibagroup.com/es/cotizar-transporte-maritimo>

*Eumed.* (2009). Obtenido de <http://www.eumed.net/cursecon/dic/bzm/e/exporta.htm>

Europeancommission. (s.f.). Obtenido de [https://ec.europa.eu/food/safety/rasff\\_en](https://ec.europa.eu/food/safety/rasff_en)

EuropeanCommission. (s.f.). Obtenido de <https://trade.ec.europa.eu/tradehelp/sanitary-and-phytosanitary-requirements>

Garcia. (s.f.). Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/comercializacion-de-productos-y-servicios-universitarios/>

IICA. (s.f.). Obtenido de <https://www.iica.int/es/prensa/noticias/el-cacao-un-cultivo-clave-que-mantiene-la-republica-dominicana-como-uno-de-los>

- Inkacao*. (s.f.). Obtenido de <http://inkacao.blogspot.com/2013/06/envase-y-embalaje.html>
- intercooperation. (s.f.). Obtenido de <file:///C:/Users/ynagri/OneDrive/Desktop/cayena/garibay-richter-2005--mercado-organico-comercio-justo.pdf>
- isex. (s.f.). Obtenido de <https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/informacion-de-mercados/paises/navegacion-principal/exportar-a/acceso-al-mercado/regimen-arancelario-y-reglamentacion/index.html?idPais=SE>
- ISO. (s.f.). Obtenido de <https://www.iso.org/fr/standard/65464.html>
- Julissa Margarita Mercedes Santana, L. I. (Junio de 2019). *EAE Business School*. Obtenido de <http://eae.xebook.es/>
- López, F. (2011). *Escuela de Organización Industrial*. Obtenido de [www.eoi.es](http://www.eoi.es)
- Markerts, S. T. (s.f.). *Santander Trade Markerts*. Obtenido de <https://santandertrade.com/es/portal/establecerse-extranjero/suecia/entorno-legal>
- MICM. (s.f.). *Ministerio de Industria y Comercio y Mipymes*. Obtenido de <https://www.micm.gob.do/direcciones/comercio-externo/acuerdos-comerciales-vigentes/acuerdo-cariforo-union-europea-o-epa-2>
- Minsalud. (s.f.). Obtenido de <https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx>
- Mondragón, V. (Junio de 2016). *Diario del exportador*. Obtenido de <https://www.diariodelexportador.com/2016/06/ejemplo-de-como-realizar-el-calculo-del.html>
- Monografias*. (s.f.). Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos57/segmentacion-mercado/segmentacion-mercado.shtml>
- Montesdeoca Núñez, C. D. (s.f.). Obtenido de <http://192.188.52.94:8080/bitstream/3317/6690/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES-298.pdf>
- Montesdeoca Núñez, C. D. (s.f.). Obtenido de <http://192.188.52.94:8080/bitstream/3317/6690/1/T-UCSG-PRE-ECO-GES->

298.pdf

- Nestle. (s.f.). *Chocolatenestle*. Obtenido de <https://www.chocolatesnestle.es/fabricacion-curiosidades/cultivo-cacao>
- NOTIMÉRICA. (s.f.). Obtenido de <https://www.notimerica.com/economia/noticia-sabias-iberoamerica-produce-mejor-chocolate-organico-mundo-20170521082740.html>
- Oca, J. M. (s.f.). *economipedia*. Obtenido de [www.economipedia.com](http://www.economipedia.com)
- Oficina de tratados agrícolas*. (s.f.). Obtenido de <http://otca.gob.do/tag/cacao/>
- Oliver, B. (s.f.). Obtenido de <https://bivi.afnor.org/notice-details/liso-220002018-un-systeme-de-management-de-la-securite-des-denrees-alimentaires-smsda/1312593>
- ProColombia. (s.f.). *ProExport Colombia*. Obtenido de [https://procolombia.co/sites/default/files/perfil\\_logistico\\_de\\_suecia\\_2014.pdf](https://procolombia.co/sites/default/files/perfil_logistico_de_suecia_2014.pdf)
- Promperu. (s.f.). Obtenido de <http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/601787573rad2CB8A.pdf>
- Puma Logistics*. (s.f.). Obtenido de <https://www.puma.do/nosotros/>
- Pyme, E. (2016). *EmprendePyme.net*. Obtenido de <https://www.emprendepyme.net/que-es-la-exportacion-de-productos.html/concepto-exportacion>
- Ramírez, C. A. (21 de Agosto de 2011). *SlideShare*. Obtenido de <https://es.slideshare.net/negociador10/expo-cacao>
- Ridder, M. (2019). Obtenido de <https://www.statista.com/statistics/560527/per-capita-consumption-of-chocolate-and-confectionery-in-sweden/>
- Salinas, A. (2010). Obtenido de <https://aalfredosalinas.wordpress.com/>
- Santos, A. (s.f.). *Course Hero*. Obtenido de <https://www.coursehero.com/file/p42nm4i/Medidas-No-Arancelarias-Normas-de-comercializaci%C3%B3n-de-los-productos-agr%C3%ADcolas-y/>
- SCHOOL, E. B. (s.f.). Obtenido de <http://18.203.28.48/xmlui/bitstream/handle/123456789/1818/181025900%20-%20Grupo%201.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Siicex.gob. (s.f.). Obtenido de

<http://www.siicex.gob.pe/siicex/resources/estudio/601787573rad2CB8A.pdf>

*Simbiotik*. (s.f.). Obtenido de 2017: <http://www.simbiotik.com/derivados-del-cacao/>

SIS. (s.f.). Obtenido de <https://www.sis.se/standardutveckling/internationell-standardisering/cen/>

suecia, C. (s.f.). Obtenido de <https://www.planetechocolat.com/es/content/36-Envio-chocolate-regalo-suecia>

UTZ. (s.f.). Obtenido de <https://utz.org/>

Vigo. (s.f.). Obtenido de <https://www.ardan.es/czfv/downloads/pdf/d037350374da28b1f8f10b700a396b65.pdf#page39>

Vigo, C. d. (s.f.). *Zona Franca Vigo*. Obtenido de [www.zfv.es](http://www.zfv.es)

Wikipedia. (10 de Octubre de 2019). *Wikipedia.com*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Suecia](https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Suecia)

Wikipedia. (2020). *Wikipedia.com*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa\\_de\\_Chile](https://es.wikipedia.org/wiki/Econom%C3%ADa_de_Chile)

Wikipedia. (2 de Marzo de 2020). *Wikipedia®*. Obtenido de [https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica\\_de\\_Chile](https://es.wikipedia.org/wiki/Pol%C3%ADtica_de_Chile)

WIKIPEDIA. (s.f.). Obtenido de [https://es.m.wikipedia.org/wiki/Theobroma\\_cacao](https://es.m.wikipedia.org/wiki/Theobroma_cacao)