VICERRECTORÍA ACADÉMICA

DEPARTAMENTO DE CURSO MONOGRÁFICO

Monografía para optar por el título de Licenciatura en Negocios Internacionales

Título de la monografía:

Evaluación de los procesos de exportación de banano orgánico desde República Dominicana hacia Alemania, año 2021.

Sustentado por:

Laura Encarnación Tineo A00097745

Ashley De Jesús Oviedo A00093801

Lisbeth Carmona Vizcaíno A00098413

Asesores:

Nilsy Delgado

Ariel Gautreaux

Distrito Nacional, República Dominicana

Junio del 2021

EVALUACIÓN DE LOS PROCESOS DE EXPORTACIÓN DEL BANANO ORGÁNICO DESDE REPÚBLICA DOMINICANA HACIA ALEMANIA, AÑO 2021

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS viii
DEDICATORIAS xii
RESUMEN xvi
INTRODUCCIÓN 1
CAPITULO I. 3
TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DEL BANANO ORGÁNICO DOMINICANO 3
1.1 Contexto teórico y planteamiento de problema 4
1.2 Concepto del producto 6
1.2.1 Origen y Características 6
1.2.2 Variedades existentes del fruto 8
1.2.3 Valores Nutricionales 10
1.3 Detalles y técnicas de producción 11
1.3.1 Taxonomía y Morfología 11
1.3.2 Requerimientos Edafoclimáticos 11
1.3.2.1 Clima 11
1.3.2.2 Suelo 11
1.3.3 Particularidades del Cultivo 12
1.3.3.1 Selección y preparación del terreno 12
1.3.3.2 Siembra, control y fertilización 12
1.3.3.3 Recolección 13
1.3.3.4 Enfermedades que afectan la planta 13
1.3.4 Normas y Certificaciones Internacionales para el Control de Calidad del Banano 14
1.3.4.1 FAO'S CODEX ALIMENTARIUS (CODEX STAN 205-1997) 14
1.3.4.2 Normas de Organización Internacional de Normalización (ISO) 15
1.3.4.3 Global Good Agriculture Practice (GLOBALG A.P.) 16
1.4 Generalidades de la oferta 18
1.4.1 Producción del Banano General 18
1.4.1.1 Instituciones locales 19

1.4.1.2 Productores Locales 19
1.4.2 Mercados y Precios 22
1.4.2.1 Mercado Local 22
2.3.2.1 Mercado Internacional 22
1.4.3 Competencia Internacional Directa 23
1.4.3.1 Ecuador 23
1.4.3.2 Costa Rica 24
1.5 Demanda para consumo interno y exportaciones 25
1.5.1 Producción del banano 25
1.5.1.1 Demanda Local 25
1.5.1.2 Demanda Internacional 25
1.5.2 Exportaciones totales 26
1.6 Banano orgánico y de comercio justo 26
1.6.1 Concepto de Banano Orgánico 26
1.6.2 Historia del cultivo de banano orgánico en República Dominicana 28
1.6.3 Variaciones en la Producción 29
1.6.3.1 Variaciones en el Precio 30
1.6.3.2 Deficiencias en la producción del Banano Orgánico 30
1.6.4 Concepto de Comercio Justo 30
1.6.4.1 Comercio Justo del Banano 32
1.6.4.2 ¿Existe una diferencia notable en el comercio del banano orgánico? 32
CAPITULO II. 34
PROCESO DE EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO DESDE LA REPÚBLICA DOMINICANA 34
2.1 Requisitos para exportar banano orgánico desde la República Dominicana… 35
2.1.1 Especificaciones fisiológicas del banano 35
2.1.2 Control de los contaminantes en alimentos 36
2.1.2.1 Aspectos fitosanitarios 36
2.1.2.2 Control de los productos alimenticios de origen no animal 37
2.1.2.3 Etiquetado 38
2.1.3 Documentos y formularios requeridos para los procesos de exportación 39

2.2 Aspectos a considerar para manejo de los contratos comerciales 41
2.2.1 Marco legal internacional e INCOTERMS 41
2.2.2 Recomendaciones prácticas para llevar a cabo la negociación de los contratos comerciales 41
2.2.2.1 Cobros 42
2.2.3 Leyes de regulación aplicables a la exportación en República Dominicana 44
2.2.3.1 Ley No. 8-90 44
2.3 Barreras a la entrada de las exportaciones 48
2.4 Proceso exportador en la República Dominicana 49
2.5 Concepto de plan de exportación 49
2.6 Estructura de un plan de exportación 50
2.6.1 Identificación y evaluación de oportunidades 50
2.6.2 Análisis producto/espacio 50
2.6.3 Instrumentos que serán necesarios 50
2.6.4 Plan de acción 51
2.7 Criterios de auditoria de exportación 51
2.8 Tratados comerciales vigentes en la R.D. 52
2.8.1 Tratado de Libre Comercio RD-CARICOM (1998) 52
2.8.2 Tratado de Libre Comercio RD-Centroamérica (1998). 52
2.8.3 Tratado de Libre Comercio RD-Centroamérica-Estados Unidos (DR-CAFTA, por sus siglas en inglés) (2005) 53
CAPITULO III. 54
INTEGRACIÓN DEL BANANO ORGÁNICO DOMINICANO A LOS MERCADOS EUROPEOS: ALEMANIA 54
3.1 El mercado de la UE 55
3.1.1 Características del mercado europeo 55
3.1.2 Posicionamiento del banano orgánico en el mercado europeo 57
3.1.3 Tendencias de consumo de banano orgánico en la UE 59
3.2 Régimen de importación de la UE para el banano orgánico dominicano 62
3.3 Producción, consumo e importación del banano orgánico 65
3.3.1 Análisis de la competitividad del banano certificado de RD en el mercado europeo, Alemania y el mundo 67
3.3.1.1 Aspectos críticos en la producción 67

3.3.1.2 Aspectos de penetración a los mercados 69
3.3.1.3 Análisis de la competitividad 71
3.4 Normas comerciales e industriales en Alemania..... 80
3.4.1 El embalaje..... 81
3.4.2 El etiquetado 81
3.5 Barreras para exportar a Alemania 81
3.6 Evaluación de los procesos de exportación de banano orgánico de empresas exportadoras dominicanas..... 82
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES..... 84
ANEXOS 87
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS 98

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 ……..…… 87
Tabla No. 2 ……..... 88
Tabla No. 3 ……..…… 89
Tabla No. 4 ……..…… 90
Tabla No. 5 ……..…… 90
Tabla No. 6 ……..…… 91
Tabla No. 7 ……..…… 91
Tabla No. 8 ……..…… 92

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 92
Gráfico No. 2 93
Gráfico No. 3 93
Gráfico No. 4 94
Gráfico No. 5 94
Gráfico No. 6 95
Gráfico No. 7 95

ÍNDICE DE ESQUEMAS

Esquema No. 1 ……96
Esquema No. 2 ……96

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Desde la profundidad de mi corazón agradezco a Dios sobre todas las cosas, por permitirme llegar hasta aquí y salvaguardarme hasta completar esta meta de entre tantas otras.

A mi familia

Por otro lado, agradezco intensamente a mis tíos Juana Encarnación y Jan de Bon, los cuales me dieron la oportunidad de realizarme profesionalmente y por brindarme apoyo siempre. De igual manera, agradezco a mis padres y hermanos, por creer en mí, motivarme y apoyarme incondicionalmente. ¡Los quiero inmensamente!

A mis compañeras

Asimismo, a mis compañeras Lizbeth Carmona y Ashley De Jesús Oviedo por acompañarme en esta gran experiencia y ayudarme a realizar esta maravillosa investigación.

A mis asesores

De manera especial, agradezco a mis asesores, los profesores Nilsy Delgado y Ariel Gauteraux, por guiarnos, enseñarnos y sobre todo estar dispuestos a ayudarnos e interesarse en este proyecto, ¡Gracias desde lo más profundo!

A la Universidad APEC

Aparte agradezco a la Universidad APEC por el excelente programa académico que me ha brindado y la ayuda de profesionales que me ha facilitado.

Laura Encarnación

A Dios

Primero antes que todo darle las gracias a Dios por estar siempre con nosotras durante todo el proceso, por darnos la oportunidad de conocer personas increíbles en la universidad, por guiarnos en cada decisión que tomamos y ser nuestro soporte.

A mi familia

Agradezco profundamente a mis padres por la ayuda imprescindible que me brindaron. Todo este fuerzo valió la pena para lograr esta meta, gracias a la motivación de mi familia que siempre estuvieron ahí, todo su apoyo, amor y deseo de superarme siempre es lo que ha hecho que me convierta en quien soy ahora.

A la Universidad APEC

Agradezco a la Universidad APEC por ser la entidad que nos formó como profesional, facilitarnos los recursos de capacitación. Gracias a nuestros docentes, que nos trasmitieron su conocimiento, nos brindaron apoyo y nos guiaron siempre.

A nuestros asesores

A nuestros asesores, Nilsy Delgado y Ariel Gautreaux, los cuales estuvieron ahí para guiarnos, darnos consejos y mostrarse siempre a nuestra disposición con el deseo de ayudarnos.

Además, agradezco aquellos que colaboraron y nos ayudaron a desarrollar nuestra investigación.

Lizbeth Carmona

A Dios

Por darme las fuerzas y la disposición de superación en esta bella etapa de mi vida, por permitirme conocer personas maravillosas y permitirme vivir grandes momentos que serán trascendentales en mi vida.

A mi familia

Por apoyarme y ser mi motor en esta gran etapa, por ser mi vitamina diaria que me impulsa a obtener todo lo que me propongo. ¡Gracias!

A la Universidad Acción Pro-Educación y Cultura (APEC)

Por brindarme los conocimientos a través de grandes profesionales que me ayudaran a dar un cambio en mi nación con mis conocimientos.

A mis asesores

Profesores Nilsy Delgado y Ariel Gauteraux

Por compartir sus conocimientos con nosotras y por guiarnos en este último trayecto con toda la pasión de la enseñanza, por estar presentes en cada llamado y en cada duda. ¡Infinitas gracias!

Ashley De Jesús Oviedo

DEDICATORIAS

Dedicado a:

Mi familia, amigos, compañeras de monografía especialmente, y a los que han formado parte en esta maravillosa etapa de mi vida, sobre todo a los que decidieron quedarse.

Laura Encarnación

A todas mis amistades

Esos seres de luz que llenan mi vida de risas y de lecciones de vida, que aun en poco tiempo me han acogido y disfrutan conmigo todos mis logros. Siempre ¡sin miedo al éxito!

A mis compañeras de monografía

Laura Encarnación y Lisbeth Carmona

Gracias por ser parte de mi vida, por estresarse conmigo y por ayudarme a conseguir, a través de este último esfuerzo, nuestra ansiada meta. ¡Las quiero chicas!

A todos los que han sido parte de mi vida, de manera transitoria, pero que han dejado su huella en forma de consejos, de vivencias, de risas, de apoyo en esta etapa de mi vida. Infinitas gracias.

Ashley De Jesús Oviedo

Dedicado a:

A mi familia por estar siempre para mí, a mis amistades Laura Encarnación, Ashley de Jesús Oviedo, Kiara Polanco, Laura Nicol Mendoza, Ana Victoria Gálvez, Leoriza Gálvez, Carlos Reyes gracias por siempre apoyarme y motivarme a seguir adelante.

Lisbeth Carmona

RESUMEN

Las exportaciones anteriores de productos agrícolas tuvieron una notable participación en el PIB del país, por lo que demostró ser uno de los pilares principales para el desarrollo del mismo, por tal razón, en vista de que la República Dominicana contó con las condiciones necesarias para triunfar en mercados internacionales, se abrió camino y aprovechó las oportunidades comerciales que se les presentó. Una de dichas oportunidades se encontró en el sector banano. En dicho sector la República Dominicana destacó como uno de los principales exportadores de banano orgánico a nivel mundial, por lo demás, logró destacarse hasta en los mercados más exigentes. El posicionamiento del banano orgánico dominicano en mercados internacionales representó un gran logró para el país y un orgullo para los productores, pese a la fuerte competencia. Al evaluar los procesos de exportación del banano orgánico, se mantuvo y se garantizó la reputación del país para tiempos futuro.

Palabras Claves

Exportaciones, banano orgánico, importaciones, producción orgánica, Unión Europea, Alemania.

INTRODUCCIÓN

Los productos orgánicos están ocupando un lugar en el mercado internacional debido a las tendencias de los consumidores, que cada vez son más exigentes en cuanto a la calidad y lo saludables que pueden ser los productos. Nuestro país no queda fuera de esta tendencia, y muchos de los productos orgánicos que ofrece cuentan con sus debidas certificaciones orgánicas.

La simplicidad para medir la viabilidad de la exportación de banano es una opción factible, debido a que tiene mucha demanda en el mercado internacional. Es preponderante evaluar los procesos de exportación y elaborar un estudio de mercados para penetrar mercados potenciales, en los cuales los productores compiten por posicionarse en el mismo y enaltecer el suyo. Por lo demás, la globalización ha facilitado la eliminación de las fronteras y barreras en los negocios, permitiendo una flexibilización en las practicas económicas.

Las exportaciones son una parte fundamental de la internacionalización empresarial de las compañías, ya que les permite llevar sus productos a cualquier parte del mundo, por esta razón esto no es algo exclusivo de las grandes empresas, debido a que cada vez son más los emprendedores y pymes que recurren a su salida al exterior ante la elevada competencia que hay en el mercado doméstico y las opciones de éxito en otro territorio. Además, debe valorarse, que contribuye a la consolidación de cualquier empresa, ayudando a ofrecer unos precios más rentables al existir una mayor demanda de artículos.

Actualmente la República Dominicana es uno de los principales exportadores mundiales de productos orgánicos tropicales. En la producción orgánica del país predominan los bananos, que representan alrededor del 80% de todas las exportaciones orgánicas. En cuanto al banano, este es importante exportador hacia merados de Europa y Estados Unidos. A pesar de ser un jugador relativamente pequeño en el mercado bananero mundial, RD se destaca como su

fuente más importante de banano orgánico, por lo que es una demostración útil de métodos comunes de implementación, sus resultados y de los desafíos que enfrentan los productores que desean cambiar a métodos orgánicos.

El banano es una de las frutas tropicales más consumidas a nivel mundial, llegando hacer cultivado en más de 128 países. Es un componente vital de la alimentación humana, como fruta en estado maduro y como vianda en su estado verde. En tema de economía nacional, aporta de manera preponderante al incremento del PIB del sector agropecuario, por medio de las exportaciones que se realizan hacia los mercados internacionales. Además, cuanta con un posicionamiento a nivel internacional gracias a su calidad, sabor, textura y propiedades nutritivas.

El consumo de frutas y vegetales orgánicos ha experimentado un crecimiento sostenido en los últimos años, acorde con las políticas existentes de apoyo a la sostenibilidad y protección a la salud humana y al medio ambiente. Esto representa una gran oportunidad para los exportadores dominicanos de productos orgánicos.

Conforme a lo expresado anteriormente, se requiere que los procesos de exportación sean evaluados, para determinar la viabilidad de ese producto en los mercados potenciales, además de dar a conocer los riesgos que se pueden presentar en el proceso de exportar ese producto al exterior y los documentos e informaciones necesarias para realizar ese proceso.

En el presente trabajo se pretende evaluar los procesos de exportación del banano orgánico dominicano hacia el mercado alemán, presentando los elementos encontrados en el proceso de exportación, información del producto, conocer los mercados potenciales y mostrando la situación actual de dichos procesos. Buscamos introducirnos en el negocio internacional del banano dominicano para proveer y adquirir los conocimientos pertinentes, además de observar las oportunidades que se les presenten a los productores dominicanos.

CAPITULO I.

TÉCNICAS DE PRODUCCIÓN DEL BANANO ORGÁNICO DOMINICANO

1.1 Contexto teórico y planteamiento de problema

La apertura de mercados en el extranjero supone una gran oportunidad para la expansión de los negocios a nivel global, favoreciendo, además, la oferta de servicios y productos a un mayor número de usuarios, lo que ayudará al aumento de los ingresos y de la cartera de clientes.

Los productos orgánicos tienen cada vez más participación en el mercado internacional, debido a la tendencia entre los consumidores, lo que conlleva al aumento del nivel de exigencia de los interesados en cuanto a la calidad y los requisitos de salud que debe cumplir el producto. En el caso de la República Dominicana, el mercado importador destacado es el europeo, lo cual representa el 95% de las exportaciones del banano orgánico y el 50% de su oferta. (Bananero, 2017)

La República Dominicana es uno de los productores de banano orgánico más importantes en la región, representando más del 55% de la producción mundial en este sector. A pesar de ser un jugador relativamente pequeño en el mercado bananero mundial, la República Dominicana se destaca como su fuente más importante de banano orgánico, por lo que es una demostración útil de métodos comunes de implementación, sus resultados y de los desafíos que enfrentan los productores que desean cambiar a métodos orgánicos. (Bananero, 2017)

La producción de banano orgánico es destinada tanto al mercado nacional como internacional y según datos del ministerio de agricultura para el 2016 República Dominicana se ha convertido en el primer exportador de banano orgánico, lo que significa que el 63% de las 270 mil tareas (aproximadamente 17,000 hectáreas) dedicadas a ese cultivo han sido certificadas como libre de pesticidas o cualquier otro químico.

Como lo explicado anteriormente la exportación de banano orgánico es uno de los procesos de comercialización que ha permitido el progreso económico y social en

gran parte del país y una gran parte de su producción son exportadas en cajas a los mercados europeos, mientras que los demás son destinados al mercado local. No obstante, el sector bananero presenta una serie de retos no solo en su proceso de producción sino también en su proceso de exportación.

Las fluctuaciones climáticas que ocurren en el país hace vulnerable a las plantaciones y los suelos, haciendo que se vean amenazadas por plagas y enfermedades que pueden llegar a afectar las cifras de producción y exportación.

Por otro lado, el mercado europeo, sobretodo el mercado alemán está cada vez más disputado y exigente, los cambios en los patrones de consumo crecen rápidamente, lo que representa un gran desafío para los productores por su incapacidad de controlar y preservar la producción del banano de manera orgánica. Además de los desafíos que se pueden presentar en la logística de transporte de productos orgánicos.

También se ve amenazado por las nuevas normativas de la Unión Europea, las cuales empezaron a cumplirse a partir del 3 de febrero del año 2021, esos protocolos de importación de banano orgánico están amenazando la sostenibilidad de la producción dominicana, por lo cual se teme perder la venta de la variedad de este producto en ese mercado. Cabe resaltar que en el año anterior a este se desató una pandemia provocada por un virus llamado Covid-19, el cual resultó en una gran crisis a nivel mundial, afectando todos los sectores, incluyendo el bananero.

Entre las interrogantes que nos surgen ante esta situación están: ¿Cuál es la situación actual de los procesos de exportación de la República Dominicana, ¿Cuáles son las técnicas utilizadas en la producción y exportación del banano orgánico dominicano? Y ¿Cuál es el mercado potencial del producto, desde el punto de vista de un estudio de mercado?

Por lo anteriormente dicho daremos paso a nuestra a investigación, dando posibles soluciones a estas preguntas y algunas recomendaciones.

1.2 Concepto del producto

Dentro de la conceptualización se destaca el concepto del Plátano (planta), el cual la Real Academia de La Lengua Española (2020) define como:

‘‘Planta herbácea de grandes dimensiones, que en algunos países llaman banano. Pertenece a la familia de las musáceas’’ (RAE, 2020)

Para el concepto de Banano (fruto del plátano), la RAE (2020) lo define de la siguiente manera:

‘‘Fruto comestible del plátano, la cual es una baya alargada de unos 10-15 cm de longitud, encorvada de corteza lisa y amarilla’’ (RAE, 2020)

La Banana (también llamado *guineo* en Centroamérica - El Caribe y *cambur* en algunos países de Sur América) es una fruta tipo baya con cambios en las cualidades físicas como el tamaño, color y la solidez, procedente de la planta del género de las musáceas (cuyo nombre científico es *Musaceae*) y su fruto se denominaría *MusaxParadisiaca* en términos científicos. En la actualidad se denominan ‘’frutos estériles’’ debido a que no producen semillas fructíferas, es decir, no producen semillas que puedan florecer. Se considera una fruta en su estado maduro y como *vianda* en su estado verde.

1.2.1 Origen y Características

Se cree que las primeras variedades del banano se originaron en las regiones donde hoy se levantan países como Malasia, Tailandia y Myanmar; incluyendo territorios de Oceanía como Australia y Papua Nueva Guinea. Esta última figura en estudios arqueológicos antiguos como cama de los primeros cultivos de banano silvestre no aptos para el consumo.

Las Musáceas se originaron bajo condiciones ecológicas como ‘‘sotobosques’’ lo cual hace de esta planta como *‘‘umbrofilia’’*, que indica la necesidad de puntos fríos o sombra para un desarrollo óptimo (razón por la cual no cierran completamente durante las horas donde más fuerte esta la temperatura) para evitar deshidratación.

Se sugiere que los españoles los trajeron desde el Sudeste Asiático hacia el nuevo mundo. La llegada al Nuevo mundo de esta fruta data en fecha del 1516 en Santo Domingo y tuvo una gran aceptación por parte de los indígenas y esto causo su dispersión inmediata para todo el continente, por esta razón se creyó que el banano se originó en América y no en Asia-Pacifico. El banano es considerado como el 4to cultivo de fruta más grande y una importante fuente de alimenticia del mundo.

El plátano es una planta herbácea, *monocárpica*, de origen tropical perteneciente a la familia botánica Musaceae, que a su vez está constituida por los géneros: musa y ensete. El género musa está conformado por dos secciones: la musa y callimusa. La sección musa es la de mayor importancia económica y difusión geográfica, entre ellas las más importantes son: musa acuminata y musa balbisiana. Esta planta llega a medir de 3 a 8 m de altura y consta de un tallo subterráneo denominado ‘‘rizoma’’, el cual es el verdadero tallo de la planta. En la etapa de desarrollo de la planta, se observan varios tipos de hojas: rudimentarias, estrechas ensiformes y las hojas permanentes que se van reemplazando por hectáreas que recubren las flores que se abren y exponen los dedos que inicialmente apuntan hacia abajo y posteriormente miran hacia arriba.

El banano (fruto) se considera una baya ‘‘falsa’’ de forma curva o media lunas cuya cascara es verde en su etapa inicial y posterior a su maduración se torna de un color amarillento (puede variar según la variedad del banano). Su peso y tamaño depende del vigor y salud de la planta y tarda aproximadamente de 85 y 110 días en el trópico y 210 en climas subtropicales.

1.2.2 Variedades existentes del fruto

Al hablar de frutas, no podemos evitar hablar de las diferentes variables de la gran mayoría de ellas, el caso del Banano no es la excepción. Se habla de que existen +1000 variedades de bananos, en las que alguno de ellos no es apto para consumo y otros son variedades que se consumen cocidas. Las variedades más famosas del banano se destacan por su importancia comercial, por su visual diferente y por particularidades regionales.

1- Variante Gros Michel

Proviene del genoma ‘’Musa Acumiata’’. Esta variedad tiene datos de registro desde el 1830 cuando un agrónomo francés, Jean Pouyat, diviso su crecimiento en la isla de Martinica (razón por la cual se llamó ‘’plátano de Martinica’’) y seguía conociéndose de esa forma por el Caribe y por Centroamérica. El éxito del Gros Michel entre los comerciantes era su compacto tamaño y su resistente cascara que soportaban los largos y complicados viajes comerciales.

En 1940 llegaría a Panamá un hongo, cuyo nombre científico es ‘’Fusarium Oxysporum’’, la cual atacaba las raíces de las plantas. En un lapso d 15 años, las plantaciones del Gros Michel fueron afectadas negativamente casi en su totalidad en toda América. A pesar de seguir cultivándose, se realiza en pocas unidades.

2- Variante Cavendish

Conocida por ser la variante más cultivada y comercializada, se estima que el 98% de las bananas de exportación de los países exportadores de banano, son Cavendish. Esta variante del banano llego a convertirse en el principal referéndum del banano comercial luego de la casi desaparición del Gros Michel, siendo el Cavendish resistente a este hongo. No eran del todo similares, cada uno tenía sus características que podían servir para diferenciarse. Mientras que el Gros Michel era más pequeño y su sabor muy dulce, el Cavendish es de

sabor menos intenso y de tamaño más alargado; lo cual causo dificultad en un inicio para su transportación comercial. El banano Cavendish a su vez tiene diferentes subvariedades como: Valery, Poyo, etc.

En los últimos años, se ha estado identificando una mutación del hongo Fusarium Oxysporum que, si afecta a la familia Cavendish y se teme que, a falta de control efectivo de dicha enfermedad, comparta el mismo destino que el Gros Michel.

3- Variante Plátano Macho

Siendo conocida por ser una vianda, más que por ser fruta. El plátano es un banano de gran tamaño y con la cascara o piel más gruesa y fuerte con su pulpa más consistente, razón por la cual no se puede consumir crudo. A diferencia de los demás bananos, esta se consume en todas las etapas de maduración.

4- Variante Banana Roxa (Banano Rojo)

Siendo su particular cascara de color rojo, Banana Roxa o Plátano colorao' es una variedad más pequeña y gorda que el plátano más común, mucho más dulce y con matices a Frambuesa (también una baya) en el sabor. Sus orígenes son en Ecuador (fruta de región), es consumida fruta y es muy usada en la pastelería por su dulce sabor y textura.

5- Variante Blue Java

Es una variante del banano que, al igual que el banano rojo, esta destaca por su brillante color azul en su fase de pre-maduracion y su sabor avainillado (por el cual también le apodan *Ice Cream Banana*). Es un hibrido del Sudeste Asiático de las especies Acumiata y Balbisiana resistentes a los climas fríos de temperaturas hasta de -5°. Se consideran bananos regionales debido a que solo se cultivan en gran parte del sudeste asiático, parte de Oceanía y Hawái.

Destacando la versatilidad de esta fruta y sus variedades consumidas en grandes cantidades y muy demandadas en el resto del mundo.

1.2.3 Valores Nutricionales

Según el diccionario de Larousse Gastronomique (2014) el concepto de Valor nutricional es el siguiente:

''Conjunto de cualidades nutritivas de los alimentos, que se estiman objetivamente en glúcidos, lípidos, vitaminas, minerales, y oligoelementos. Estas cualidades se deben distinguir de las propiedades nutricionales de los alimentos cocinados o transformados por la industria alimentaria'' (Cocina & Larousse Gastronomique, 2014)

Por lo que se podría decir que cada alimento contiene nutrientes que aportan al cuerpo energía y diferentes aditamentos que hacen funcionar el cuerpo. Siendo las frutas y los vegetales los que más valores nutricionales ‘’buenos para la salud’’ aportan, y el Banano no es la excepción.

Entre las propiedades de este fruto, se destaca lo que hace la diferencia entre el denominado ‘‘plátano macho’’ (vianda) y el banano (fruto), la cual radica en la baja de contenidos grasos, proteínas y el contenido de almidón por parte de la vianda. El almidón se encuentra cuando el banano está en estado inmaduro, sin embargo, cuando está maduro el almidón se transforma en fructosas y glucosas simples (azucares), por lo que se considera un fruto de fácil transito digestivo.

Para visualizar la composición de la pulpa (aprox. 100 gr), los compuestos nutricionales y el contenido en gramos ver tabla No. 1 y No. 2.

Por lo explicado anteriormente, es considerando como un alimento completo debido a la cantidad de minerales como el potasio y el magnesio que ayuda a los músculos y el corazón; vitaminas C, A y B6, que ayuda a los radicales libres, contiene antioxidantes y ayuda a los nervios y son una fuente de carbohidratos fruto sacáridos que ayudan a procesar el calcio. En muchas

naciones también se consume la cascara, la cual goza de propiedades compartidas con la pulpa.

1.3 Detalles y técnicas de producción

1.3.1 Taxonomía y Morfología

Según expertos la planta del banano no es un árbol, sino una megaforbia, es decir "hierba perenne de gran tamaño", que al igual que las demás especies de la familia de musas, no poseen realmente un tronco. A cambio, posee las llamadas vainas foliculares que se terminan transformando en pesudotallos leñosos que pueden llegar a alcanzar los 7m de altura.

Visualizar la tabla No. 3 para los detalles taxonómicos y morfológicos.

1.3.2 Requerimientos Edafoclimáticos

1.3.2.1 Clima

Por lo general, el banano exige climas cálidos y con humedad (Climas subtropicales) con temperaturas que oscilen en 26-27 Cº, con lluvias distribuidas y largas. Son plantas frágiles, por lo que pueden ser susceptibles a daños en temperaturas mayores a 45°C y también inferiores a 13°C (exceptuando la variedad Blue Java). En el mediterráneo es posible cultivar, pero eso no indica que pueden darse frutas selectas. En climas tropicales no les afecta la luz solar y tampoco causan un efecto adverso, como podría pasar en un clima subtropical, aunque la disminución de la luz del sol podría provocar el lento desarrollo de la planta.

1.3.2.2 Suelo

Los suelos aptos para el desarrollo del cultivo del banano tienen suelos arenosos, arcillosos y ricos en humus, debiendo ser, además, fértiles, permeables, profundos (1,2-1,5 m), bien drenados y ricos especialmente en materias

nitrogenadas. El cultivo del banano prefiere, sin embargo, suelos ricos en potasio, arcillo-silíceos, calizos, o los obtenidos por la roturación de los bosques, susceptibles de riego en verano, pero que no retengan agua en invierno (InfoAgro, 2019).

1.3.3 Particularidades del Cultivo

1.3.3.1 Selección y preparación del terreno

Para esta planta es de suma importancia que el cultivo este en un área espaciosa para poder realizar la mecanización de ciertas labores, con fuentes de agua cercanas y buenos drenajes o posibilidades para crearlos.

Dependiendo de la procedencia del lote y la textura y estructura del suelo, se prepara debidamente el terreno. Se involucra el arado y las rastras mínimas para no disturbar el suelo.

1.3.3.2 Siembra, control y fertilización

Debido a que en la actualidad no existen bananos que puedan dar semillas fértiles, la siembra se realiza con pequeños hijos o fracciones del tronco (cepas) procedentes de plantaciones sanas. Todas deben sanearse con la limpieza de raíces viejas.

Una vez elegida la cepa se procede a la apertura y preparación de los hoyos, cuyo tamaño dependerá del tamaño de esta. En general, se recomiendan huecos de 0,30-0,40 x 0,30-0,40 x 0,30-0,40 m. Es conveniente agregar 2-3 kg de abono orgánico en el fondo del hoyo para mejorar el desarrollo de las raíces. Una vez que se realice la siembra, se procede al riego. Durante los últimos años también se ha implementado el cultivo bajo invernadero de plástico.

En la siembra de plátano es una gran complicación controlar las malas hierbas, las cuales llegan a albergar enfermedades y plagas además de robar nutrientes, agua y luz. El manejo de estas hierbas debe realizarse mediante métodos

mecánicos y químicos (en caso del banano orgánico, soluciones ecológicas) y la efectividad se vera de acuerdo con la eficiencia de estos. Siendo el control manual es la forma tradicional de control de maleza, aunque representan costos elevados debido a la gran mano de obra necesaria.

1.3.3.3 Recolección

Los frutos se pueden recolectar todo el año y son más o menos abundantes dependiendo de la estación en el que se encuentren.
Se cortan cuando han alcanzado su completo desarrollo y cuando empiezan a amarillear y los respectivos ángulos longitudinales han adquirido cierta convexidad. Pero con frecuencia, y especialmente en invierno, se anticipa la recolección y se dejan madurar los frutos suspendiéndolos en un local cerrado, seco y cálido, conservado en la oscuridad. Un buen rendimiento anual es más o menos de 300 a 350 racimos, pesando cada uno un promedio de 30 a 45 kg.

1.3.3.4 Enfermedades que afectan la planta

Entre las más comunes se destacan dos; una es la responsable de la casi extinción de una de las variantes del banano (Gros Michel) y la otra es causante de una importante pérdida comercial: Enfermedad de Moka y El Mal de Panamá.

1- *Enfermedad de Moko (Pseudomonas solanacearum)*

Es una marchitez bacteriana del plátano procedente del caribe, la cual causa que la pulpa del banano se pudra y los tejidos vasculares se descoloren. Esta es causada por herramientas de trabajo infectadas. Esta enfermedad es muy común en República Dominicana.

2- *Mal de Panamá (Fusarium oxysporum)*

Es la enfermedad más grave que ataca a la platanera y está causada por el hongo *Fusarium oxysporum*. Las principales variedades comerciales, especialmente "Gros Michel", son atacadas por Fusarium. Es fácil de apreciar la enfermedad, pues causa síntomas llamativos de amarilleo, seca de hojas y muerte de rodales de plantas

1.3.4 Normas y Certificaciones Internacionales para el Control de Calidad del Banano

Para Selvin L. Sánchez (2016), el concepto de Normas de Calidad se resume como:

''Un papel, establecido por consenso y aprobado por un organismo reconocido (nacional o internacional), que proporciona para un uso común y repetido, una serie de directrices o características para las actividades de calidad o sus resultados, con el fin de conseguir un grado óptimo de orden en el contexto de la calidad"' (Costa Rica, 2021)

Dentro de las certificaciones y normas más aplicadas al comercio de productos alimenticios en el ámbito internacional se destacan el Codex Alimentarius de las Naciones Unidas, las Normas de Inocuidad (ISO) y Buenas Prácticas Agrícolas.

1.3.4.1 FAO'S CODEX ALIMENTARIUS (CODEX STAN 205-1997)

A medida que el comercio internacional sigue creciendo, se inicia un proceso de evaluación sobre la inocuidad de los alimentos, se crea el CODEX ALIMENTARIUS definido por la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO) (1963) de la siguiente manera:

''El Codex Alimentarius es una colección de normas alimentarias y textos afines aceptados internacionalmente y presentados de modo uniforme. El objeto de estas normas alimentarias y textos afines es proteger la salud del consumidor y

asegurar la aplicación de prácticas equitativas en el comercio de alimentos'' (Kocken, 2012).

La finalidad de su publicación es que oriente y fomente la elaboración y el establecimiento de definiciones y requisitos aplicables a los alimentos para favorecer su armonización y, de esta forma, facilitar el comercio internacional.

Estas normas fueron creadas por la Comisión del Codex Alimentarius (CCA), fundado en 1963, durante la Conferencia Mundial de la Salud, organizada por la FAO y por la OMS. Los integrantes de esta comisión son miembros de la ONU, además de asociaciones internacionales, representantes de consumidores y otras instituciones que manifestaron interés en participar. El comité puede fraccionarse en 3 conjuntos:

- *Horizontales:* Implican todos los alimentos.
- *Verticales:* Productos específicos
- *Regionales:* productos por región (Codex Alimentarius: Normas Internacionales de los Alimentos, 1963).

Las disposiciones de las normas se podrían interpretar como las normas a aplicar y acuerdos de naturaleza, lo cual indica que, a pesar de que es voluntario, la verdad es que el CODEX es lo que rige el comercio de alimentos a nivel internacional en la actualidad. La aceptación de las normas para alimentos del Codex debe estar de acuerdo con los procedimientos legales y administrativos establecidos, referentes a la distribución del producto en cuestión, sea éste importado o nacional, dentro del territorio de su jurisdicción (Codex Alimentarius: Normas Internacionales de los Alimentos, 1963).

1.3.4.2 Normas de Organización Internacional de Normalización (ISO)

La Organización Internacional de Normalización (ISO) es una organización no gubernamental de 163 organismos nacionales de normalización que establecen

normas voluntarias basadas en un consenso a nivel internacional. Es el mayor desarrollador de estándares internacionales voluntarios en la mayoría de las industrias, incluyendo tecnologías, seguridad alimentaria, agricultura y salud (ISO, 1947).

Se considera que el Banano está certificado con la norma *ISO 140001*, de la cual ISO (2015) define como:

''ISO 14001 es el estándar más destacado en la familia ISO 14000. La familia ISO 14000 gestiona los estándares ambientales con los cuales las empresas y organizaciones pueden ser certificadas. La ISO 14001 establece los requisitos para un Sistema de Gestión Ambiental (EMS) para que las organizaciones mejoren su desempeño ambiental a través de un uso más eficiente de los recursos, la reducción de residuos, el análisis del impacto en la contaminación del aire, el agua y el alcantarillado, la gestión de residuos, la contaminación del suelo y la adaptación y mitigación del cambio climático. Esta norma certifica un proceso, no un producto o impacto ambiental'' (14001:2015, 2015).

Entre los beneficios más destacados se destaca la oportunidad de mejorar el rendimiento y reducir los costes y la reputación de su certificación, ya que es avalada de forma internacional. En la industria del banano, ISO 14001 está entre las certificaciones más comunes.

1.3.4.3 Global Good Agriculture Practice (GLOBALG A.P.)

GLOBALG.A. P (o B.P.A en español) es considerada una marca registrada y conjunto de normas para garantizar unas buenas prácticas agrícolas. Anteriormente conocida como EurepGAP, esta organización se identifica como:

''Una organización global con un objetivo fundamental: la producción agropecuaria segura y sostenible a nivel mundial. Establecemos normas voluntarias para la certificación de productos agrícolas en todo el mundo, y cada vez más

productores, proveedores y compradores armonizan sus normas de certificación para que se ajusten a las nuestras" (G.A.P., Quienes Somos, 1997).

Se trata de un documento que, en principio, nació como exigencia europea al mundo. Se aplica a la certificación de frutas, hortalizas, cultivos a granel, flores y ornamentales, café, té, producción de leche y carne vacuna, ovina, porcina o aviar. Esta norma ha sido un referéndum de promoción de Buenas Prácticas Agrícolas a nivel mundial, fomentando el desarrollo de esquemas similares en el resto del mundo, permitiendo esto que sus productos lleguen a los mercados sin restricciones.

Entre los requisitos establecidos, se destacan 5 de los que el esquema GLOBAL G.A.P se sostiene:

- *Fertilización*: se debe desarrollar un plan de cuidados para evitar la pérdida de nutrientes del suelo.
- *Riego:* los pasos requeridos para la programación del riego son: Determinar los requisitos de agua para el cultivo. Determinar las características de retención del suelo. Calcular el balance de agua para mantener el nivel de humedad almacenada en el suelo.
- *Protección de cultivos:* en la protección contra plagas, enfermedades y malezas se debe usar la menor cantidad de pesticidas posibles
- *Recolección:* utilizar un protocolo de higiene basado en el análisis de riesgo para prevenir la contaminación química o microbiológica de los productos resultantes de la cosecha. Gestión de residuos y agentes contaminantes.
- *Salud, seguridad y bienestar laboral*: evaluar el riesgo y desarrollar un plan de acción para promover condiciones de trabajo seguras y saludables (G.A.P., Quienes Somos, 1997)

Como respuesta a la creciente demanda de una garantía de calidad aún mayor en aspectos específicos de la producción agrícola y la cadena de suministro, GLOBALG.A.P. ha desarrollado una serie de ‘‘*add-on"* para reforzar su

certificación GLOBALG.A.P. Los denominados ***"add-on"***, hechos a medida, mejoran su estatus como productor y ofrecen seguridad a sus compradores en determinados aspectos, de acuerdo con sus intereses y preferencias. Para el banano el add-on vigente se trata sobre *Bioseguridad R4T*, una herramienta que ofrece a los productores un plan de mitigación de riesgos con la intención de prevenir la introducción (y/o la mayor propagación) del patógeno R4T (*Fusarium oxysporum)*, dentro y desde las granjas certificadas. El *add-on* es innovador en el sentido que se diseñó con anexos informativos para generar conciencia sobre la seriedad de esta enfermedad a escala global (G.A.P., Bioseguridad R4T, 2018).

1.4 Generalidades de la oferta

1.4.1 Producción del Banano General

A pesar de que la Republica Dominicana es un territorio pequeño en el mercado del banano a nivel mundial, el banano orgánico es su carta más destacada, por lo que es una muestra de que los métodos comunes de producción están siendo actualizados, provocando que los productores deseen cambiar al método de producción orgánica.

En determinadas ocasiones, la poca incidencia de enfermedades o hongos que afecten el desarrollo de la producción de este fruto propicia a que seamos capaces de suplir los mercados tanto el mercado nacional como el mercado internacional a precios competitivos, aun cuando la producción de banano orgánico implique un gasto mayor a la producción del banano a modo tradicional.

Además, existen instituciones que dan apoyo a los productores y promueven la producción del banano, tanto para la exportación a los mercados como para el consumo local.

1.4.1.1 Instituciones locales

1- *Instituto Dominicano de Investigaciones Agropecuarias y Forestales (IDIAF)*

El Instituto Dominicano de Investigaciones Agropecuarias y Forestales (IDIAF), es la institución estatal responsable de la ejecución de la política de investigación y validación agropecuaria y forestal de la República Dominicana (Forestales, 2021).

2- *Junta Agroempresarial Dominicana*

La Junta Agroempresarial Dominicana es la principal organización del sector AGRO en el país. Apoya, fomenta y promueve la producción agropecuaria nacional. Los objetivos de la JAD son: Apoyar, fomentar, promover y defender la producción agropecuaria nacional, mediante el ofrecimiento de asistencia técnica directa, capacitación, información y servicios que contribuyan a la innovación tecnológica entre productores agropecuarios (JAD, 2016).

3- *Instituto Agrario Dominicano (IAD)*

El Instituto Agrario Dominicano es un organismo descentralizado del Estado, adscrito al Ministerio de Agricultura, creado mediante la Ley No. 5879 de fecha 27 de abril del año 1962, con la finalidad de ejecutar los programas de Reforma Agraria en toda la geografía nacional, a través de la captación y distribución de tierras a los campesinos para transformar la estructura y producción agraria, mejorando las condiciones de vida en el campo dominicano (IAD, 1962).

1.4.1.2 Productores Locales

La producción de bananos orgánicos se ha convertido en uno de los mayores pilares económicos en la provincia Valverde y en otras provincias de la República Dominicana. Entre las empresas productoras más influyentes en el mercado del

Banano en dominicana tenemos que la Línea Noroeste tiene gran influencia en este producto.

1- BANELINO

La historia remonta a febrero del 1996, donde se reunió un pequeño grupo de pequeños productores. Aun sin llamarse ‘'Banelino’’ se establece su lema y filosofía: ‘’unión y solidaridad’’ y este se vuelve la base en la que los unirían para encontrar soluciones a los problemas que han surgido en el mercado del banano: volatilidad del mercado, precio y demanda. Estos recibieron apoyo extranjero también para participar en lo que, aun hoy se conoce como ‘‘Comercio Justo’’, y a raíz de esa participación se unieron más productores y así, en el 2000 nace oficialmente Bananos Ecológicos de la Línea Noroeste (BANELINO, 2000).

Banelino representa a 336 Pequeños Productores en la Línea Noroeste de la República Dominicana, ubicados en el Valle Occidental de la isla, justo en la frontera con Haití, la cual constituye una de las zonas más deprimidas.

Sus productores se preocupan por dar un buen uso a sus tierras y a sus fuentes de agua, la conservación del medio ambiente es parte integral de la agricultura. La venta garantizada a precios justos les ha permitido mejorar las condiciones de vida de nuestros productores y sus familias e invertir en obras y programas dirigidos al desarrollo comunitario (Banelino, 2000).

2- Grupo BANAMIEL, S.A.S

Es una empresa especializada en la exportación de frutas tropicales como el banano. Fundada por el grupo en el 2005 por un grupo de agro empresarios dominicanos con el propósito de garantizar el acceso a los mercados internacionales (Banamiel, 2005).

Es una empresa con capital netamente dominicano y es la primera empresa con esta particularidad en convertirse en una de las principales exportadoras de Rep. Dom. Durante los últimos años, han experimentado un crecimiento estable, diferenciándose en la calidad y la satisfacción de las exigencias de mercados internacionales.

Banamiel se rige por los principios de economía solidaria y la equidad entre socios, no solo se centra en la sostenibilidad económica, sino que se enfoca también en el impacto ambiental y social que la misma puede tener en la región fronteriza y el país.

La empresa tiene la dicha de contar con un equipo técnico y gerencial de alta calidad, el cual trabaja unido para contar con los productos y los procedimientos que aseguren a la empresa su crecimiento, fortalecimiento y liderazgo comercial a nivel nacional e internacional (Banamiel, 2005).

3- EKOBAN

Es una compañía por acciones regida por las leyes de la republica Dominicana y por sus estatutos sociales con el objeto de la intermediación de bananos, frutas y productos agrícolas, asesoría técnica, servicios y capacitación, además de la comercialización y producción propia, así como cualquier actividad de lícito comercio en Rep. Dom. (EKOBAN, 2000).

El nombre de Compañía Ekobananera proviene de ‘‘BANANO ECOLOGICO’’ e inicia sus operaciones en la región noroeste, compuesta por las provincias de Santiago, Valverde y Montecristi (EKOBAN, 2000).

Es una compañía por acciones regida por las leyes de la republica Dominicana y por sus estatutos sociales con el objeto de la intermediación de bananos, frutas y productos agrícolas, asesoría técnica, servicios y capacitación, además de la

comercialización y producción propia, así como cualquier actividad de lícito comercio en Rep. Dom. (EKOBAN, 2000).

1.4.2 Mercados y Precios

1.4.2.1 Mercado Local

Siendo uno de los mayores productores de banano y el mayor productor de banano orgánico, el mercado local está dominado con producto totalmente producido en dominicana. El banano en Rep. Dom. Es un alimento de consumo masivo, por lo tanto, su comercialización dentro del país es igual de ofertado en los grandes supermercados del país, bodegas (los llamados colmados) y los buhoneros (vendedores ambulantes, en este caso ‘’frutero’’). El banano orgánico es más visto para exportar que para consumo local, por lo que el Cavendish tradicional es el dominante en el consumo de la isla.

Los precios del banano localmente han tenido un alza en los últimos meses, producto del impacto que ha provocado el COVID 19 en la economía mundial y, por lo tanto, amenaza a nuestra economía de manera negativa; mientras que en el pasado tenían un costo por unidad de RD$5.00, el banano paso a tener un costo de RD$ 10.00.

2.3.2.1 Mercado Internacional

Siendo Republica Dominicana un gran exportador de banano (sobre todo orgánico), las miras hacia el mercado internacional son una constante. Entre los socios comerciales se destaca la Unión Europea, Los Estados Unidos de América, las islas que forman parte del CARICOM y Reino Unido.

Debido a la alta demanda, no somos los únicos que exportamos este producto. Países de Asia como la India y Filipinas también son productores y exportadores de banano, así mismo en América latina donde tenemos competidores como Ecuador (1° del mundo), Colombia y Costa Rica. La ventaja que tiene nuestro país

que es el 1° en exportación de banano orgánico del mundo. Los precios oscilan entre USD$6-8 x Cajas.

1.4.3 Competencia Internacional Directa

1.4.3.1 Ecuador

Republica de Ecuador es un país ubicado en América del Sur, con una población de aproximadamente 17,2658,000 de personas y una superficie de 256,370 km2. Su ciudad capital es Quito y su moneda es el dólar estadounidense.

Ocupa el puesto no. 61° en la economía por volumen de PIB 2019 (USD$ 114,915.92), y también ocupa el puesto 123° del ranking Doing Business. Pertenece a la Comunidad Andina (CAN), Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización de Estados Americanos (OEA), Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Unión de Naciones Suramericanas (Macro, Republica de Ecuador, 2021).

La mano de obra barata, la disponibilidad de tierra agrícola, la política de fomento del gobierno -incluyendo créditos y obras de infraestructura- y la ausencia de plagas y huracanes en el país son las condiciones perfectas para eventualmente posicionar al Ecuador como el primer productor mundial de la fruta.

El sector bananero es un eje principal en el desarrollo económico del país, en el mercado interno es un generador de fuentes de empleo, principalmente en las familias de la costa ecuatoriana, y en el mercado externo el banano es uno de los principales productos tradicionales de exportación. De acuerdo con La FAO (2019) , en 2018, las exportaciones mundiales de banano fueron de 19,20 millones de toneladas, de lo cual, el Ecuador exportó 6,64 millones de toneladas, representando el 34,86% de las exportaciones mundiales, convirtiéndolo en el primer país exportador de este producto.

Las estadísticas del BCE (Banco Central de Ecuador) muestran que, el total de las exportaciones tradicionales fue de $8.337.746 miles de dólares en el año 2019, del cual, las exportaciones de banano y plátano ocuparon el segundo lugar con el 39.5%, superando a las exportaciones de cacao y elaborados; atún y pescado y café y elaborados. El mercado destino por excelencia de las exportaciones del banano ecuatoriano son la UE, Rusia, algunos países de Medio Oriente y USA, estos abarcan un 77% de las exportaciones de banano (A. Sanchez, 2020).

Según la FAO (2019) en el BANANA Statistical Compendium 2019, el Ecuador participa con más del 26% en las exportaciones mundiales de banano desde el año 2009, siendo el país que más exporta de América Latina.

1.4.3.2 Costa Rica

Situado en América Central, es considerado uno de los países más pequeños, con una población aproximada de 5,075,000 (2021) y una superficie de 51.100 km2. Su capital es San José y su moneda oficial son los colones costarricenses.

Ocupa el lugar no. 80° en la economía por PIB (USD$ 64,095.78M), también ocupa el puesto 67° en el ranking Doing Business. Pertenece al Fondo Monetario Internacional (FMI), Organización de Estados Americanos (OEA), Organización de las Naciones Unidas (ONU) y al Sistema de Integración Centroamericana (SICA) (Costa Rica, 2021).

Costa Rica es uno de los países exportadores de banano más importantes del mundo. La actividad bananera es un motor económico y social para el país, debido a que genera aproximadamente 40,000 empleos directos. El sector bananero costúrense ha realizado esfuerzos para la investigación das de cultivo no menos importante, la disminución de agroquímicos perjudiciales. Costa Rica logra colocar más de 120 millones de cajas anualmente, esto lo coloca como una competencia bastante fuerte (Costa Rica, 2021).

1.5 Demanda para consumo interno y exportaciones

1.5.1 Producción del banano

El crecimiento del banano en la Republica Dominicana ha escalado cada año desde el 2014, aun cuando se ha visto afectadas las cosechas por desastres naturales como las tormentas tropicales, aspectos sociopolíticos que afectan directamente a los agricultores. Los planes de inversión para este mercado se estiman crecerán durante los siguientes años, ya que tanto la demanda local como la demanda internacional ha crecido considerablemente.

1.5.1.1 Demanda Local

Siendo uno de los líderes en el mundo de la producción de banano, Republica Dominicana produce banano suficiente para satisfacer la demanda local. La demanda local crece cada día, y con ese crecimiento también se busca seguir satisfaciendo la demanda.

El consumo aproximado de Musáceas en el país en el 2018 fue de 40,784,133 quintales; viendo una disminución en la demanda en 2019 producto de las tormentas que afectaron parte de los cultivos, el consumo fue de 40,416,690 siendo que la disminución del consumo fue de un 9% en comparación con el año anterior

Para el 2020, durante la parte más activa de la pandemia por COVID 19, el consumo del banano volvió a aumentar un 1% a comparación con el año anterior. El consumo fue de 41,881,272 quintales.

1.5.1.2 Demanda Internacional

Las exportaciones totales de la Republica Dominicana demuestran que es un importante productor de banano en el mundo, siendo este país líder en Banano Orgánico, contando con una exportación del 55% a nivel mundial.

1.5.2 Exportaciones totales

Se considera que Republica Dominicana es un importante productor de banano en el mundo, siendo este país líder en Banano Orgánico, contando con una exportación del 55% a nivel mundial. En 2018 las exportaciones de banano orgánico y banano tradicional fue de USD$ 174,244,133.39; en 2019 hubo un incremento de un 7%, dando como resultado USD$ 246,698,204.55, un gran aumento a pesar de las tormentas que tuvieron un gran impacto negativo en los cultivos; en el 2020 hubo una disminución la cual se preveía por los rápidos aumentos de contagios del COVID 19, la cual la OMS declaro pandemia y afecto los comercios, la cantidad de USD$ 244,243,131.28 presento una disminución del 1%.

1.6 Banano orgánico y de comercio justo

1.6.1 Concepto de Banano Orgánico

Para la comprensión del concepto de ‘’banano orgánico’’ seria propicio conocer el concepto de ‘’agricultura orgánica’’ y ‘’alimentos orgánicos’’, los cuales son claves para poder comprender el concepto central. El comité del Codex Alimentarius (2003) explica lo siguiente:

"La agricultura orgánica es un sistema holístico de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del agroecosistema, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. Hace hincapié en el empleo de prácticas de gestión prefiriéndolas respecto al empleo de insumos externos a la finca, teniendo en cuenta que las condiciones regionales requerirán sistemas adaptados localmente. Esto se consigue empleando, siempre que sea posible, métodos culturales, biológicos y mecánicos, en contraposición al uso de materiales sintéticos, para cumplir cada función específica dentro del sistema" (Comite del Codex Alimentarius, 2003).

La agricultura orgánica surge desde la concepción, donde se mezclan elementos que den una variación total, como elementos técnicos, sociales, agroecológicos y económicos. Se cree que es más cercana a la agricultura que practicaban los primeros habitantes del mundo; de esta rescata las prácticas tradicionales para la producción y se adicionan los avances tecnológicos que no contaminan y que se adaptan a las situaciones particulares.

Profundizando más en el tema, se dice que el alimento es orgánico cuando es el resultado del proceso mixto de la agricultura orgánica. Un alimento orgánico en el proceso no se invierte en sustancias químicas que podría ser perjudiciales para su consumo como para el medio ambiente; sustancias como los fertilizantes, pesticidas y herbicidas, no son utilizados en el proceso, lo que se consideraría un ‘’alimento ecológico’’ por que fomenta la relación cultivo con el medio ambiente de forma saludable.

Teniendo en cuenta los conceptos anteriores, podemos definir el termino Banano Orgánico como la fruta cultivada bajo los parámetros de la agricultura orgánica. Para la siembra del banano orgánico no se utilizan ningún tipo de aditivo químico como los fertilizantes, herbicidas; dando paso solo a elementos como abonos ecológicos, agua, suelo fértil y sol.

El banano orgánico se ha convertido en una alternativa rentable, en aspecto económico a pesar de que su producción varía en la ejecución y por lo tanto en el costo de esta. Además de la rentabilidad, este supone una mejora tanto en el sabor como en los valore nutricionales al no contar con ningún aditivo químico que pueda afectar la salud ni perjudicar la salud del consumidor y el medio ambiente.

La producción de banano en la República Dominicana se inicia en el 1896, cuando la *Boston Fruit Company* inició una plantación en Sabana de la Mar (Provincia

Hato Mayor). Las primeras exportaciones de banano en República Dominicana fueron realizadas por la *United Fruit Company* en 1906 con plantaciones en Sosúa y Puerto Plata, estas fueron abandonadas por una ola de frío y enfermedades.

Pese a lo anterior, el cultivo de bananos orgánicos en la República Dominicana se inició en 1982, cuando Mark Freedman estableció una demostrativa en Río Limpio (Provincia Elías Piña). Además, la empresa “Plantaciones Tropicales” realizó las primeras exportaciones comerciales de productos orgánicos en 1989, principalmente bananos, a Europa y los Estados Unidos. En 1994, *Savid S.A.* comenzó a exportar a Europa bananos orgánicos producidos en una superficie de 350 hectáreas por pequeños agricultores de la Provincia Azua (La producción de bananos asociados con leguminosas y plantas forrajeras en la República Dominicana, 2019).

1.6.2 Historia del cultivo de banano orgánico en República Dominicana

La producción de banano en la República Dominicana se remonta al año 1986, cuando la Boston Fruit Company inició una plantación en Sabana de la Mar (Provincia Hato Mayor). Las primeras exportaciones de banano en República Dominicana fueron realizadas por la United Fruit Company en 1906 con plantaciones en Sosúa y Puerto Plata, estas fueron abandonadas por una ola de frío y enfermedades.

Sin embargo, el cultivo de bananos orgánicos en la República Dominicana se comenzó en 1982 cuando Mark Freedman organizó un manifiesto en Río Limpio (Elías Piña). Además, la empresa “Plantaciones Tropicales” realizó las primeras exportaciones comerciales de productos orgánicos en 1989, principalmente bananos, a Europa y los Estados Unidos. En 1994, Savid S.A. comenzó a exportar a Europa bananos orgánicos producidos en una superficie de 350 hectáreas por

pequeños agricultores de la Provincia Azua (La producción de bananos asociados con leguminosas y plantas forrajeras en la República Dominicana, 2019).

1.6.3 Variaciones en la Producción

El banano orgánico conlleva a mayores exigencias y certificaciones que el banano convencional. Las prioridades son la certificación de inocuidad, cuidado del medio ambiente, precio y los derechos humanos (buen trato a los productores) en relación de donde se han producido.

Aunque en esencia la producción es la misma en tiempo y funciones de siembra, las grandes diferencias que se encuentran en las producciones del banano orgánico radican en el proceso de control y riego. La FAO menciona a la empresa productora Banelino como modelo para describir la variación en el sistema de producción de banano orgánico (Foro Mundial Bananero, 2017):

- Cambiar a productos agroquímicos certificados y aprobados.
- Limpiar los campos de otras especies, removiendo las plantas de competencia, malezas y huéspedes de las plagas y enfermedades.
- Plantar "calles" de 10 metros de ancho a 90 metros de las filas de plantas de bananos, acogiendo numerosas plantas frutales con diferentes estructuras radiculares y tipos de follaje. La plantación de diferentes especies en estas "calles" ayuda a identificar las mejores plantas para áreas específicas y composiciones del suelo.
- Sembrar cultivos junto a bananos como cacao, cítricos, mango, aguacate y guayaba. Los cultivos de cobertura también fueron plantados extensivamente. Se utilizaron Vigma (fríjoles y leguminosas), Crotalaria (legumbres y hierbas), Canavalia (forrajes y leguminosas) y Arachis (leguminosas), sembradas tanto durante el establecimiento del

campo como durante toda la temporada de crecimiento (Foro Mundial Bananero, 2017)

1.6.3.1 Variaciones en el Precio

Las variaciones en el precio provienen de los cambios en la estructura de la producción entre el banano tradicional y el banano orgánico. Los gastos en la producción del banano orgánico son más elevados por que conllevan más mano de obra para el control de plagas y para el poco roce de personas que podrían alterar el proceso de crecimiento. Es por eso que los precios del banano Tradicional oscilan entre USD$ 6-USD$8 x Caja, mientras que el orgánico llega a USD10- USD$ 12 x Caja.

1.6.3.2 Deficiencias en la producción del Banano Orgánico

El tipo de riego utilizado mayoritariamente en la producción de banano es por gravedad, 96.4 % de los productores, el resto, (3.6 %) utiliza gravedad por bombeo. Los terrenos donde se cultiva banano orgánico se caracterizan por ser planos (96%), lo que facilita su inundación por el sistema de riego por gravedad. A esto se suma la alta densidad de plantación que impide la germinación de las especies sembradas. Una de las técnicas culturales que dificultan el establecimiento de las plantas de cobertura es el deshijado de las hojas del banano, que es dejado sobre el suelo para su descomposición progresiva. Aunque esta técnica favorece la fertilidad del suelo al contribuir al cierre del ciclo de nutrientes del cultivo, dificulta el establecimiento de las plantas de cobertura, que no germinan bajo las hojas del banano (Reinaldo Soriano Soriano, 2019).

1.6.4 Concepto de Comercio Justo

El comercio justo es conceptualizado por EFTA (Asociación Europea de Comercio Justo) (2012) como:

"Una iniciativa que intenta corregir algunos de los países perjuicios que sufren los pequeños productores y los trabajadores explotados. Quiere ser un símbolo de un comercio diferente, en el que todos ganen, tanto consumidores como productores, en el que los marginados puedan participar en la globalización en beneficio propio y no como explotados" (Kocken, 2012).

Otra conceptualización más pragmática la brinda World Fair Trade Organization (WFTO):

''El comercio justo es una relación comercial, basada en el diálogo, la transparencia y el respeto, que busca una mayor equidad en el comercio internacional. Contribuye al desarrollo sostenible ofreciendo mejores condiciones comerciales y asegurando los derechos de los productores y trabajadores marginados'' (WTFO, 2004).

El Comercio Justo se destaca principalmente por ser un modelo comercial que se centra en las oportunidades para productores en desventaja económica, rendición de cuentas, construcción de capacidades, relaciones comerciales equitativas, pago a un precio justo, equidad de género, protección ambiental, etc.

El Comercio Justo, a través de sus diez principios, contribuye de manera decisiva al avance de esta nueva Agenda de desarrollo y comparte con ella no solo su finalidad sino también su perspectiva integral y la necesidad de crear alianzas. Dentro del comercio Justo también se encuentra el *Sistema Fairtrade*, el cual es descrito como ''un paraguas comercial'' para los países que pertenecen *Organización Nacionales Fairtrade (ONF)*, las cuales se dedican a promover las ventas de productos de las organizaciones certificadas, especialmente bajo la marca Fairtrade International.

1.6.4.1 Comercio Justo del Banano

El concepto de Banano de Comercio Justo se podría interpretar como los bananos que se producen en pequeñas fincas, en las cuales están afiliadas al sistema de Comercio Justo y tienen Certificación Fairtrade. La República Dominicana fue uno de los primeros países en exportar bananos de comercio justo a fines de la década de 1990 y ahora es un importante proveedor.

El mercado interesado en el Banano de Comercio Justo podría decirse que es similar al mercado que demanda Banano tradicional y el Banano orgánico, con algunas variantes como por ejemplo el mercado africano. Normalmente este se destina a ventas locales en supermercados y bodegas debido a la cantidad limitadas que se producen bajo este concepto, pero no indica que en ocasiones pueda sostener mercados internacionales que tengan poca población.

1.6.4.2 ¿Existe una diferencia notable en el comercio del banano orgánico*?*

Las diferencias entre el Banano Orgánico, el Banano orgánico de Comercio Justo y el Banano tradicional radican básicamente en:

- Los costos de producción, los cuales se ven incrementados exponencialmente en la producción de Banano Orgánico debido al control de malas hierbas manual que implica mayor mano de obra; mientras que esta se ve ahorrado en el Banano tradicional con los fertilizantes y herbicidas.
- Abono orgánico que procede de materia orgánica que se procesa para las diferentes funcionalidades en el cultivo.
- La funda que protege el racimo durante su desarrollo contiene un repelente a base de diferentes materiales orgánicos como la menta, no se puede utilizar las fundas tradicionales tratadas con clorpirifós o bifentrina.

- Para las plagas se utiliza control biológico, todas estas características aumentan el costo de producción, pero la demanda internacional cubre la inversión.
- La diferencia más remarcable en cuanto al Banano de Comercio Justo seria la forma de comercio, precio y costos de producción, que, comparados con los anteriores, es menor en gran medida.

CAPITULO II.

PROCESO DE EXPORTACIÓN DE BANANO ORGÁNICO DESDE LA REPÚBLICA DOMINICANA

2.1 Requisitos para exportar banano orgánico desde la República Dominicana

2.1.1 Especificaciones fisiológicas del banano

Esta información resulta ser relevante al momento de la exportación, puesto a que existen muchas variantes de este fruto y es necesario dar a conocer el tipo que se va a vender en el exterior. Las plantas de plátano o banano pertenecen a la familia de las Musáceas, incluidas las bananas crudas (Musa cavendishii), las bananas pequeñas o enanas y las bananas cocidas (musa paradisiaca). Los bananos y plátanos son rectangulares, alargados y ligeramente curvados. (Dominico-Francesa, 2012)

Los bananos son más pequeños que otros. Pesan alrededor de 100-120 gramos de pulpa, según la variedad, y la piel se vuelve amarillo verdosa, amarilla, amarilla roja o roja, según la madurez. Los plátanos no solo se consumen como frutas maduras, sino que también proporcionan una variedad de nutrientes y se necesitan como purés para su uso en la producción de alimentos como probióticos y alimentos dietéticos. Este producto destaca por su sabor dulce, apasionado y aromático.

El banano además de ser consumido como fruta en su madurez suple diferentes nutrientes y es demandado en forma de puré para ser utilizado en la manufactura de productos alimenticios, como compotas, dietéticos y otros. Este producto se destaca porque su sabor es dulce, intenso y perfumado.

2.1.2 Control de los contaminantes en alimentos

2.1.2.1 Aspectos fitosanitarios

1- Control fitosanitario

Las siguientes medidas se aplican a la importación hacia la UE de plantas, productos vegetales y otros materiales que pueden contener plagas vegetales acorde a lo establecido por la Directiva 2000 / 29/EC (DO L-169 10/07/2000) (CELEx 32000L0029)7:

- Las prohibiciones de compras internacionales.
- Certificado fitosanitario y/o certificado fitosanitario para reexportar.
- Inspección de los controles fitosanitarios y en Aduana.
- Registro de los compradores o importadores.
- Preaviso de las importaciones.

Estas medidas fitosanitarias están destinadas a prevenir la entrada y/o propagación de plagas y organismos nocivos para las plantas o productos vegetales a través de las fronteras de la UE. Estas medidas son establecidas por las partes de la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria como las reglas básicas y los procedimientos de manejo para asegurar una acción conjunta y efectiva para proteger las plantas, los recursos agrícolas y forestales internacionales (CIPF) y la FAO.

La CIPF exige que cada parte establezca una organización nacional de protección fitosanitaria para inspeccionar cultivos, informar sobre plagas y gestionarlos.

2- Productos de elaboración ecológica (Voluntario)

Al momento de introducción de materiales nutricionales, incluyendo productos crudos o productos procesados para consumo humano, alimento para animales,

semillas y referencias a métodos de producción orgánicos, el producto debe cumplir, las normas establecidas por el Reglamento (CE) No. 834/2007 (DO L-189 20/07/2007) (CELEx 32007R0834).

Las normas que establece el reglamento son:

- Producción, elaboración, envasado, transporte y almacenamiento de productos.
- El uso de determinados productos y sustancias en la transformación de los alimentos.
- Prohíbe el uso de organismos genéticamente modificados (OGM) y productos derivados de OMG en la producción orgánica (Dominico-Francesa, 2012).

2.1.2.2 Control de los productos alimenticios de origen no animal

Las importaciones de alimentos derivados de animales a la UE tienen que obedecer los requisitos específicos destinado a prevenir riesgos para la salud, las comunidades y la protección del consumidor. Se encuentran las siguientes:

- Reglamento (CE) No. 178/2002: pauta los principios y requisitos generales de la legislación alimentaria. (Dominico-Francesa, 2012)

- Reglamento (CE) No. 852/2004: plantea las normas generales de higiene en alimentos. (Dominico-Francesa, 2012)

2.1.2.3 Etiquetado

Todos los productos vendidos en la UE deben cumplir con las regulaciones de etiquetado dados Comisión Europea para garantizar que los consumidores tengan toda la información que necesiten para tomar una decisión de compra.

Reglas generales para el etiquetado de alimentos:

- El nombre con el que se vende el producto. Ninguna marca registrada, marca comercial o nombre de fantasía puede sustituir el nombre genérico.
- Datos sobre las condiciones físicas del producto alimenticio o del tratamiento específico al que ha sido sometido (en polvo, liofilizado, congelado, concentrado, ahumado, o irradiados tratados con radiaciones ionizantes) deben ser incluidos, su omisión puede confundir al comprador.
- La lista de ingredientes, deben mostrar todos los ingredientes (incluidos aditivos) en orden decreciente del peso registrado en el momento de su fabricación.
- La cantidad neta de los productos alimenticios previamente envasados en unidades métricas para los no líquidos (kilogramo, gramo) y en unidades cubicas para los líquidos (litros, centilitros, mililitros).
- La fecha de duración mínima del alimento consistente en día, mes y año. Estas deben de estar precedidas por las palabras “mejor antes de” o “consumir preferiblemente antes del fin” o el “uso por” la fecha de mercancías altamente perecederas.
- Las condiciones especiales de conservación o uso.
- El nombre o la razón social y la dirección del fabricante, envasador o de importación, establecido en la UE.
- Lugar de origen o de procedencia.
- Instrucciones de uso, cuando considere (Dominico-Francesa, 2012).

Etiquetado de los materiales destinados a entrar en contacto con los alimentos: De acuerdo con el Reglamento (CE) No. 1935/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (DO L-338 13/11/2004) (CELEx 32004R1935), los artículos destinados a entrar en contacto con productos alimenticios, incluidos los materiales de empaque y envases deberán ser etiquetados “para uso alimentario” o llevarán el símbolo con una copa y un tenedor (Dominico-Francesa, 2012).

2.1.3 Documentos y formularios requeridos para los procesos de exportación

A continuación, se detallan los documentos y formularios que son exigidos para llevar a cabo el proceso de exportación en desde la República Dominicana hacia la UE.

1. *Factura Comercial*

Es el documento que define las condiciones de venta de un producto y sus especificaciones. Sirve como comprobante de venta y se crea para exportar el país de origen e importar al país de destino. También es prueba de un contrato comercial. Las fracturas deben incluir información sobre la fecha de emisión, nombres y direcciones de exportadores e importadores extranjeros, descripciones de artículos, condiciones de pago y condiciones de envío (Dominico-Francesa, 2012).

2. *Certificado de Circulación de Mercancías EUR- 1*

Documento de acreditación de origen privilegiado emitido por la Unión Europea a países con acuerdos prioritarios.

Este documento se emite cuando se exportan las mercancías. La Unión Europea es el organismo responsable de los países emisores que tienen acuerdos de prioridad.

La cuestión es tratada por las autoridades competentes del Estado miembro o del país exportador al que se refiere. EUR1 debe presentarse en la DUA Export (Declaración Única de Aduanas) y debe ser verificado en la frontera aduanera. Este documento debe ser presentado para que las mercancías puedan beneficiarse del régimen arancelario preferencial y por ende de la desgravación arancelaria.

3. *Certificado de Origen del Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) Formulario A*

Este sistema permite que 36 países desarrollados reduzcan o eliminen por completo los aranceles de importación sobre ciertos productos exportados desde otros países. El objetivo es mejorar los flujos comerciales entre países en desarrollo sobre la base de preferencias arancelarias y relajando las restricciones no arancelarias que puedan existir entre los países participantes.

4. *Certificado de origen (Se obtiene en la DGA RD$300.00) Sujeta a modificaciones*

Este documento certifica que los productos se envían desde un país o región en particular (Dominico-Francesa, 2012).

5. *Declaración del Formulario Único de Exportación*

La Declaración Única Aduanera (DUA) es un documento de gestión necesario para completar los trámites de despacho de aduana necesarios para el intercambio de mercancías. Por otro lado, es la base de declaración de impuestos y constituye el medio de información.

6. *Conocimiento de Embarque o Guía Aérea*

Es un documento emitido por una naviera o su agente que certifica que las mercancías han sido recibidas para su transporte por un buque designado al puerto de referencia. Una guía aérea es un documento emitido por una compañía aérea que confirma que ha recibido ciertas cargas de un embarcador o transportista para llevarlo de un aeropuerto a otro. Tiene la naturaleza de un contrato de transporte de mercancías.

7. *Lista de carga (Packing List)*

Es el documento Comercial que tiene por objeto detallar el contenido de las mercancías que contiene cada bulto. Se debe usar, de preferencia, cuando se trate de bultos con mercancía surtida. La Lista de Empaque guarda estrecha relación con la factura y normalmente la acompaña en todo momento. Este documento proporciona datos sobre la forma de embalaje de las mercancías, el contenido de los diferentes envases y especifica los pesos y dimensiones**.**

2.2 Aspectos a considerar para manejo de los contratos comerciales

2.2.1 Marco legal internacional e INCOTERMS

En pocas palabras, es de suma importancia que las partes negocien o consideren hacerlo para garantizar buenas relaciones actuales y futuras. En estos casos, el inconveniente que pueden dar lugar a grandes pérdidas, a menos que el contrato esté terminado y bien redactado.

2.2.2 Recomendaciones prácticas para llevar a cabo la negociación de los contratos comerciales

1. Preparación detallada de una agenda comercial.
2. Presentación de propuestas documentales.
3. Saber pedir tiempo en caso de presentar propuestas.

4. Anticipar varios resultados posibles (sean positivos o negativos). (Dominico-Francesa, 2012)
5. Saber aplicar presión.
6. Reconocer las diferencias culturales de los socios.
7. Investigar, ante todo, debido a que se debe conocer la contraparte o socio comercial para saber la viabilidad del contrato.

2.2.2.1 Cobros

Carta de crédito comercial para exportadores

Es el medio por el cual el banco (emisor) demuestra oficialmente su compromiso de pagar al vendedor (el exportador) en nombre del comprador (el importador) si se cumplen las condiciones establecidas en el documento. Hay dos tipos:

a. Documentaria: Reciben ese nombre porque en su ejecución y pago, es indispensable presentar documentos que certifiquen la venta, embarque, cantidad y origen de la mercancía o servicio. (Dominico-Francesa, 2012)
b. Stand by: Es una garantía en la cual el banco emisor se compromete con el beneficiario (Exportador) a pagar su primer requerimiento en caso de que el aplicante (Importador) incumpla con el pago. (Dominico-Francesa, 2012)

La documentación requerida

La documentación solicitada comprende el BL/Guía Área, Factura Comercial, Certificado de Seguro, Packing List y demás informaciones establecidas en la negociación.

Ventajas para el comprador

- Tener la convicción de recibir el bien o servicio acorde a lo negociado, el importe del crédito exclusivamente se pagará si las cláusulas y condiciones que pactó la carta de crédito se cumplen adecuadamente.
- Conseguir mejores términos y precio, sin necesidad de girar adelantos y la detención de su capital de trabajo.
- Se salvaguardan obstáculos de tiempo e idioma, ya que el comprador no tendrá que moverse al país del vendedor para inspeccionar la mercancía y hacer cumplir las condiciones de la compra.

Ventajas para el vendedor

- Permite recibir su pago con rapidez, perpetrado por una parte autónoma, por un banco y no por el comprador, siempre que se cumplan con las condiciones.
- Permite mostrar a sus clientes una oferta de valor agregado con mayores plazos sin el riesgo de crédito.
- La carta de crédito compone un medio de pago diseñado para el beneficiario, que es quien lo reclama como garantía de pago de la exportación a realizar o del servicio a suministrar.

Transferencias y remesas internacionales

Otra alternativa para incidir en la parte de pagos de la negociación. Si los bancos dispuestos a participar en las transacciones son socios directos estas durarían hasta dos días laborables. Cuando el banco debe de acudir a un tercero o más porque no tiene relaciones comerciales con el otro banco, estas operaciones tienden a durar un poco más.

Para realizar este tipo de pago es sustancial tener en cuenta:

- El código SWIFT del banco del beneficiario. Ej.: Con el banco popular seria: BPDODOSx.

- El código BIC.
- El monto pactado en la moneda usada.

2.2.3 Leyes de regulación aplicables a la exportación en República Dominicana

2.2.3.1 Ley No. 8-90

Ley sobre el Fomento de las Zonas Francas

Promulgada el 15 de enero del año 1990, con el propósito de promover una política que rija el establecimiento de empresas bajo el régimen de zonas francas como una fuente permanente que coopera al desarrollo económico social del país generando empleos masivos. Con esta ley, el Estado rige el establecimiento de zonas francas nuevas y el crecimiento de las ya existentes, regulando su ejercicio y desarrollo, delimitando las bases de identificación de metas y objetivos que sean de interés nacional, para lograr una adecuada coordinación de acción de los sectores públicos y privados a la consecución de los fines propuestos. (ADOEXPO, 2021)

De acuerdo a esta ley podrán establecerse tres tipos de zonas francas:

- *Zonas Francas Industriales o de Servicios:* conseguirán instalarse en todo el territorio nacional para laborar con la manufactura de bienes y prestación de servicios.
- *Zonas Francas de Carácter Fronterizo:* tendrán que ubicarse a una distancia no menor de tres ni mayor de veinte y cinco kilómetros de la línea fronteriza que separa la República Dominicana de la República de Haití. A estas se les otorgará incentivos especiales, como los observados en la Ley, y otros que el Estado podrá otorgar dentro de sus atribuciones constitucionales.

- *Zonas Francas Especiales:* deberán de estar localizadas próximo a las fuentes naturales para aprovechar los recursos inertes cuya transformación se complicaría si las empresas no se instituyesen próximo a las mismas.

2.3.3.2 Ley No. 84-99

Ley sobre Reactivación y Fomento de las Exportaciones

Decretada el 06 de agosto del año 1999, con el objetivo de reinsertar y promover los productos dominicanos en mercados internacionales. Mediante esta ley, quedan exentos del pago de los gravámenes arancelarios de importación algunas mercancías previamente establecidas, las cuales serán agregados en bienes con destino exportador. (ADOEXPO, 2021)

Las mercancías importadas con fines de ser afiliada a bienes de exportación, serán consideradas bajo el Régimen de Admisión Temporal, con suspensión de los derechos e impuestos reexportadas en un plazo no mayor de 18 meses, disminuido a partir de los 30 días siguientes a la admisión de las mercancías en territorio aduanero nacional.

Los exportadores tendrán derecho a una indemnización de los gravámenes aduaneros pagados por anticipado por un monto no mayor al similar al 3.0% del valor libre a bordo o valor FOB de las mercancías exportadas, la cual se hará efectiva por medio de la entrega de los Bonos de Compensación Tributaria. Dicho monto de compensación o devolución, nunca deberá ser mayor que el importe de los gravámenes aduaneros pagados por anticipado.

2.3.3.3 Ley No. 392-07

Ley sobre Competitividad e Innovación Industrial

Divulgada el 04 de diciembre del 2007, tiene por objeto establecer un marco legal que permita el desarrollo competitivo de la industria manufacturera con intenciones a lograr mayor diversificación e innovación de misma y una reinserción en los mercados internacionales. (ADOEXPO, 2021)

Por medio de esta ley la Corporación de Fomento Industrial (CFI) se nombrará Centro de Desarrollo y Competitividad Industrial (PROINDUSTRIA) órgano regulador, funcional y dinámico que custodiará la implementación de las políticas que promuevan la inserción de la industria manufacturera en la nueva corriente mundial de apertura e intercambio industrial y tecnológico. (ADOEXPO, 2021)

Entre los incentivos presentes en la ley No. 392-07, están las disposiciones establecidas en el Artículo 57 de la ley, estarán exentos del cobro del ITBIS en la Dirección General de Aduanas (DGA) las materias primas, las maquinarias industriales y bienes de capital para las industrias detalladas en el Artículo 24, de la Ley No.557-05, del 13 de diciembre del 2005, así como los demás bienes de capital y materias primas que gocen de una tasa arancelaria de cero por ciento (0%). (ADOEXPO, 2021)

Para el sector exportador, las personas jurídicas nacionales o extranjeras, calificadas por PROINDUSTRIA, que exporten a terceros mercados tendrán derecho al reembolso de los impuestos, a la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS), Selectivo al Consumo a las Telecomunicaciones, el Selectivo al Consumo a los Seguros, el Selectivo al Consumo de los Combustibles establecidos en la Ley No.495-06, y el impuesto a los cheques, en un porcentaje igual al porcentaje que represente los ingresos por exportaciones del total de ingresos por ventas en un período. El reembolso será calculado sobre la base de los pagos o adelantos no compensados que las empresas realicen por estos impuestos. (ADOEXPO, 2021)

2.3.3.4 Norma General No. 03-2007

Divulgada el 09 de marzo del 2007, tiene por objetivo normalizar la compensación o reembolso de los saldos a favor del ITBIS que se originen a los exportadores que reflejen créditos por impuesto adelantado en bienes adquiridos para su proceso productivo y a productores de bienes exentos del ITBIS. (ADOEXPO, 2021)

Para gozar de los beneficios de esta Norma General, los exportadores deberán estar debidamente registrados ante la DGII, como también deberán de enviar a la DGII un certificado de exportación de los últimos 12 meses emitido por ProDominicana

antiguamente el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) y una copia del Registro de la Asociación Dominicana de Exportadores. (ADOEXPO, 2021)

Esta ley permitió que las empresas que se convirtieron en exportadores posteriores a marzo del 2007, pudieran solicitar su registro como exportador a la DGII. Proceso que debió efectuarse por lo menos 60 días antes de la solicitud del primer reembolso y a más tardar 30 días después de la primera exportación.

Para aplicar a esta normativa, los exportadores deben de percatarse de que el reembolso del ITBIS proceda siempre que se haya satisfecho la posibilidad de compensación con deudas vigentes del contribuyente en cualquier impuesto, excepto los retenidos a cuenta de terceros. (ADOEXPO, 2021)

Para los productores que venden a exportadores, la DGII podrá autorizarlos a beneficiarse de la Norma General 03-2007 siempre y cuando el bien facturado figure como una parte importante del ITBIS que compone el saldo a favor de los exportadores y/o productores de bienes exentos y, por lo tanto, del costo de producción para sus productos. (ADOEXPO, 2021)

2.3.3.4 No. 16-95

Ley sobre la Inversión Extranjera Directa

Decretada el 08 de noviembre del año 1995, con el objeto de contribuir al crecimiento de la economía y el desarrollo social del país a través de la inversión extranjera directa y la transferencia de tecnologías. Por medio de esta ley, el Estado Dominicano reconoce a los inversionistas extranjeros y a los cargadores de transferencia de tecnología que cumpla con los requisitos de esta ley en las mismas condiciones que un inversionista nacional. (ADOEXPO, 2021)

Gracias a esta ley, las personas físicas y morales extranjeras, al igual que las nacionales, tienen oportunidad de dedicarse en la República Dominicana a la promoción o gestión de importación, arrendamiento, comercialización, o cualquier otra forma de tráfico o

explotación de productos de origen extranjero o pertenecientes al país, sea que se opere como concesionario, comisionista, representante, distribuidor exclusivo, agente u otra cualquier denominación.

2.3.3.5 No. 28-01

Ley sobre el Desarrollo Fronterizo

Promulgada el 01 de febrero del año 2001, con el propósito de establecer un programa apropiado de desarrollo que incite a la ejecución de proyectos metalúrgicos, energéticos, agropecuarios, agroindustriales, industriales, zonas francas, turísticos y todo tipo de empresas autorizadas por las leyes dominicanas, que fomenten y sostengan la economía dominicana, particularmente en las provincias de Bahoruco, Montecristi, Dajabón, Independencia, Elías Piña, Santiago Rodríguez y Pedernales. (ADOEXPO, 2021)

Esta ley otorga, además, un 50% en el pago de libertad de tránsito y uso de puertos y aeropuertos. Se concede un plazo de 5 años para que toda empresa que se instituya disfrute del término completo del periodo de exenciones. Con esta ley, se forma una Zona Especial de Desarrollo Fronterizo, que permitirá que empresas que se establezcan en estas zonas especiales disfruten de facilidades y diversas exenciones. Las empresas que maniobren dentro de los límites de las provincias de Santiago Rodríguez, Dajabón, Pedernales, Montecristi, Independencia, Elías Piña y Bahoruco disfrutarán de la exención de un 100% del pago de impuestos internos, de aranceles aduaneros sobre materias primas, equipos y maquinarias, así como cualquier tipo de impuesto, durante un período de 20 años.

2.3 Barreras a la entrada de las exportaciones

- Sistema país" poco competitivo (logística, incentivos, innovación, etc.)
- Exceso de reglamentaciones (tramites "engorrosos")

- Falta de imagen adecuada del País junto a los países importadores.
- Políticas cambiales Costos financieros elevados.
- Inestabilidad económica.

2.4 Proceso exportador en la República Dominicana

- Contrato de compra- venta.
- Datos correspondientes al exportador e importador.
- Condiciones de Entrega-INCOTERMS 24.
- Leyes aplicables para el proceso de exportación según tipo de carga.
- Detalles de la mercancía y aspectos a considerar
    - Peso: kilogramos (kg) o libras (lb)
    - ¿Cómo estará cubierta la mercancía?
    - ¿Cuánto es el % de calidad y la cantidad a exportar?
    - Precio total por unidad o cantidades.
    - Formas y tiempo de pago
    - ¿Cuál será la entidad bancaria para utilizar durante la transacción?
    - Tiempo de entrega y disponibilidad.
    - Seguro de la mercancía.
    - Tipo de transporte que se utilizara y cancelación del flete.
    - ¿Dónde se ingresa y se descarga la mercancía?
    - Costos de la mercancía.
    - Precauciones a tomar en cuenta si la mercancía es recibida por un Bócker

2.5 Concepto de plan de exportación

Según Llamazares (2014) un plan de exportación es una herramienta imprescindible para cualquier empresa que quiera iniciar o consolidar su posición en mercados exteriores. Esta herramienta tiene como objetivo dar respuesta a las

cuestiones que se plantean en la elaboración y puesta en práctica de la estrategia comercial internacional.

2.6 Estructura de un plan de exportación

- Objetivos de un plan de exportación
- Sumario o resumen de exportación
- Antecedentes para exportar
    - Situación actual de la empresa
    - Hipótesis de la base del plan
    - Datos Macro coyunturales
    - Razón de la exportación

2.6.1 Identificación y evaluación de oportunidades

- Oportunidades de mercados existentes
- Oportunidades de mercados creadas
- Oportunidades de mercados creadas por la competencia
- Oportunidades de mercados futuras
- Evaluación del ambiente del marketing internacional

2.6.2 Análisis producto/espacio

- Combinación producto/mercado:
- Tipo de producto
- Tipo de mercado
- Cambios en el mercado

2.6.3 Instrumentos que serán necesarios

- Comunicación

- Estructura interna
- Recursos
- Asesorías

2.6.4 Plan de acción

- Producto
- Ventas
- Asistencia a la venta
- Promoción

2.7 Criterios de auditoria de exportación

Es un instrumento analítico que ayudara al emprendedor a determinar el riesgo que puede tener su empresa (Chavez, 2013).

La auditoría de exportación estudia tres dimensiones:

- La auditoría de la empresa: cumple con analizar la estructura y la operación de la empresa, así como las herramientas de marketing de que dispone las misma. Así se analiza: la estructura organizacional, la estructura operacional, recursos humanos, tecnología, entre otras.
- La auditoría de mercado Buscar identificar la característica de los mercados meta, ya sea su tamaño, tendencia, crecimiento, barrera de entrada, nichos de mercado, mezcla comercial, producto, canales, precios, competencia, etc.
- La auditoría del entorno externo: es decir las condiciones del sector al cual pertenece la empresa exportadora y las condiciones del sector en el mercado meta (Chavez, 2013).

El auditor antes de exportar debe considerar lo siguiente:

- Analizar los productos con objetivos de ver si reúnen las características necesarias para ser exportados.
- Recomendar que se forme un fondo para estos estudios, así como para gastos de viajes y promoción.
- Solicitar el estudio a saber sobre los mercados extranjeros.

2.8 Tratados comerciales vigentes en la R.D.

2.8.1 Tratado de Libre Comercio RD-CARICOM (1998)

El Acuerdo de Libre Comercio Comunidad del Caribe – República Dominicana (CARICOM-RD) fue suscrito el 22 de agosto de 1998, entrando en vigor en la República Dominicana el 5 de febrero del 2002.

Permite acceder libremente a los mercados, elimina totalmente las barreras no arancelarias al comercio, establece normas de origen, armoniza las normas sanitarias y fitosanitarias; liberaliza progresivamente el comercio de servicios; liberaliza los movimientos de capital entre las partes, protege y promociona la inversión, entre otros (Industria, 2018).

2.8.2 Tratado de Libre Comercio RD-Centroamérica (1998).

Firmado por las Repúblicas de: Costa Rica, El Salvador, Honduras, Nicaragua, Guatemala y República Dominicana.

La República Dominicana firma el mes de abril del 1998 el primero de los grandes acuerdos comerciales internacionales, el cual entró en vigencia en marzo del 2002. A pesar de que la negociación de este Tratado fue celebrada a nivel regional, su aplicación es bilateral entre cada país y la República Dominicana, siempre que las mercancías hayan sido elaboradas fuera de regímenes especiales. Este trazó un mercado claramente accesible en el corto plazo, fortaleciendo y ampliando el intercambio entre las Partes, el cual representó en el

momento una significativa ventaja competitiva, estando conforme al marco del Acuerdo General de Comercio y Aranceles (GATT) 1994 y de la Organización Mundial del Comercio (OMC) (Industria, 2018).

2.8.3 Tratado de Libre Comercio RD-Centroamérica-Estados Unidos (DR-CAFTA, por sus siglas en inglés) (2005)

El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica y los Estados Unidos (CAFTA) fue negociado entre enero de 2003 y enero de 2004, al cual se incorporó la República Dominicana en julio de 2004 adoptando en ese momento la sigla DR-CAFTA. Salvo Costa Rica, todos los países firmantes lo han ratificado (Industria, 2018).

Este acuerdo comercial busca proveer ecuanimidad y reciprocidad en la liberalización comercial entre los países firmantes. El CAFTA-DR desmantelará las barreras al comercio, eliminará tarifas, abrirá mercados y promoverá la inversión en todos los países socios.

CAPITULO III.

INTEGRACIÓN DEL BANANO ORGÁNICO DOMINICANO A LOS MERCADOS EUROPEOS: ALEMANIA

3.1 El mercado de la UE

3.1.1 Características del mercado europeo

El mercado único de la UE se formó hace más de veinticinco años y se ha venido convirtiendo en un pilar del desarrollo económico de la UE. Esto es considerado uno de sus mayores logros.

También denominado mercado común europeo, es uno de los instrumentos de integración económica de la Unión, consistente en el establecimiento de un mercado común entre los estados miembros. En este mercado único circulan libremente los bienes, servicios, capitales, las personas y, en su interior, los ciudadanos de la UE pueden vivir, trabajar, estudiar o hacer negocios con libertad.

Conformado por 28 mercados, con una población de alrededor de más de 510 millones de personas (2017). Según los datos del FMI para 2018, el PIB (nominal) de Europa es de 19,27 billones de dólares (el estadounidense es de 19,55 billones de dólares). Lo cual hace que el PIB (nominal) per cápita de la UE en 2018 sea de 38 600 USD (en Estados Unidos es de 54 200 USD) (FMI, 2018).

La unión europea constituye actualmente el mercado con mayor demanda de productos y servicios a nivel mundial y con la libre circulación de mercancías, una vez importado el producto, puede circular libremente por toda la UE.

El principal objetivo del mercado interior es ser un espacio libre de fronteras y barreras entre los distintos Estados. Tanto así, que el sistema descansa sobre una serie de factores, estructuradores de un marco jurídico que facilite la realización de un mercado interior.

Cabe destacar lo que la doctrina ha denominado como las “Cuatro Libertades Fundamentales” conformadas por la libre circulación de mercancías, servicios, trabajadores, servicios y capitales. Asimismo, el mercado interior se apoya sobre las políticas comunes, entre las cuales se pueden mencionar la política de agricultura, la política de pesca, la política de transportes, la política comercial común y la política de competencia.

En el artículo 23.2 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (TFUE) se mencionan las cuatro libertades fundamentales, en primer lugar, la denominada unión aduanera, también llamado libre circulación de mercancías dentro del mercado interior. Esto supone:

“Constituir una unión aduanera que abarcará la totalidad de los intercambios de mercancías y que implicará la prohibición, entre los Estados miembros, de los derechos de aduana de importación y exportación” (Europea D. O., 2013).

Igualmente, el Art. 28.1 establece la adopción un arancel aduanero común en sus relaciones con terceros países. A partir del 1 de enero de 1993, se anuló el Documento Único Administrativo (DUA), con carácter general, para los intercambios intercomunitarios (Europea D. O., 2013)..

Más adelante, en el Art. 45.1 se establece la libre circulación de trabajadores, en el cual se prohíbe taxativamente la discriminación por nacionalidad con relación al empleo, la retribución y las demás condiciones de trabajo. En el Art. 56, se define la libre circulación de servicios y en el Art. 63 se establece la libre circulación de capitales, en el cual se menciona la libre circulación de pagos, en el cual se menciona la restricción a los movimientos de pagos y capitales, tanto en los Estado miembros, como en países extracomunitarios. Por último, el Art. 207.1 establece la política comercial común, lo que resulta en una consecuencia lógica de la puesta en práctica de una unión aduanera. También se suponen las modificaciones arancelarias, las inversiones

extranjeras directas, la política de exportación, la uniformización de las medidas de liberalización, la celebración de acuerdos arancelarios y comerciales relativos a los intercambios de mercancías y servicios y las medidas de protección comercial, en especial el dumping y subvenciones (Europea D. O., 2013).

A pesar de que han logrado unir esos mercados, a través de la eliminación de barreras técnicas, jurídicas y burocráticas, aún persisten ciertos obstáculos en el mercado único, como las diferencias en cuanto a legislaciones, normas técnicas y prácticas habituales del comercio electrónico entre los países de la UE, así como la complejidad de las normas sobre el reconocimiento de las cualificaciones profesionales, los diferentes mercados nacionales de servicios de energía, transportes, financieros y la fragmentación de los sistemas fiscales nacionales.

Junto a lo expresado anteriormente, aparecen nuevas barreras, lo que supone nuevos retos para la UE. Sabiendo esto, la Unión ha ido adaptando una serie de iniciativas para hacer frente a esos obstáculos, así como mejorar la aplicación de y el cumplimiento de las normas del mercado único. Un ejemplo de esto fue el desarrollo de un plan de acción a largo plazo para mejorar la aplicación y el cumplimiento de las normas del mercado único, publicado el 10 de marzo de 2020 por la comisión, el cual resultó de un proceso que inició el Consejo Europeo en marzo de 2019, contiene más de veinte medidas para mejorar la aplicación y el cumplimiento de las normas de mercado único.

3.1.2 Posicionamiento del banano orgánico en el mercado europeo

Según Trout & Ries el posicionamiento es la toma de una posición concreta y definitiva en la mente del o los sujetos en perspectiva a los que se dirige una determinada oferta u opción. De manera tal que, frente a una necesidad

que dicha oferta u opción pueda satisfacer, los sujetos en perspectiva le den prioridad ante otras similares (Trout Jack & Al Rie, 1998).

El objetivo del posicionamiento es situar el nombre o la imagen de un determinado producto en la mente del consumidor, resaltando los atributos y características atractivas del producto frente a la competencia.

Acorde a lo anterior, tal como en otros mercados, el banano orgánico se posiciona en Europa como una de las principales frutas de la canasta familiar, además de ser uno de los sectores que representa mayores ingresos al país. Los productos orgánicos se van introduciendo en la mente de los consumidores, debido a que es relacionado con el bienestar, la salud y el cuidado del medio ambiente. Estos criterios se basan en los beneficios que llegan a obtener los consumidores al consumir el producto. De igual manera, los aspectos relevantes que posicionan el banano son la calidad, el precio y la imagen de este.

Por otro lado, el precio como factor importante en el posicionamiento de esta fruta son competitivos. La FAO registró que los precios medios de importación en la Unión Europea y los Estados Unidos siguieron un patrón similar en 2015, aumentando rápidamente en el primer trimestre del año y estabilizándose en gran medida a partir de entonces. A través de un estudio que ellos realizaron determinaron que, en la Unión Europea, los precios de importación alcanzaron un máximo de 858 euros por toneladas en marzo, pero se redujeron a 789 euros en diciembre de 2015, debido a una combinación de una demanda ligeramente inferior y un aumento de las importaciones (FAO, Situación del mercado del banano, 2017).

El diario del exportador, revista y portal especializado en comercio exterior y gestión de los negocios internacionales, resalta que “La responsabilidad ecológica, social, la maximización del tiempo, el cuidado de la salud, la facilidad y la simplicidad son los principales factores que determinan el

consumo de la población europea", por tal razón, el banano tipo orgánico se ha convertido en tendencia por les resulta atractivo, debido a lo que representa su consumo para el medio ambiente y sobre todo para la salud. Además, de ser una fruta rica en nutrientes, con un público amplio, ya que puede ser consumida tanto por personas adultas como por niños y hasta por los animales. Es una fruta que está presente en todos los hogares europeos (Exportador, 2017).

3.1.3 Tendencias de consumo de banano orgánico en la UE

Las nuevas corrientes de consumo de alimentos saludables, ahora muy de lleno en los grandes mercados de consumo, como es el caso de Europa, Estados Unidos y en los mercados emergentes de China y Rusia, surgiendo nichos de mercados para el consumo de alimentos de origen orgánicos, incluido el consumo de banano orgánico ganando cada vez más popularidad entre las demás frutas de este rubro, debido al aumento de los niveles de exigencia por parte de los consumidores. La inocuidad de los alimentos y el medio ambiente impulsa de gran manera la demanda mundial de este importante fruto.

Como se mencionó en bloques anteriores, el consumo de banano orgánico se ha vuelto relevante porque es considerado como sinónimo de salud por parte de los consumidores y por destacarse en las técnicas de su producción, orientadas principalmente a preservar al medio ambiente y la salud.

El dulce sabor, color, textura y facilidad de ingesta apta para todo público, junto con los aportes nutricionales y beneficios que tiene para la salud, convierten a esta fruta en la favorita de los consumidores, siendo esta una de las más consumidas en el mundo.

En todo el mundo se consume aproximadamente 12 kg de banano per cápita, haciendo de esta la fruta más popular.

A mediados del año 2017, el banano orgánico se encontraba en una posición relativamente menor a cómo acostumbra, puesto que el mercado era liderado por otras frutas tropicales como la piña, el mango o el aguacate. Conforme a lo anterior, la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), registró en un estudio realizado en el año 2017 y publicado en el 2018, la participación del banano en el mercado fue notable, dado que las exportaciones mundiales de banano alcanzaron los 18, 1 millones de toneladas, representando una importante recuperación a causa de los daños climáticos ocurridos en años anteriores.

La oferta para el año en cuestión provocó que las exportaciones aumentaran 4% (FAO, Situación del banano, 2018).

Para el año 2019 la agencia líder en investigación de mercados, Mintel, Madrid, llevo a cabo una investigación y los resultados arrojados concluyeron en que entre los grandes mercados importadores de esta fruta y expresó:

"*Europa demostró liderazgo en el camino en términos de innovación en alimentos y bebidas orgánicas, con casi una quinta parte de todos los productos reclamados de origen orgánico. Desde hace diez años hasta el año en cuestión, el reclamo orgánico se disparó del 9% al 17%, lo que satisfizo el hambre de Europa por los productos orgánicos*" (Alimentaria, 2019).

En otro aspecto, la aclamada revista española "*Revista Alimentaria*" publicada anualmente por la editorial Eyspa, entrevistó a la analista global de alimentos y bebidas en Mintel, Katya Witham, donde expresó que *"los productos orgánicos han visto un creciente apoyo, aún más notable entre los consumidores europeos en un momento de creciente preocupación del bienestar, la salud y el medio ambiente. Nuestras investigaciones muestran que el mercado europeo está liderando la innovación de alimentos y bebidas orgánicas, con Francia, Alemania y España a la cabeza"* (Alimentaria, 2019).

En pocas palabras, la tendencia de consumo de alimentos y bebidas orgánicas en el mercado europeo continua en aumento, puesto a que dichos alimentos logran posicionarse como éticos y ambientales, dándole un significado amplio al término de salud y popularizando su consumo de manera global (Alimentaria, 2019).

Por otro lado, ha venido popularizándose la tendencia denominada “vegetarianismo” o “Veganismo”, que se remonta a la antigua India, específicamente en el norte y oeste de India (Spencer, 1993). El término Vegetarianismo hace referencia a la eliminación de todos los productos o alimentos de origen animal. También, se considera más una ideología que una dieta. Así lo afirma la nutricionista Lucia Martínez, en una entrevista realizada por la periodista María Albilla para el Diario Ávila, quien considera que este término es definido como una postura ética e ideología más que una dieta (Albilla, 2019), debido a que la mayoría de los presentes en este estilo de vida, no siempre terminan comiendo sano pensando en el bienestar propio, más bien se rigen por argumentos éticos, ambientales, humanitarios y sobre todo para ponerse a la vanguardia.

La tendencia del veganismo ha impulsado el aumento de consumo de productos orgánicos, no solo en Europa sino también en todo el mundo, consecuente al alto perfil de salud y bienestar que representan y la importancia que recae en el impacto social y ambiental, promoviendo una alimentación responsable y sobre todo saludable hasta los tiempos actuales.

En Alemania específicamente, se ejerce una gran prominencia en el sector de la alimentación, es considerado el mercado orgánico más importante, además de selectivo, diverso e importante consumidor de alimentos orgánicos, mayormente frescos, representando un 53.1% (2014) de consumo total del mercado (Service, 2015).

El mercado alemán está bien informado sobre los pasos a seguir para llevar una vida sana, por lo que consume productos que cuiden su salud y la del medio ambiente. Es por esto que se inclinan por el camino orgánico, interesándose en alimentos y bebidas frescas, de alta calidad, que procuren le bienestar y la buena salud.

El alemán promedio presenta un consumo per cápita anual estimado de 16.64 kilos de banano (2018), transformando a la fruta en la segunda más consumida después de la manzana.

3.2 Régimen de importación de la UE para el banano orgánico dominicano

En los países ACP, se les permite ingresar al mercado de la UE, libres del pago de impuestos y de cuotas. Con motivo de ayudar a dichos países productores de banano a compensar la pérdida de protección arancelaria derivado del acuerdo del 2010, se estableció un paquete de apoyo financiero, conocido como el programa de “Medidas Suplementarias del Banano – 2014" (BAM por sus siglas en inglés), cuyo objetivo fue el acceso a financiamiento de los productores de banano, optimizar la distribución del sector y mejorar la competitividad de los países ACP para desarrollar las prácticas agrícolas eficientemente, amigables con el medio ambiente y dirigidas al desarrollo económico de las fincas en el cuál la UE identificó la necesidad de inversiones de alrededor de 110 millones de dólares. De igual manera, reconoció que la dotación BAM para el país solo cubriría el 20% de las necesidades de las inversiones de la Estrategia Nacional del Sector Bananero (FAO E. D., 2012).

No obstante, esta favorable situación cambió luego del acuerdo de Ginebra sobre el comercio de Banano (AGCB), firmado el 31 de mayo del 2010 entre la UE y Colombia, Panamá, Costa Rica, Venezuela, Guatemala, Ecuador,

Brasil, Honduras, México, Nicaragua y Perú. Dicho acuerdo contempla el desarme progresivo arancelario de las importaciones de la UE de este producto y su aplicación. La entrada en vigor de la aplicación del primer tramo de desarme arancelario redujo el arancel de 176 euros/tonelada a 148 euros/tonelada, llegando hasta los 114 euros/toneladas para el 2017.

Frente a esto el Sistema de Información Bananera de la República Dominicana (SIBA) resaltó en su artículo publicado a principios del año 2015 que "para los países pertenecientes al Acuerdo de Asociación UE-Centroamérica, el arancel se reducirá hasta los 75 euros/toneladas hasta el 2020" (SIBA, 2015). Esto implica la disminución de preferencia para la República Dominicana y los otros países ACP productores de Banano.

A partir de ahí, el gobierno dominicano decidió formular una estrategia de adaptación para el sector bananero. Dicha estrategia se realizó por el Consejo Nacional de Competitividad (CNC), en el mes de marzo de 2012. Con esta estrategia se buscaba identificar las razones de la falta de crecimiento en productividad y eficiencia, junto con encontrar soluciones para evitar al mínimo la propagación de la enfermedad de la Sigatoka negra y propuestas de acciones que ayuden a aumentar la productividad, promover la diversificación de cultivos como alternativa al monocultivo y mejorar las exportaciones. Además de lo mencionado anteriormente, la estrategia estableció los pasos para lograr sostener el medio ambiente, enfocándose en la gestión de residuos y tratando de optimizar las condiciones laborales de los productores de banano, así como accionar proactivamente en el fortalecimiento de la cadena de valor del banano (FAO E. D., 2012).

Para el año 2020, la UE se comprometió en un encuentro celebrado entre la Dirección General de Agricultura de la Comisión Europea en Bruselas y la consejera de Agricultura del Gobierno de Canarias, Alicia Vanoostende, a no reducir el arancel de importación para las bananas de terceros países, donde

se ratificó que, bajo ninguna circunstancia, se bajará el nivel actual del arancel de 75 euros/toneladas. Así lo expresa el periódico COPE en su artículo *"El arancel para la banana sudamericana no bajará de los 75 euros por toneladas*" (COPE, 2020).

En ese mismo año, la UE decidió cambiar la normativa de importación de banano orgánico, el director Ejecutivo de la Asociación Dominicana de Productores Bananeros (ADOBANANO), informó que la UE introdujo nuevos cambios en los protocolos de importación, los cuales se vieron como una posible amenaza para la sostenibilidad de la producción dominicana. Estos cambios incluyeron que el certificado de control o COI (por sus siglas en inglés) debe acompañar la carga del banano, el cual deberá ser entregado en puerto antes de la salida del barco (Molina, 2020).

Basados en lo visto anteriormente, se puede deducir que problema yace en que el envío de la certificación dura aproximadamente entre cinco y seis días luego de cargar los contenedores que transportarán el banano orgánico, pero dichos procedimientos no permiten reducir los plazos para ajustarse a los requerimientos mejorados. Además, el empacar y montar la carga ocupa un tiempo máximo de cinco días, luego se emite la factura de venta y el exportador la envía a una firma certificadora en el exterior, la cual se expide luego de dos días, en el que hacen las evaluaciones correspondientes a la verificación y así poder emitir la certificación. Dicho esto, se conoce que el barco no pasa más de 36 horas en el puerto, por lo que se teme que el fruto perezca ahí durante ese tiempo, mientras se espera respuesta por parte de la firma certificadora.

Para no tener que atravesar dicha situación, se podría proceder a vender el fruto orgánico como convencional, no obstante, esta opción implica una pérdida en el precio aproximadamente de US$2.00 / caja de 18.14kgs cada una.

En adicción a lo anterior, los cambios en el sistema de certificación también representaron una serie de inconvenientes para los pequeños productores, debido a que estos no pueden cumplir con los requisitos. Uno de los requisitos imponía la personalidad jurídica por grupo y un umbral definido de ingresos, algo que desmejora los esfuerzos de las cooperativas, puesto que la gran mayoría manejan negocios muy pequeños y se les dificulta alcanzar los niveles de ingreso requeridos. Además, incluyeron un nuevo esquema de agrupación para las certificaciones, dado que a partir del año 2021 los productores que superen las 5 hectáreas de producción deben de tener su propia certificación de exportador.

Esas nuevas medidas pueden suponer la pérdida de ventas de la variedad del banano orgánico que se exporta a la UE al momento de aplicarse las nuevas exigencias.

3.3 Producción, consumo e importación del banano orgánico

Como se ha visto anteriormente, el banano es una planta herbácea que pertenece a la familia de las musáceas. Los cultivos de esta fruta se pueden encontrar en los climas tropicales y subtropicales con temperaturas óptimas entre 22C° y 25C°. Además de no ser una fruta estacional, porque se cosecha todo el año.

Lo que convierte al banano orgánico en una fruta atractiva es la inocuidad del mismo, debido a que cultiva a base de ingredientes orgánicos, carecen de peligrosos herbicidas y las plagas de controlan de manera biológica. También se utiliza más mano de obra porque no se controla mecánicamente.

En la tabla No.5 se aprecia la distribución por finca donde se cultivan bananos orgánicos según actividad por provincia a nivel nacional, las fincas ubicadas en las provincias Valverde, Monte Cristi, Dajabón y Azua, donde

se cultivan estos frutos tienen una superficie de 20,172 hectáreas de tierra bajo cultivo (Reinaldo Soriano Soriano y Geralda Díaz, 2019).

La demanda del banano orgánico a nivel mundial ha incrementado satisfactoriamente en los últimos años. Según datos de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) para el año 2019 estuvo previsto que los volúmenes netos de importación mundial de esta fruta ascendieran a 18,9 millones de toneladas, lo que representó un aumento estimado de 3% comparado con el año anterior. Por el contrario, la oferta superior a la demanda continuó debilitando los precios en los países con mayores niveles de importación, ocasionado por la alta competencia a la cual se enfrenta el banano durante el verano. En los meses de verano abundan los suministros de exportación, por lo que la demanda del banano orgánico disminuye y por consiguiente los precios. Como un ejemplo de esto se puede mencionar la disminución de los precios en la Unión Europea.

Como es bien sabido, el mayor importador mundial del banano orgánico es la Unión Europea (UE) con unas importaciones netas de 5,9 millones de toneladas en 2019, seguido por Estados Unidos con solo 4 millones de toneladas para ese año.

En el gráfico No. 2 se observa la distribución de las importaciones mundiales por mercado para el 2019, el cual es liderado por la EU con un 31% del total de las importaciones, seguido de Estados Unidos representando un 22%, China en tercer lugar con solo el 12%, Federación Rusa con un 7,8%, Japón con un 5,4% y por último América Latina y el Caribe con solo 4,5%.

La producción mundial del banano y la participación de R.D. para el período 2006 – 2011 se ilustra en la tabla No. 4.

En el grafico No. 7 se aprecia el valor de importaciones de Banano en Alemania año 2017.

3.3.1 Análisis de la competitividad del banano certificado de RD en el mercado europeo, Alemania y el mundo

3.3.1.1 Aspectos críticos en la producción

1. *Desafío de mano de obra e insumos*

Debido a la gran cantidad de mano de obra que se necesita para el cultivo del banano orgánico, puede que se presente una escasez de la misma y los insumos agrícolas son en su mayoría costosos. Como ejemplo, en el caso de los pequeños productores utilizan la mano de obra familiar para empacar, clasificar y operar el cultivo postcosecha, mientras que algunos productores a gran escala buscan mano de obra barata, con condiciones ofrecidas incomparables a las que normalmente se ofrecen a los trabajadores en esos sectores, creando situaciones de desigualdad, dando lugar a la posibilidad de desertificarse por parte de FLO-CERT, certificación de Fairtrade International y la división de inspección, encargada de promover el comercio justo de productos.

2. *Posible contaminación inadvertida de las propiedades orgánicas*

Esto a raíz de que los productores individuales deciden sobre el tipo de producción, habiendo casos donde las plantaciones convencionales y orgánicas sean adyacentes, pudiendo las orgánicas contaminarse y arriesgarse a perder la característica de ser orgánica.

3. *Desafíos derivados de la fitosanidad de las plantas*

Una de las amenazas de las plantaciones del banano es la Sigatoka negra, una enfermedad causada por un hongo difícil de controlar. Capaz de causar la pérdida de hasta un 50% del rendimiento de los cultivos del fruto en

cuestión. Esta enfermedad se controla con químicos, siendo esto una alteración de la condición orgánica del banano.

4. *Tamaño de los frutos y características*

Las condiciones y prácticas agronómicas del país, limitan a producir un banano de un gran tamaño, a pesar de ser más dulce. Comparado a la competencia de países exportadores, el banano proveniente de estos difiere mucho en tamaño, lo cual representa ventaja frente a las demás características que se toman en cuenta en los mercados importadores.

La variedad más encontrada es la Cavendish y la Cavenish gran enana.

5. *Tipo de riego*

Como es bien sabido, el tipo de riego comúnmente más utilizado es por gravedad, acorde a un artículo de la revista *"La producción de bananos asociados con leguminosas y plantas forrajeras en la República Dominicana"* publicada en 2019, este tipo de riego a representa casi un 94.4% y el porcentaje restante utiliza gravedad por bombeo. Esto se debe a que el terreno de cultivo es plano y hace fácil la inundación de este. Además de la alta densidad de plantación que impiden las germinaciones de las especies sembradas.

6. *Desafíos de la certificación*

El costo para obtener la certificación generalmente es alto, hay que hacer el pago de una cuota inicial para cubrir la visita inicial de la agencia certificadora para que procesen la solicitud de certificación y una cuota anual similar para supervisar el mantenimiento de la condición de certificación y una cuota nominal por cada certificado de transacción. (FAO F. p., 2012)

3.3.1.2 Aspectos de penetración a los mercados

Aunque la República Dominicana tiene la posibilidad de exportar el fruto a varios mercados, los productores dominicanos están atraídos por el mercado europeo. Esto se debe a que los precios son más altos que en otros mercados. Aunque el fruto producido en R.D es relativamente más pequeño, es compensado por el buen sabor y el dulzor del mismo, en adicción a lo anterior se identificaron algunos aspectos que afectan el acceso del banano orgánico dominicano al mercado europeo:

- Calidad de la fruta. Contar con los estándares de calidad de la fruta exigidos en el mercado europeo puede convertirse en una inquietud para los productores a pequeña escala, puesto que el mercado europeo no se toma a la ligera el consumo de productos que no cumplan con los requisitos. Además, el consumidor europeo, específicamente el mercado meta, está acostumbrado a consumir frutas que cumplan con el estado orgánico y que tengan buen sabor y buena presentación.
- Consistencia en la programación y entrega. Con las nuevas normas establecidas por la UE, la puntualidad en la entrega se podría ver afectada y, por lo tanto, podría influenciar los aspectos de calidad del fruto perecedero.
- Requisitos previos de ingreso y penetración del mercado. Como se mencionó anteriormente, los requisitos de calidad son relevantes para las autoridades europeas, por lo que pone en situaciones de preocupación a algunos productores. También, a mediados del 2019, las actividades comerciales se enfrentaron a una importante y dañina pandemia, el COVID-19, la cual detuvo todos los movimientos comerciales, cerrando a todas las fronteras de los países para evitar la extensión de dicha pandemia. Ya para mediados del año 2020 e inicios del 2021, los países pudieron fortalecerse, logrando abrir nuevamente

sus puertas al mercado exterior, pero no de la misma forma, ahora cada país toma ciertas medidas para comerciar sus productos, para así protegerse de la impactante pandemia que continua vigente. Ante esta situación, la UE no ha quedado exento de renovar antiguas normas y de aplicar nuevos protocolos, representando un desafío para el sector banano, dado que costará acoplarse a dichas normas en tan corto tiempo.

Consideraciones sobre la certificación

Acorde a lo mencionado en secciones anteriores, en el caso de los productores en el sector banano tipo orgánico y de comercio justo deben contar con la certificación que asegura que sus procesos de producción cumplen con las normas aplicables. Para el mercado europeo, los estándares orgánicos son establecidos por la Comunidad Económica Europea.

La entidad encargada de establecer las normas de comercio justo es la Fairtrade International (FLO), supervisada por FLO-CERT, responsable de inspeccionar, auditar a los comerciantes y certificar a las organizaciones productoras y. Con relación al banano orgánico en República Dominicana, la producción está certificada por las siguientes agencias certificadoras: Institute of Market Ecology (IMO en inglés) y el Control Union (CU).

En adicción a lo anterior, las nuevas Regulaciones en la Producción, Etiquetado e Importación de Productos orgánicos impuesta por la UE están relacionadas con la Certificación Orgánica Grupal, reglamentada por el Parlamento Europeo y del Consejo, bajo el nombre 2018/848 vigente desde el 30 de mayo de 2018, sobre la Producción y Etiquetado de Productos Orgánicos y la Certificación de Inspección orgánica (COI) reglamento relativo a la importación de la UE productos orgánicos, Reglamento de Ejecución UE 2020/479 de la Comisión de 1 de abril de 2020 que modificó el Reglamento

(CE) no. 1235/2008, en el que se establecen las disposiciones de aplicación del Reglamento (CE) no. 834/2007 del Consejo en lo que a importaciones de productos ecológicos procedente de terceros países se refiere. En la tabla No. 7 se muestran los principales países exportadores destacados en ese sector, tomando en cuenta el volumen exportado por toneladas y el TCP que evalúa el crecimiento o disminución en porcentaje, creado con datos recolectados de la FAO para el 2019.

3.3.1.3 Análisis de la competitividad

En el año 2019, la empresa brasileña Cluster Consulting, destacada en consultoría estratégica especializada en apoyar gobiernos en el desarrollo económico de las regiones, ayudando a mejorar la competitividad e innovación por medio del trabajo con clusters, realizó un estudio que mostró la evolución de la producción e importación del banano y arrojó los siguientes resultados en cuanto a la competitividad del sector banano dominicano en los últimos años (Consulting, 2019).

El estudio también dio como resultado que el 92% de las plantaciones de banano (guineo) dominicano son orgánicas, por lo que reciben un 30% más de comparación con el convencional. Además, realizaron una serie de entrevistas, y determinaron que R.D. tiene una productividad media baja con relación a Colombia y Ecuador, bajas exportaciones (30% - 33%) y el menor precio a los productores por toneladas. Los precios más elevados se dan en Colombia, seguido de Costa Rica y Ecuador.

En los gráficos No. 1 y No. 2 se puede observar el crecimiento promedio anual de la producción de banano desde los años 2013 hasta 2017, donde Ecuador (el competidor más fuerte en el sector banano) toma la delantera, seguido de Colombia, Costa Rica y República Dominicana.

Tomando en cuenta los datos proporcionados por la FAO, para los años 2018-2019 se puede ver en el gráfico No. 4 un aumento porcentual en la producción de este fruto, a excepción de Ecuador, que presento una reducción de un 1.18%.

En materia de la produccion orgánica se puede observar en el gráfico No. 5 que existe una conversion de banano convencional a orgánico tanto en producción como en eportación. Con un total de 1,053 mil toneladas en 2017.

Para los años 2018-2020 la importación mundial de banano orgánico fue de más de 18,9 millones de toneladas, aumentando más de un 3% comparado al año 2017.

En conclusión, el banano certificado orgánico dominicano se destaca en el mercado exterior, sobre todo en el mercado europeo, puesto a que entra en la categoría de uno de los mayores exportadores mundiales, lo cual convierte este sector en uno de los más destacados a nivel agropecuarios.

3.4 Generalidades del mercado: Alemania

Alemania es una república parlamentaria con un jefe de gobierno o canciller y un jefe de Estado o presidente. Está presente en la UE desde el 1 de enero de 1958. Su capital es Berlín y su lenguaje oficial es el alemán. Está formado por 16 estados federados y su moneda oficial es el euro. El territorio alemán abarca 357, 022 km^2 de extensión y su clima es templado. Es el miembro de la UE más poblado, con casi 83 millones habitantes. En términos económicos se considera como la cuarta potencia mundial y la primera de la región europea. (Euopea, 2018)

Para el año 2018, el 66% de las importaciones proceden de los países pertenecientes a la UE, lideradas por los Países Bajos, seguido de Francia y Bélgica, mientras que las demás provienen de China y Estados Unidos.

El PIB de Alemania ha crecido notoriamente, para el año 2018, según los datos del Banco Mundial fue de 3,962 billones de euros, para el 2019, disminuyó un 2.5% 3,861 billones y un 5% para el año 2020, quedando en 3,806 billones. (Mundial, Worldwide Bank Group, 2019)

El mercado alemán es muy competitivo que siempre busca ofrecer a los consumidores productos de excelente calidad a precios asequibles. Uno de los objetivos que poseen las agencias gubernamentales alemanas involucradas en sanidad y protección al consumidor, igualmente las cadenas de distribución, es garantizar que los productos ofertados en el mercado sean inocuos para la preservación de la salud de los consumidores. Al mercado ser tan exigente, los mayoristas, distribuidores y detallistas que componen el lado comercial, buscan productos nacionales e internacionales que cumplan con los estándares de calidad exigidos por ellos. Atendiendo a productos que tengan los mejores acabados y excelente presentación a precios moderados.

El mercado alemán valora mucho la protección del medio ambiente, la salud, la biodiversidad y el desarrollo sostenible. Por eso, apoya indudablemente los productos cultivados con técnicas que no afecten al medio ambiente y resguardan la buena salud humana y de los ecosistemas propios de cada país. Razón por la cual se inclinan al consumo de productos orgánicos, llámese a comidas y bebidas con esas características.

3.4.1 Análisis PESTEL

La CIPD define un análisis PESTEL como “un marco para analizar factores claves que influyen en una organización desde el exterior. Dichos factores son los políticos, económicos, sociológicos, tecnológicos, legales y ambientales”. (CIPD, 2021)

Aspectos políticos

- Alemania es una república federal democrática, representativa y parlamentaria, formado por tres poderes: legislativo, judicial y ejecutivo. Pertenece a los veintisiete estados que forman la UE.
- Se rige bajo un marco constitucional creado en 1949, llamado Ley Fundamental.
- Cuenta con una red de 277 misiones diplomáticas en el extranjero y mantiene relaciones con más de 190 países. Es miembro de la OTAN, OCDE, G7, G20, el Banco Mundial y el FMI.
- Bundestag es la cámara baja que representa al pueblo alemán, constituido por 631 diputados.

Aspectos económicos

- Ocupa el cuarto lugar de potencias mundiales, siendo el segundo país en exportaciones y el tercero en importaciones, esto se traduce como el país que posee una mayor calidad de vida entre los habitantes, debido a que los ingresos son mayores.
- El PIB es de 3,449,050 millones de euros (2019), con una tasa de crecimiento anual de 0.6%
- La tasa de inflación es de 0.5 (2020)
- El salario promedio es de 50, 546 euros (2018) y su balanza comercial registró un superávit de 228, 260, 8 millones de euros, un 6,63% de su PIB (2019).
- Las industrias dedicadas a la exportación son los vehículos, químicos, productos eléctricos y maquinarias.

Aspectos sociales

- Cuenta con más de 82 millones de habitantes (2018), lo que convierte a Alemania en el país de la UE más poblado.

- Su religión predominante es el cristianismo, seguido por budismo y judaísmo.
- Es un país multicultural, moderno y la sociedad se rige de un solo estilo de vida.
- La familia es de suma importancia para los ciudadanos alemanes, consideradas sagradas por muchos alemanes.
- Su festividad principal es el día 3 de octubre, llamado Día de la Unidad.
- Tasa de desempleo 5%
- Posición índice de corrupción 10/167

Aspectos tecnológicos

- Es un líder mundial en la innovación, que apuesta a la tecnología sostenible.
- Uno de los países líderes en financiamiento a la investigación y la formación de investigadores y científicos.
- Con una gran infraestructura, líder en la creación de canales.

Aspectos ecológicos

- A pesar de que es el país con más emisión de dióxido de carbono, está a favor del medio ambiente, por lo que se han comprometido al accionar contra el calentamiento global, conviértanse en el país con mayor capacidad de energía solar y eólica del mundo.
- Poseen una capital ecológica, Hamburgo.
- El estilo de vida de los alemanes está estrechamente relacionado con el consumo de productos orgánicos.
- Fomentan el uso de bicicletas para reducir las emisiones de dióxido de carbono.

Aspectos legales

- Son precisos con las negociaciones y sancionan legalmente por las disposiciones en el código empresarial.
- Cuenta con un código especifico o código de comercio, el cual establece los deberes y derechos de las partes involucradas.
- Valoran mucho la propiedad intelectual, además de no dar paso a la corrupción.
- Es difícil abrir un negocio, debido a los requisitos mínimos exigidos.

Resultados

Alemania es un país bajos niveles de corrupción, dado lo altos niveles de educación y éticos. Lo puntos resaltados en el análisis nos muestra que este país es adecuado para hacer negocios, pues es un país desarrollado, con un gran mercado. Mantiene un saldo positivo en la balanza comercial y cuenta con un equilibrio en sus cuentas presupuestarias. Además, se sitúa como uno de los países con menor índice de corrupción en décima posición de 167 países, con una libertad económica puntuada de 74,4 sobre 100.

No obstante, no es fácil abrir un negocio allí, puesto el requisito de capital mínimo es cuatro veces mayor superior a la media de los países de la OCDE.

**Para la realización de este análisis se usaron datos del Banco Mundial, FMI y Datos Macro.

3.4.2 Análisis FODA de las exportaciones de banano de RD en el mercado de Alemania

→ **Fortalezas**

El banano orgánico es una de las frutas orgánicas más populares entre los consumidores alemanes.

Representando más del 34% del valor de ventas de las frutas orgánicas en el país, seguido de las frutas cítricas y las manzanas. El mercado alemán es el mercado más dinámico de la UE para la venta de productos orgánicos. (FAO F. p., 2012)

Producción continua todo el año

Es una fruta no estacional, por lo que se puede cosechar en sin esperar temporadas o estaciones específicas.

Buenas condiciones ambientales y de suelo

Estas condiciones convierten a los cultivos dominicanos más competitivos.

Productores organizados

Contando con una de las mejores redes de asociaciones de productores capacitados para lograr eficiencia.

Inocuidad en la producción del banano

Cumple con los estándares de producto saludables y sostenibles, sin la presencia de químicos o alteraciones no biológicas.

Producto con las certificaciones pertinentes

Cuenta con certificaciones que avalan la condición orgánica

Buen sabor y color

Dado por las condiciones suelo y climáticas.

→ **Oportunidades**

Producto fresco

Exportación de productos frescos

Forma parte de la canasta familiar

Fruto tropical preferido y presente en todos los hogares.

Crecimiento sector turístico

Es una de las frutas más demandadas por los turistas.

Ventajas de primer exportador

Necesita aprovechar su condición de pionera de banano orgánico

Inocuidad en la producción del banano

Cumple con los estándares de producto saludables y sostenibles, sin la presencia de químicos o alteraciones no biológicas.

Oportunidades de variedades procesadas

Aunque se consume fresco, se puede procesar y convertirlo en harina, mermelada, galletas, pan, entre otras.

→ **Debilidades**

Falta de diferenciación del producto

Escasa clasificación por parte de las asociaciones y los comerciantes, además, la falla en la selección, demuestra la ausencia de la oferta confiable en el mercado para satisfacer la demanda interna potencial del banano orgánico.

Utilización de mano de obra no cualificada

Para las asociaciones mantener costos bajos de producción.

Tamaño pequeño de los frutos

Dado por las condiciones del suelo, desventaja frente a la competencia.

Debilidad en la cadena de frío

Contando con una de las mejores redes de asociaciones de productores capacitados para lograr eficiencia.

Altos costos de producción

Insumos biológicos tienden a ser más costosos que los químicos

Presencia de muchas fincas pequeñas

No garantiza calidad y coherencia en estos tiempos donde el mercado se muestra más exigente.

Baja capacidad de gestión en algunos productores y si bajo nivel educativo

Algunos productores no cuentan con la capacitación adecuada para ejecutar las diferentes medidas que ayuden al aumento de la productividad y mejora de la calidad.

Requisitos exigentes para el banano

Los alemanes demandan productos con buena apariencia, bananos sin machas, es decir “perfectos”, con manos que tengan entre 4 – 7 frutos con un largo aproximado de 21cm. Estos requisitos son mayormente exigidos por las cadenas de supermercados alemanes.

→ **Amenazas**

Nuevas normativas y protocolos por parte de los países importadores

Como las modificaciones de las normas de importación a la UE.

Cambios climáticos

Sujeto a huracanes y tormentas tropicales

Competencia de otras frutas tropicales

Como las frutas cítricas, la piña, etc.

Cambios en la tendencia de consumo

El consumidor puede llegar a varias los gustos de acuerdo a la tendencia de consumo presentes.

Aumentos en los costos de producción

Los costos de producción del banano orgánico aumentan a una gran velocidad, comparado con los precios de venta, lo cual reduce la rentabilidad. Ver tabla No. 8 donde se muestra la evolución de los costos de producción entre 2010-2016.

Plagas y enfermedades

Un ejemplo es la Sigatoka Negra, la que más afecta a los cultivos

3.4 Normas comerciales e industriales en Alemania

Los organismos de normalización son *Deutsche Institut Für Normung, Deutsche Kommission Elektrotenik Informationstechnik im DIN une VDE y Verband der Elektrotechnik Elektronik Informationstechnik*.

La entrada a la red internacional de normalización es a nivel europeo, miembro del CEN (Comité Europeo de Normalización) y a nivel internacional es miembro de la Organización Internacional para la Estandarización (ISO).

Cabe destacar que las normas alemanas suelen servir como base para el sistema europeo de normalización.

El Instituto Alemán de Estandarización es un organismo privado sin ánimo de lucro, encargado de administrar y coordinar el sector privado, estableciendo un sistema voluntario de normas y sistemas de evaluación del cumplimiento. Además, es consiste con el sistema europeo de normalización.

Las normas se clasifican en CE, DNI e ISO.

3.4.1 El embalaje

Debe estar acorde a la legislación europea acerca de la prevención de riesgos para la salud de los consumidores y el medio ambiente.

3.4.2 El etiquetado

Debe cumplir con las normas establecidas por la UE y establece lo siguiente:

- El nombre del alimento no se debe suplantar con alguna denominación protegida como la propiedad o marca comercial. Y tiene que ser un nombre legal.
- País de origen.
- Fácil comprensión, legible, indeleble y visible.

3.5 Barreras para exportar a Alemania

Entre las barreras que se pueden identificar está el impedimento de la libre circulación, no obstante, la República Dominicana firmó un Acuerdo de Asociación Económica con la UE (EPA), en el que se incluye a Alemania por defecto.

En adicción a lo anterior, algunas certificaciones o exigencias que solicitan los países miembros, los cuales son:

- Referente al embalaje. Debe estar unánime a la legislación europea acerca de la prevención de riesgo para la salud de los consumidores y protección del medio ambiente. El idioma permitido es el alemán. El inglés es admitido, pero se utiliza más para proporcionar una imagen internacional a la marca. Las frutas y vegetales frescos deben cumplir con la legislación para la LRM's, el cual define el límite máximo de residuos de pesticidas en ciertos productos, bajo el Reglamento 90/642/EEC

- Norma ISO 14001. Esta certificación demuestra que una empresa utiliza un sistema de producción dirigida a cuidar y preservar el medio ambiente.
- El Comercio Justo (Fairtrade). Con el sello del producto, el consumidor asimila que al comprar dicho producto reduce la pobreza, debido a que productores y comerciantes cumplieron con buenos criterios de negociación justa, sin desigualdades.
- GLOBAL GAP. Promueve las buenas prácticas agrícolas y distribuye productos seguros y sanos.
- Proceso de Certificación COI.

3.6 Evaluación de los procesos de exportación de banano orgánico de empresas exportadoras dominicanas

Como se explicó en capítulos anteriores, el proceso de exportación en la República Dominicana está reglamentado por leyes y decretos conformados por los diversos organismos gubernamentales e instituciones que forman parte activa del mismo.

El proceso inicia con el registro del nombre comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI), para luego registrarse en la Cámara de Comercio y Producción, permite que el negocio obtenga las facilidades y beneficios que se obtienen al estar formalizado. Después se procede a hacer un registro nacional como contribuyente. Una vez registrado en el estado como comercio, se debe registrar como exportador.

Después de cumplir con lo anterior, se realiza una factura comercial, ya que en el país importador todo embarque debe acompañarse con una factura original que incluya el nombre de la aduana de salida y puerto de entrada, el nombre y la dirección del vendedor o embarcador, el nombre y dirección del comprador o del consignatario, la descripción detallada de la mercancía, precios, cantidades, tipo de divisa, condiciones de venta, el lugar y la fecha

de expedición. Además, debe tener la Declaración Única Aduanera de Exportación (DUA).

El certificado de origen es el próximo paso, este documento permite que el comprador se beneficie de las preferencias arancelarias determinadas por los países otorgados a los productos. En el caso del banano, el organismo que lo expide es el Ministerio de Agricultura.

Dependiendo de la naturaleza del producto a exportar, es obligatorio el registro de empresas de producción frente a el Ministerio de Agricultura. Específicamente en el PROFEX (Programa de Vegetales Orientales, Frutas Frescas y Productos Afines de Exportación) y el Departamento de Inocuidad Agroalimentaria (DIA). Una vez registrado y obtenido la aprobación por el ministerio, se realizan los documentos de embarque, expedido por la Compañía de Transporte Internacional, que emiten un documento de Embarque, para especificar el tipo de transporte y termino de compra utilizado. Visualizar esquema No. 6 elaborado por ProDominicana (2021), el cual comprende el proceso exportador paso por paso de R.D.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La presente investigación se llevó a cabo para evaluar los procesos de exportación del banano orgánico hacia Alemania y el mundo, por medio de la descripción del fruto, la producción, las variedades existentes y demás características internas y externas de este.

Además de detallar todos los aspectos correspondientes a la exportación del mismo, desde la documentación hasta los requisitos requeridos para ser exportador de este fruto. Quedó demostrado que el proceso de exportación del banano orgánico ha sufrido pequeños cambios con el pasar de los años, debido a las modificaciones de algunas normas, impacto climático y demás cambios.

Entre los objetivos específicos era identificar las técnicas para la producción y exportación del banano orgánico dominicano y analizar la situación actual de los procesos de exportación de banano orgánico en el país, dichos objetivos fueron alcanzados, puesto a que se estudiaron las técnicas para la producción, las cuales consisten en cultivar el banano con técnicas lo más biológicas posible, sin hacer uso de productos químicos nocivos para salud, por eso es llamado orgánico, porque se cultiva con total intervención humana y de manera natural. De acuerdo a lo anterior, la situación actual de los procesos de exportación de este fruto en particular concluyó en un aumento de las exportaciones entre los años 2011 – 2018, convirtiendo al país en uno de los mayores exportadores de la región del Caribe.

Acorde a lo mostrado en este estudio y aun la República Dominicana siendo un competidor pequeño comparado con los grandes países exportadores de banano como Ecuador o Filipinas , la producción de banano en República Dominicana garantiza la cobertura de muchas naciones que demanda este fruto, sobre todo del orgánico el cual es la insignia de nuestro país en el mercado bananero a nivel

mundial, siendo la variante Cavendish la más comercializada en el país y ofrecida al mundo con la mayor calidad avalada por las instituciones pertinentes como el GLOBAL G.A.P. y contenida en la ISO 14001:2015.

Dificultades de carácter edafológicos en el proceso de la producción como lo serian un cambio de clima no favorable (Huracanes, tormentas) se podrían considerar un riesgo para la producción del país, tal como sucedió en años anteriores donde afectaron la mayor parte de las plantaciones y, por lo tanto, las exportaciones decayeron apresuradamente. Algunos expertos están trabajando en la resolución de este tipo de conflictos mediante técnicas de rebrote para posterior regeneración de las plantaciones en el futuro.

Las instituciones que apoyan y benefician la producción de banano en el país busca, mediante objetivos planteados realizar comercio justo con este ítem de la agricultura. Beneficiar a los pequeños productores impulsa notablemente la producción, en especial la del banano orgánico que necesita de más capital humano y más capital efectivo debido a la sustitución de químicos dañinos por abono orgánico, que hacen que los costes se eleven, pero los beneficios de su exportación compensan el capital invertido. Se prevé que, en años futuros, la producción de banano tradicional sea reemplazado en un 70% por la producción de banano orgánico, que adquiere más beneficios, tanto monetarios como en nociones de salud al consumidor.

Recomendaciones

Después de ubicar las conclusiones en la que evaluamos cada punto del proceso de exportación del banano dominicano hacia Alemania, traemos a la mesa algunas recomendaciones o sugerencias en la que nos disponemos a seguir mejorando dicho proceso para la posteridad:

- Tomar provecho de que Republica Dominicana es el líder en la exportación del banano orgánico a nivel mundial y seguir expandiendo los cultivos, para poder suplir la gran demanda que presenta este fruto.
- Mayor inversión de capital representa mayor capital humano, y esto resulta en mayores producciones de banano orgánico. La agricultura en nuestro país representa un porcentaje mayor a cualquier sector económico del país, por lo que la inversión en este sector es ampliamente necesaria para el crecimiento de la misma.
- Elaborar planes de acción inmediata según se requiera. Los riesgos de enfermedades y los factores edafológicos (clima y conexiones con el suelo) son la principal amenaza a la exportación, por lo que tener diferentes planes de acción a tomar podría hacer la diferencia.
- Impulsar el desarrollo de tecnologías como la cadena de frio para las exportaciones de banano con el objetivo de que duren preservados por más tiempo y se puedan explorar formas de exportación más variadas y eficientes.
- Innovar en la presentación del banano, con el objeto de que el producto pueda ser más asequible para el consumidor.
- Formar relaciones más formales con los mercados de la UE sin interferir en las decisiones que puedan tomar como bloque económico, suplir demanda mediante un intercambio comercial eficiente.
- Siendo que la UE es el socio comercial más fuerte de Republica Dominicana en el mercado bananero, coincidimos en que priorizar las exportaciones de banano orgánico a este bloque supondría un alza considerable al volumen de exportación que maneja el país.

ANEXOS

Tabla No. 1

Valores nutricionales

COMPOSICION DE LA PULPA (APROX 100 gr)	
COMP. NUTRICIONALES	**CONTENIDO**
CALORIAS	80-100
PROTEINAS	1.1 gr
TRIPTOFANO	13 unid.
TREONINA	13 unid.
ISOLEUSINA	38 unid.
LEUSINA	32 unid.
FENILALAMINA	53 unid.
TIROSINA	46 unid.
VALINA	44 unid.
METIONINA	29 unid.
GRASAS	45 unid.
CARBOHIDRATOS	0.2 gr.
FIBRAS NATURALES	22 gr.
AGUA	75%

Fuente: elaborado con datos proporcionados por el Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (El Salvador 2018)

Tabla No. 2

Valores nutricionales (micronutrientes)

CONTENIDO DE MINERALES	
COMP. NUTRICIONALES	**CONTENIDO**
POTASIO	370 ml
CALCIO	8 ml
FOSFORO	33 ml
MAGNESIO	1 ml
SODIO	0.7 ml
COBRE	0.11 ml
MANGANESO	0.13 ml
ZINC	0.15 ml
SELENIO	0.95 ml
CROMO	0.015 ml
CONTENIDO DE VITAMINAS	
COMP. NUTRICIONALES	**CONTENIDO**
VITAMINA A	190 unid.
VITAMINA C	10 ml
VITAMINA E	0.45 ml
VITAMINA K	2 ml
VITAMINA B6	0.6 ml
TIANINA	0.05 ml
RIBOFLABINA	0.06 ml
NIACINA	0.7 ml
FOLACINA	28 ml
AC. PANTOTENICO	0.25 ml
BIOTINA	4.4 ml

Fuente: Elaborado con datos proporcionados por el Centro Nacional de Tecnología Agropecuaria y Forestal (El Salvador 2018)

Tabla No. 3

Morfología y taxonomía

Familia	Musáceas.
Especie	*Musa* x *paradisiaca* L.
Planta	Herbácea gigante, con rizoma corto y tallo aparente, terminado en una corona de hojas.
Hojas	he originan en el punto central de crecimiento o meristemo terminal, situado en la parte superior del rizoma.
Flores	Flores amarillentas, irregulares y con seis estambres, de los cuales uno es estéril. Cada grupo de flores reunidas en cada bráctea forma una reunión de frutos llamada “mano”,

Fuente: elaboración propia con datos de Infoagro

Tabla No. 4 Producción mundial y participación dominicana en el mercado mundial 2006-2011

PAIS	PROMEDIO	PARTICIPACION
INDIA	21,120,066.67	25.05%
CHINA	7,426,565.56	8.81%
FILIPINAS	7,072,674.44	8.39%
BRASIL	6,812,194.44	8.08%
ECUADOR	6,523,872.22	7.74%
REPÚBLICA DOMINICANA	535,985.22	0.64%
OTROS	34,833,228.89	41.31%
MUNDO	84,324,587.44	100%

Fuente: Cámara de Comercio Dominico Francesa

Tabla No. 5 Distribución por finca donde se cultiva banano orgánico

	AZUA		DAJABÓN		MONTE CRISTI		PUERTO PLATA		SANTIAGO		VALVERDE		
OPINIÓN	**FREC**	**%**	**FREC**	**%**	**FREC**	**%**	**FREC**	**%**	**FREC**	**%**	**FREC**	**%**	**TOTAL FREC**
BANANO PRODUCCIÓN	13,729	72.9	1,870	46.8	132,363	79.6	318	46.3	14,898	63.3	90,270	84	253,448
BANANO FOMENTO	340	1.8	2,130	53.2	7,572	4.6	0	0	758	3.2	3,092	2.9	13,892
BANANO REHABILITA-CIÓN	87	0.5	0	0	1,514	0.9	1	0.1	58	0.2	1,125	1	2,785
OTROS CULTIVOS	1,324	7	0	0	3,400	2	0	0	1,124	4.8	2,093	1.9	7,941
INFRAESTRUCTURA	222	1.2	0	0	1,943	1.2	6	0.9	220	0.9	1,309	1.2	3,700
ÁREAS SIN CULTIVOS	2,957	15.7	0	0	14,553	8.8	359	52.3	1,182	5	7,147	6.7	26,198
SETO ROMPEVIENTOS	23	0.1	0	0	712	0.4	0	0	0	0	179	0.2	914
ÁREA BOSCOSA	150	0.8	0	0	4,146	2.5	3	0.4	5,301	22.5	2,257	2.1	11,857
Total	**18,832**	**100**	**4,000**	**100**	**166,203**	**100**	**687**	**100**	**23,541**	**100**	**107,472**	**100**	**320,735**

Fuente: Datos del Censo realizado por BAM (2014)

Tabla No. 6 Principales mercados importadores de Banano orgánico (2019)

Mercados	Volumen importado por toneladas	TCP
Unión Europea	5,9 millones	31%
Estados Unidos	4 millones	22%
China	2,2 millones	12%

Fuente: elaboración propia con datos de la FAO

Tabla No. 7 Principales países exportadores (2019)

Mercados	Volumen exportado mundial (millones toneladas)	TCP
Ecuador	6,7	+4'%
Guatemala	2,5	+6%
Colombia	1,8	+3%
Costa Rica	1,2	↓33%
Panamá	570	+30%
República Dominicana	114	↓11%

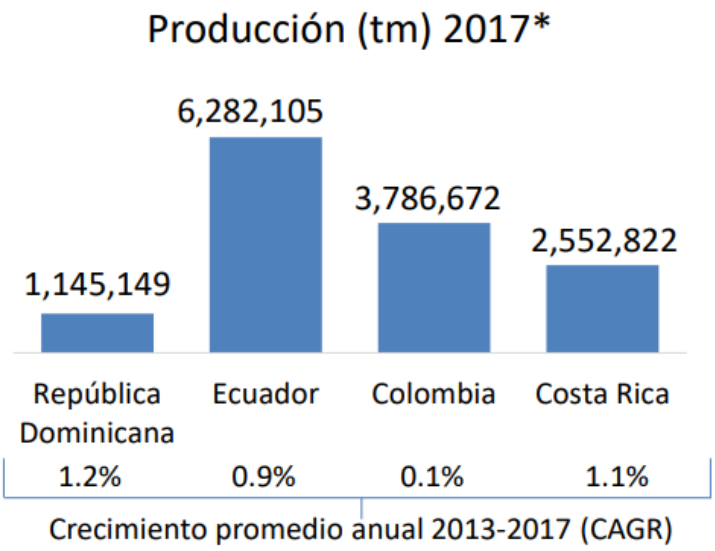
Fuente: elaboración propia con datos de la FAO

Tabla No. 8 Costos promedio de producción estimado

*Musáceas	2010	2011	2012	2013	2014	2016
Plátano (Fomento)	6,331.10	7,463.81	8,097.65	7,727.88	8,114.42	11,054.87
Plátano (Mantenimiento)	2,961.88	3,404.22	3,836.11	3,733.48	3,939.59	8,933.96
Guineo (Fomento)	6,620.48	7,077.62	7,784.48	7,257.24	7,610.03	19,517.78
Guineo (Mantenimiento)	3,877.43	4,182.09	4,679.33	4,595.04	4,928.87	12,116.16

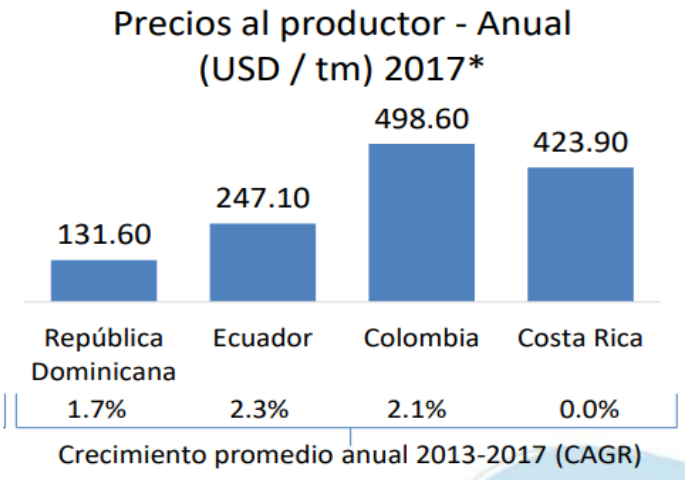
Fuente: Ministerio de agricultura

Gráfico No. 1 Crecimiento promedio anual de la producción de banano orgánico de los principales países productores



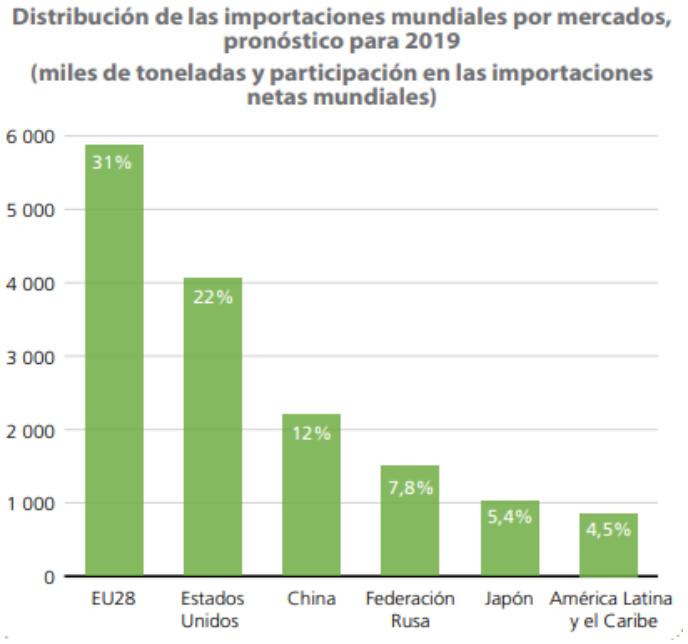
Fuente: FAO (2018)

Gráfico No. 2 Precios al productor



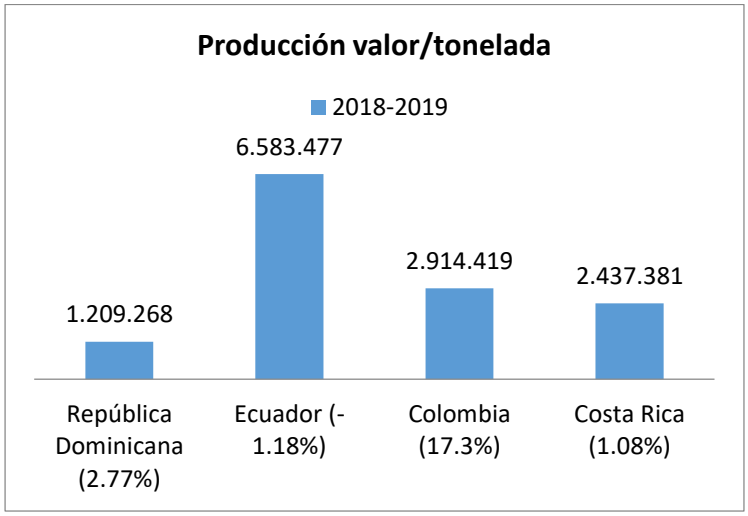
Fuente: FAO (2018)

Gráfico No. 3 Distribución de las importaciones mundiales por mercado



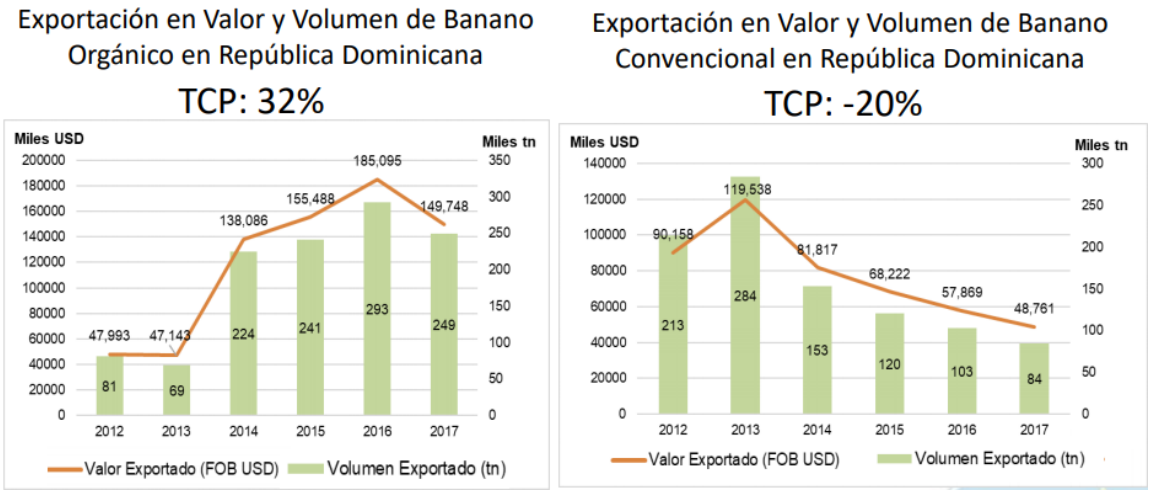
Fuente: Resultados preliminares del mercado del Banano (2019) por la FAO

Gráfico No. 4 Crecimiento en la producción de banano



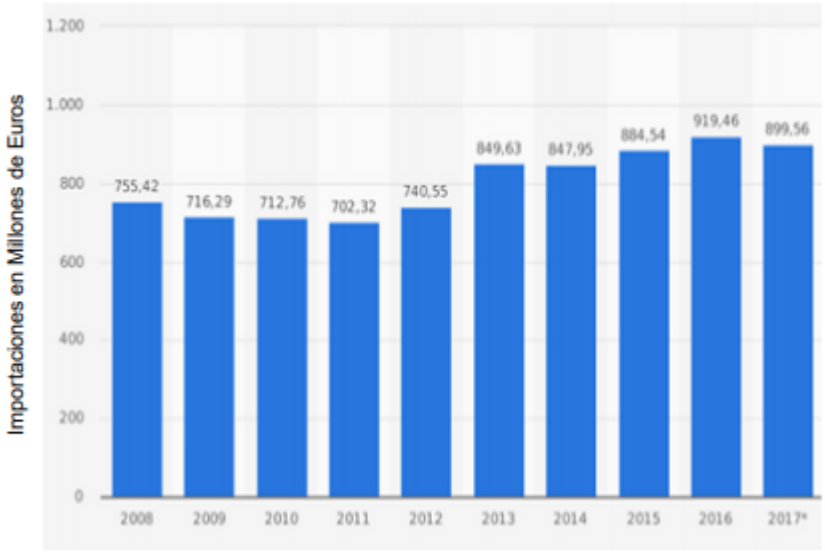
Fuente: elaboración propia con datos de la FAO (2019)

Gráfico No. 5 Exportaciones de banano orgánico vs convencional



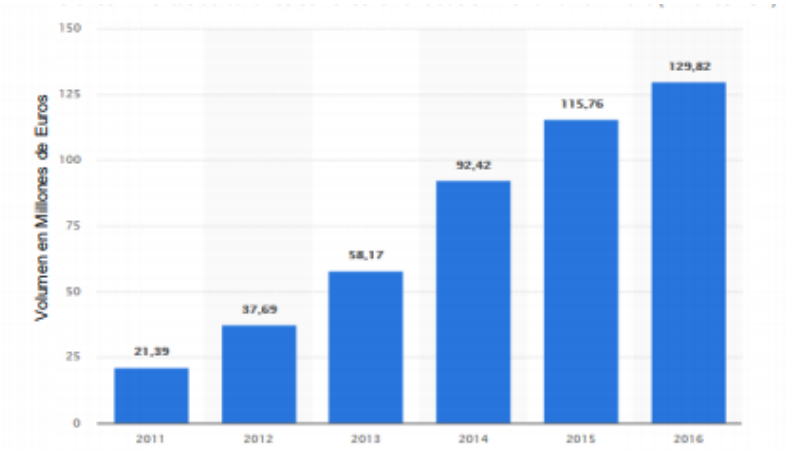
Fuente: FAO (2019)

Gráfico No. 6 Valor de importaciones de banano en Alemania 2008-2017



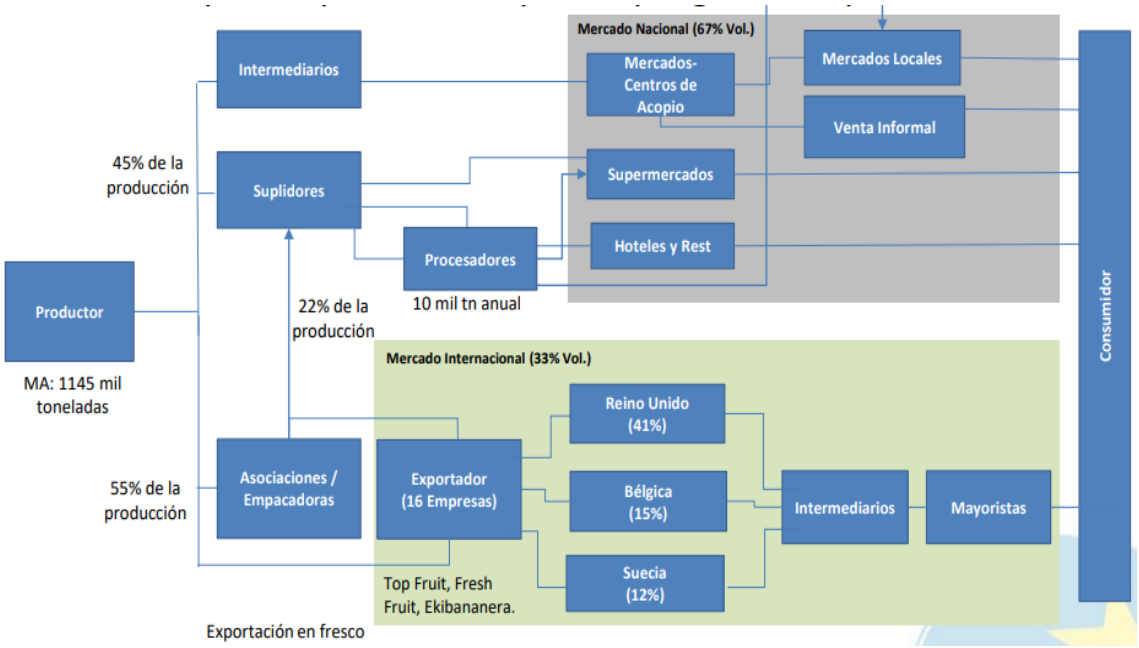
Fuente: Oficina Federal de Estadística Alemana (2017)

Gráfico No. 7 Demanda de bananos de comercio justo 2011 - 2016



Fuente: Oficina Federal de Estadísticas Alemana (2017)

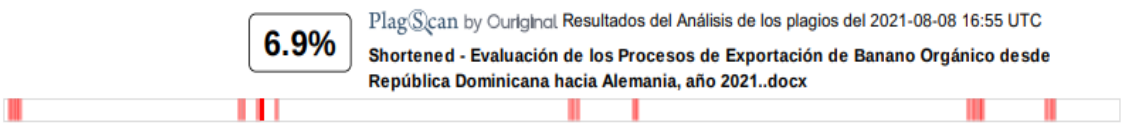
Esquema No.1 Cadena de Valor del Banano orgánico en R.D.



Fuente: Cluster Consulting (2019)

Esquema No. 2 Proceso exportador de la República Dominicana

Fuente: ProDominicana (2021)



Fecha: 2021-08-08 16:54 UTC

✱ Todas las fuentes 6 | Fuentes de internet 6

☑ [0] www.fao.org/fileadmin/user_upload/AGRO_Noticias/docs/PRODUCTOS_ORGANICOS_RepDominicana.pdf
3.2% 5 resultados

☑ [1] bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/TESIS_CI_NEG_10_2020_ET210011.pdf
2.0% 6 resultados

☑ [2] bibliotecaunapec.blob.core.windows.net/tesis/CM_CI_NEG_16_2020_ET210061.pdf
1.1% 2 resultados

☑ [3] www.diariolibre.com/economia/autoridades-pasan-balance-a-la-aplicacion-de-los-tratados-comerciales-de-republica-dominicana-JC1650011
1.2% 3 resultados

☑ [4] repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/625733/ArenasM_E.pdf?sequence=4&isAllowed=y
0.8% 3 resultados

☑ [5] core.ac.uk/display/269013480
0.3% 1 resultados

20 páginas, 2000 palabras

⚠ Se detectó un color de texto muy claro que podría ocultar caracteres utilizados para combinar palabras.

Nivel del plagio: 6.9% seleccionado / 6.9% en total

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(FAO), O. d. (2019). *Banana Stastical Compendium: Ecuador*. Obtenido de Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y Agricultura (FAO).

14001:2015, N. d. (2015). *Introduccion a la ISO 14001:2015.* Obtenido de Normas de Organizacion Internacional de Normalizacion ISO: https://www.iso.org/files/live/sites/isoorg/files/store/en/PUB100371.pdf

A. Sanchez, T. V. (2020). *Sector Bananero de Ecuador 2019.* : Universidad Tecnica de Ambato. Obtenido de Universidad.

ADOEXPO. (2021). *Asociacion Dominicana de Exportadores INC. .* Obtenido de Marco Legal del exportador : https://adoexpo.org/es/servicios/boletin-infamativo-newsletter/marco-legal-de-las-exportacion.html

Aguilar, L., Blancas, E., & Ing. Valdivieso, P. (04 de junio de 2013). *Dspace.* Recuperado el 07 de junio de 2021, de Google Académico: https://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/24450

Albilla, M. (24 de febrero de 2019). El veganismo no es una dieta, es una ideología. *Diario de Ávila*, pág. Seccion Salud. Recuperado el 24 de julio de 2021, de https://www.diariodeavila.es/noticia/Z1DE54ED3-98A9-699B-F0ACD8C0603D2B37/201902/el-veganismo-no-es-una-dieta-es-una-ideologia

Alcantara, G. (09 de julio de 2020). El dinero. (R. e. dinero, Ed.) *EL dinero*, pág. 24. Recuperado el 10 de junio de 2021, de https://eldinero.com.do/111884/bruselas-pide-colaboracion-a-las-regiones-para-que-la-politica-social-sea-la-brujula-de-la-recuperacion/

Alimentaria, E. d. (6 de octubre de 2019). Aumenta el consumo de alimentos orgánicos en los últimos diez años. (E. d. Alimentaria, Ed.) *Revista Alimentaria*, 3-5. Recuperado el 23 de julio de 2021, de https://revistaalimentaria.es/opinion/servicios/aumenta-el-consumo-de-alimentos-organicos-en-los-ultimos-diez-anos

Arias, A. S. (28 de octubre de 2015). *economipedia*. (J. F. López, Editor, A. S. Arias, P. Rodó, P. O. Nirian, Productores, & Economipedia) Recuperado el 04 de marzo de 2021, de economipedia: https://economipedia.com/definiciones/arancel.html

Baca. (2010). *ucipfg*. Obtenido de ucipfg: https://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf

Banamiel, G. (2005). *Quienes Somos*. Obtenido de Grupo Bananmiel S.A.S: http://banamiel.com.do/quienes-somos/

Bananero, F. M. (2017). Producción de banano orgánico en la República Dominicana. *Colección de Buenas Prácticas*, 1. Recuperado el 07 de junio de 2021, de Fao :

http://www.fao.org/world-banana-forum/projects/good-practices/organic-production-dominican-republic/es/

BANELINO. (2000). *Banelino*. Obtenido de http://banelino.com.do/quienes-somos/

Barber, L. (26 de agosto de 2003). Futile Fortress. *Financial Times*, pág. 16. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1Vv7GXWzn_c9GQdlEjD4shAuP2M5o8fvP

Carbaugh, R. J. (2009). *Economía Internacional* (12th ed.). (J. R. Martínez, T. E. García, Edits., P. M. Sacristán, & M. E. Treviño Rosales, Trads.) Central Washington, USA: South-Western/Cengage. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de http://webdelprofesor.ula.ve/economia/oscared/materias/E_E_Mundial/Economia_Internacional_Robert_Carbaugh_12th_ed.pdf

Chavez, R. (2013). *Calameo.* Recuperado el 02 de agosto de 2021, de Calameo: https://es.calameo.com/books/0033676231eb29c043b26#:~:text=Auditor%C3%ADa%20de%20exportaciones.-,La%20auditor%C3%ADa%20de%20exportaci%C3%B3n%20es%20un%20instrumento%20anal%C3%ADtico%20que%20ayudar%C3%A1,que%20puede%20tener%20su%20empresa.

CIPD. (2021). *Conferencia Internacional Sobre la Población y el Desarrollo (CIPD)*. Recuperado el 02 de julio de 2021, de CIPD: https://www.cipd.co.uk/

Coca, G. H. (julio de 2017). *Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo.* Recuperado el 12 de junio de 2021, de UAEH: https://www.uaeh.edu.mx/docencia/P_Presentaciones/b_huejutla/2017/Metodo_Analitico.pdf

Cocina, L., & Larousse Gastronomique, C. (2014). *El pequeño Larousse Gastronomique en español.* Francia: Larousse Gastronomique.

Comite del Codex Alimentarius, C. (1963). *Codex Alimentarius: Normas Internacionales de los Alimentos.* Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y la Agricultura FAO.

Comite del Codex Alimentarius, C. (2003). *Agricultura Orgánica: una herramienta para el desarrollo rural.* Turrialba, Costa Rica: Varios.

Consulting, C. (2019). *Análisis de Cadenas de Valor de productos Agrícolas en República Dominicana.* República Dominicana: Cluster Consulting. Recuperado el 02 de agosto de 2021, de http://cnc.gob.do/transparencia/phocadownload/311/Recomendaciones-y-Estrategias.pdf

Contreras, Fernando Hernández; Covarrubias, Cornelio Zamudio; Herrera Garza, Francisco Alejandro; Rodríguez Herrera, José Gerardo ; Díaz Roldan, José Luis Luis; Suarez, Sara

Mendoza. (2014). Introducción a los Negocios Internacionales. En F. H. Contreras, & J. A. Izaguirre (Ed.), *Introducción a los Negocios Internacionales* (pág. 57). Tamaulipas, México: Universidad Autónoma de Tamaulipas FCA y CS. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de http://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1394/index/.htm

COPE, G. (19 de febrero de 2020). El arancel para la banana sudamericana no bajará de los 75 euros por tonelada. (G. COPE, Ed.) *COPE*. Obtenido de https://www.cope.es/emisoras/canarias/las-palmas/gran-canaria/noticias/arancel-para-banana-sudamericana-bajara-los-euros-por-tonelada-20200219_625555

Corvo, H. S. (31 de enero de 2020). Comercio internacional: historia, características, objetivo, importancia. *lifeder*, . Recuperado el 04 de Marzo de 2021, de https://www.lifeder.com/caracteristicas-del-comercio-internaciona/#Caracteristicas_del_comercio_internacional

Daniels, John D.; Radebauh, Lee H. ; Sullivan, Daniel P. (2010). *Negocios Internacionales. Ambientes y operaciones* (Décimosegunda ed.). (P. M. Rosas, C. C. Martínez Amigón, Edits., & M. D. Villareal, Trad.) Naucalpan De Juarez, Estado de México, México: Pearson.

Diego Andrade Naranjo, Johana Torres Santamaría. (2018). Método Analítico. En E. D. Mejía, & D. A. Aguirre (Ed.), *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica* (1 ed., Vol. 1, pág. Octubre). Ecuador: ESPE. Recuperado el 10 de junio de 2021, de http://repositorio.espe.edu.ec/jspui/bitstream/21000/15424/1/Introduccion%20a%20la%20Metodologia%20de%20la%20investigacion%20cientifica.pdf

Dominico-Francesa, C. d. (2012). *Camara de Comercio Dominico-Francesa.* Obtenido de Camara de Comercio Dominico-Francesa: http://otca.gob.do/wp-content/uploads/2010/08/PERFIL-EXPORTACION-BANANO-HACIA-FRANCIA.pdf

EKOBAN, B. E. (2000). *Historia de Ekoban*. Obtenido de EKOBAN: https://www.ekoban.com.do/ekoban/index.php/historia

Euopea, C. (2018). *Unión Europea Oficial*. Recuperado el 24 de julio de 2021, de Unión Europea Oficial: https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/germany_es

Europea, D. O. (26 de Octubre de 2013). VERSIÓN CONSOLIDADA DEL TRATADO DE FUNCIONAMIENTO DE LA UNIÓN EUROPEA. *Europea, Diario Oficial de la Unión*, 70-77.

Europea, U. (2017). *europa.eu*. Recuperado el 09 de junio de 2021, de https://europa.eu/european-union/about-eu/countries/member-countries/germany_es

Exportador, D. d. (2017). Tendencias de Consumo en la Unión Europea. *Diario del Exportador*, 2-5. Recuperado el 17 de julio de 2021, de https://www.diariodelexportador.com/2014/12/tendencias-de-consumo-en-la-union_2.html

Factbook, T. W. (2010). *cia.gov*. Recuperado el 09 de junio de 2021, de https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/rankorder/2001rank.html

FAO. (2017). *Situación del mercado del banano.* Roma, Italia: Organización de las Naciones Unidas Para la Alimentación y la Agricultura (FAO). Recuperado el 17 de julio de 2021, de http://www.fao.org/3/i7410s/i7410s.pdf

FAO. (2018). *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO).* (E. d. Internacionales, Ed.) Recuperado el 23 de julio de 2021, de FAO: http://www.fao.org/fileadmin/templates/est/COMM_MARKETS_MONITORING/Bananas/Documents/Spanish_December_2017_update.pdf

FAO, E. D. (2012). *Los Mercados del Banano Orgánico y de Comercio Justo de la República Dominicana: Evolución Reciente y Perspectivas.* ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS PARA LA ALIMENTACIÓN Y LA AGRICULTURA, DIVISIÓN DE COMERCIO Y MERCADOS. Italia: FAO. Recuperado el 15 de JULIO de 2021, de http://190.167.99.25/digital/mercados_banano.pdf

FAO, F. p. (2012). *LOS MERCADOS DEL BANANO ORGÁNICO Y DE COMERCIO JUSTO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA: EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS.* Roma: FAO. Recuperado el 21 de junio de 2021, de http://190.167.99.25/digital/mercados_banano.pdf

FMI. (2018). *International Monetary Fund*. Recuperado el 09 de junio de 2021, de Fondo Monetario Internacional: https://www.imf.org/en/Publications/SPROLLs/world-economic-outlook-databases

Forestales, I. D. (2021). *Instituto Dominicano de Investigaciones Agropecuarias y Forestales*. Recuperado el 15 de julio de 2021, de IDIAF: http://idiaf.gob.do/index.php/sobre-nosotros/historia

Foro Mundial Bananero, F. (2017). *Produccion de Banano Organico en la Republica Dominicana.* Obtenido de Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y Agricultura (FAO): http://www.fao.org/3/i6838s/i6838s.pdf

G.A.P., G. (1997). *Quienes Somos*. Obtenido de GLOBAL G.A.P.: https://www.globalgap.org/es/who-we-are/about-us/

G.A.P., G. (2018). *Bioseguridad R4T*. Obtenido de GLOBAL G.A.P.: https://www.globalgap.org/es/for-producers/globalg.a.p.-add-on/tr4-biosecurity/

Galán, J. S. (12 de junio de 2015). *economipedia*. Obtenido de economipedia: https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html

García-Sordo, J. B. (2007). *Marketing Internacional* (Segunda ed.). (M.-H. I. Editores, Ed.) México, D.F.: McGraw-Hill. Recuperado el 05 de marzo de 2021

Garita, R. (29 de Noviembre de 2006). Teoría económica del comercio internacional. *Teoría económica del comercio internacional*. Costa Rica. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de https://www.gestiopolis.com/teoria-economica-del-comercio-internacional/

Gómez, C. (07 de mayo-agosto de 2016). El arancel. *Amicus Curiae. Revista Electrónica de la Facultad de Derecho, Vol. 1*. (A. Curiae, Ed.) D.F. México, México. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de http://www.revistas.unam.mx/index.php/amicus/issue/view/4431

Hill, C. W. (2011). Negocios Internacionales. En C. W. Hill, J. M. Chacón, & M. T. Zapata Terrazas (Edits.), *Negocios Internacionales. Competencia en el mercado global* (M. d. León, Trad., 8va edición ed., pág. 192). New York, N.Y., USA, N.Y., USA: The McGraw-Hill Companies. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Negocios_internacionales_Charles_Hill_8va_ed.pdf

IAD, I. A. (1962). *Sobre Nosotros*. Obtenido de Gobierno de la Republica Dominicana: Instituto Agrario Dominicano: https://iad.gob.do/sobre-nosotros/historia/

Industria, C. M. (2018). *Industria, Comercio, Mipymes.* Obtenido de Dirección de Administración de Acuerdos y Tratados Comerciales Internacionales (DICOEX): https://www.micm.gob.do/direcciones/comercio-exterior

InfoAgro. (2019). Cultivo de Platano. *Info Agro*.

Internacional, F. M. (2018). *International Monetary Fund*. Recuperado el 10 de julio de 2021, de IMF: https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.PP.CD

ISO, O. I. (1947). *Organizacion Internacional de Normalizacion ISO*. Obtenido de About Us: https://www.iso.org/about-us.html

JAD, J. A.-e. (2016). *Sobre la JAD*. Obtenido de Junta Agro-empresarial Dominicana JAD: https://www.jad.org.do/es/sobre-la-jad

Jervis, T. M. (10 de abril de 2020). *Lifeder*. (T. M. Jervis, Editor) Recuperado el 12 de junio de 2021, de Lifeder: https://www.lifeder.com/metodo-sintetico/

Jobber, D., & Lancaster, G. (2012). Administración de ventas. En D. Jobber, G. Lancaster, & G. D. Chávez (Ed.), *Administración de ventas* (M. A. Osuna, Trad., Octava Edición ed.). México, México: Pearson. Recuperado el 2021 de Marzo de 27, de Google drive Laura Encarnación

John D. Daniels, L. H. (2014). Negocios internacionales. En L. H. John D. Daniels, *Negocios internacionales.* Prentice Hall.

Kirchner, A. E., & Castro, E. M. (2010). *Comercio y Marketing Internacional* (Cuarta edición ed.). (J. R. Martínez, & A. V. Orozco, Edits.) Santa Fe, Cruz Manca, México: Cengage Learning Editores, S. A. de C. V. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de

file:///C:/Users/Usuario/Downloads/[PD]%20Libros%20-%20Comercio%20y%20Marketing%20internacional%20(1).pdf

Kirchner, L. (2010). Desarrollo de nuevos productos: una visión integral. En A. E. Lerma Kirchner, *Desarrollo de nuevos productos: una visión integral* (pág. 266). Cengage Learning Editores. Obtenido de https://www.gestiopolis.com/que-es-un-plan-de-exportacion/#:~:text=El%20plan%20de%20exportaci%C3%B3n%20es%20la%20gu%C3%ADa%20que,a%20fin%20de%20lograr%20el%20%C3%A9xito.%20(Lerma,%20p.266)

Kocken, M. (2012). *Uniendo fuerzas desde el Comercio Justo.* Asociacion Europea de Comercio Justo (EFTA).

Leonel Santos, S. S. (2016). *Normas Internacionales de CALIDAD.* Mexico: Selvin Leonel Sanchez Santos.

Macro, D. (2021). *Costa Rica*. Obtenido de Datos Macro: https://datosmacro.expansion.com/paises/costa-rica

Macro, D. (marzo de 2021). *datosmacro.exp*. Recuperado el 09 de junio de 2021, de datosmacro: https://datosmacro.expansion.com/paises/alemania

Macro, D. (2021). *Republica de Ecuador*. Obtenido de Datos Macro: https://datosmacro.expansion.com/paises/ecuador

Meyer, D. B. (1996). Estrategia de la investigación descriptiva. En D. B. Meyer, *Manual de técnica de la Investigación educacional* (pág. 17). Buenos Aires, Argentina: Paidós Educador. Recuperado el 10 de junio de 2021

Mintel. (2019). *Los nuevos lanzamientos mundiales de productos de alimentos y bebidas con reclamos orgánicos.* Mintel, Base de Datos Global de Nuevos Productos (GNPD). Madrid: Mintel. Recuperado el 23 de julio de 2021, de https://es.mintel.com/gnpd-base-de-datos-global-de-nuevos-productos

Molina, T. (31 de enero de 2020). Exportación de banano orgánico amenazada con nuevas normativas de la Unión Europea. (D. Libre, Ed.) *Diario Libre*, pág. periódico digital. Recuperado el 20 de julio de 2021, de https://www.diariolibre.com/economia/exportacion-de-banano-organico-amenazada-con-nuevas-normativas-de-la-union-europea-JI16788122

Mundial, B. (2019). *Worldwide Bank Group*. Obtenido de Banco Mundial: https://datos.bancomundial.org/pais/alemania?view=chart

Mundial, B. (29 de octubre de 2020). *bancomundial.* Washington DC.: World Bank. Recuperado el 09 de junio de 2021, de https://www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview

Obregón, J. R. (2011). El método estadístico. En J. R. Obregón, & UNAM (Ed.), *La presentación estadística como tercera etapa del método estadístico: cuadros y gráficos* (pág. 17). México: UNAM. Recuperado el 12 de junio de 2021, de https://metodologia-para-el-mejoramiento.webnode.es/_files/20000004-427dd49373f/metodo%20estadistico.pdf

Padin, J. M. (29 de octubre de 2019). Los aranceles aduaneros como herramienta de protección comercial. Límites y alternativas para repensar el caso argentino. (J. M. Padin, Ed.) *Ensayos de Economía*, 120. Recuperado el 04 de marzo de 2021, de http://www.scielo.org.co/pdf/enec/v29n54/2619-6573-enec-29-54-115.pdf

ProEcuador. (2017). *Mincetur.* Recuperado el 04 de agosto de 2021, de file:///C:/Users/Danie/Downloads/PROEC_PPM2018_BANANO_ALEMANIA%20(1).pdf

RAE, L. R. (2020). Platano, Banano. En L. R. RAE, *Diccionario de la Lengua Española (DLE)* (págs. -). Madrid: Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE).

RAE, L. R. (2020). Platano, Banano. En L. R. RAE, *Diccionario de la Lengua Española (DLE)* (págs. -). Madrid: Asociación de Academias de la Lengua Española (ASALE).

Reinaldo Soriano Soriano y Geralda Díaz. (10 de diciembre de 2019). La producción de bananos asociados con leguminosas y plantas forrajeras en la República Dominicana. *Ciencia, Ambiente y Clima, 2*, 59-65. doi:10.22206/CAC.2019.V2I2.PP59-65

Reinaldo Soriano Soriano, G. D. (2019). La producción de bananos asociados con leguminosas y plantas forrajeras en la República Dominicana. *Ciencia, Ambiente y Clima*, 59-65.

Sampieri, Roberto Hernández, Carlos Fernñandez Collado, Maria del Pilar Baptista Lucio. (2010). Tipos de investigación: Bibliográfica. En R. H. Sampieri, & J. M. Chacón (Ed.), *Metodología de la investigación.* México. Recuperado el 10 de junio de 2021, de https://drive.google.com/file/d/1OzAyRwb_hGWHFOuhs6iWpFv8bstIXLfs/view

Service, A. M. (2015). *Agricultural Market Information Service*. (AMIS, Editor) Recuperado el 02 de agosto de 2021, de AMIS: https://app.amis-outlook.org/#/market-database/supply-and-demand-overview

SIBA. (2015). *SIBA*. (SIBA, Productor, & ADOBANANO, programa Medidas de Acompañamiento del Banano BAM) Recuperado el 22 de julio de 2021, de Sistema de Información del Banano en República Dominicana: https://siba.org.do/proyecto-bam/

Spencer, C. (1993). The history of vegetarianism. En C. Spencer, & F. Estate (Ed.), *The heretic's feast : a history of vegetarianism* (L. Encarnación, Trad., 1era ed., págs. 33-33). Londres, Londres, Inglaterra: Fourth Estate. Recuperado el 23 de julio de 2021, de https://archive.org/details/hereticsfeasthis0000spen/page/380/mode/2up

Tamayo, M. T. (2007). El proceso de la investigacion cientifica; incluye el glosario y manual de evaluacion de proyectos. En M. T. Tamayo, *El proceso de la investigacion cientifica;*

incluye el glosario y manual de evaluacion de proyectos (4ta ed., pág. 27). Guadalajara; Limusa, México.

Trout Jack & Al Rie. (1998). *Academia.* (M. G. Hill, Ed.) Recuperado el 17 de julio de 2021, de Academia.edu: https://www.academia.edu/23737986/Al_Ries_Jack_Trout_Posicionamiento_Mc_Graw_Hill

unidas, N. (2020). *data.un*. Recuperado el 09 de junio de 2021, de http://data.un.org/en/iso/do.html

Vargas, J. C. (octubre de 2011). *Google Académico.* Obtenido de base.socioeco: https://base.socioeco.org/docs/borrador_final_plades_jcv.pdf

WTFO, W. F. (2004). *Comercio Justo*. Obtenido de Coordinadora Latinoamericana y del Caribe de Pequeños (as) Productores(as) y Trabajadores(as) de Comercio Justo (CLAC): http://clac-comerciojusto.org/