



UNAP E C
UNIVERSIDAD A P E C

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Escuela de Mercadeo

China como mercado para exportación de productos orgánicos

SUSTENTADO POR:

Daniela Rodríguez Santos 2013-1879

Franny E. Jerez Morales 2013-2231

Carolina Mata Mateo 2014-2801

Asesora:

Juana Patricia Céspedes Then

Auxiliar:

Marienna Hyar

**Monografía para optar por el título de Licenciatura en Negocios
Internacionales**

Distrito Nacional

Junio, 2017

**CHINA COMO MERCADO PARA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS
ORGÁNICOS**

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	i
RESUMEN	iii
AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS	iv

CAPÍTULO I: MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

1

1.1 Antecedentes	2
1.1.1 Historia.....	2
1.1.2 Los productos orgánicos en República Dominicana	3
1.1.3 Requerimientos de la industria	4
1.2 Análisis de competitividad	7
1.2.1 Debilidades y fortalezas	7
1.2.2 Debilidades	7
1.2.3. Fortalezas	9
1.3 El mercado dominicano (disponibilidad y costos de producción)	11
1.3.1 Disponibilidad del mercado.....	11
1.3.2 Costos.....	13

CAPÍTULO II: MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN CHINA

15

2.1 Antecedentes	16
2.1.1 Evolución del mercado de productos orgánicos en China	18
2.1.2 Análisis de consumo de productos alimenticios en el mercado chino ...	20
2.2 Estudio de mercado	21
2.2.1 Descripción del entorno económico	21
2.2.2 Perfil del consumidor	24

CAPÍTULO III: ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN.....	26
3.1 Antecedentes del comercio entre República Dominicana y China	27
3.2 Suministro de materias primas.....	29
3.2.1 Zonas Productoras y Rubros	33
3.3 Aranceles e impuestos.....	33
3.4 Documentos requeridos	34
3.5. China: canales de distribución de productos orgánicos	36
3.6 Embalaje y transporte	37
3.6.1 Embalaje.....	37
3.6.2 Transporte	38
3.7 Leyes y regulaciones	40
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE VIABILIDAD	42
4.1 Productos potencialmente exportables	43
4.2 Principales competidores	45
4.3 Oportunidades en el mercado chino	47
CONCLUSIÓN	xvii
RECOMENDACIONES	xix
ANEXOS	xx
BIBLIOGRAFÍA	xxviii

LISTADO DE TABLAS

Tabla 1	4
Tabla 2	14
Tabla 3	28
Tabla 4	32
Tabla 5	32
Tabla 6	33
Tabla 7	36

LISTADO DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	22
Ilustración 2	22
Ilustración 3	24
Ilustración 4	25
Ilustración 5	31
Ilustración 6	45

Para la posterioridad, esperamos que este trabajo sirva de guía e inspiración para muchos, tanto estudiantes como comerciantes y público en general que deseen conocer acerca de las ventajas competitivas de la República Dominicana en la producción de orgánicos con destino a China y los grandes beneficios de este mercado.

(Daniela, Franny & Carolina, 2017)

INTRODUCCIÓN

El aumento de la comercialización a nivel mundial, sumado a los esfuerzos de las diferentes potencias y países en desarrollo por crear relaciones comerciales satisfactorias que puedan abastecer necesidades en el mercado. En este caso específico, con un enfoque al crecimiento progresivo del mercado de los productos orgánicos y su demanda global.

Los hábitos de consumo han cambiado, al igual que la mente de los consumidores. En la actualidad, el consumidor cuenta con basta información para mantenerse actualizado y tener conciencia de los beneficios que pueden recibirse al llevar una vida más saludable. Dicho esto, debe considerarse que estos cambios pueden convertirse en grandes oportunidades para países en vías de desarrollo, como es el caso de la República Dominicana.

Desde hace décadas, se han notado grandes avances en la economía china que han permitido la creación de nuevos mercados y oportunidades de comercio. Luego del gran auge y crecimiento económico en china, su población paso de ser una economía precaria a clases medias y altas. Sin duda alguna, este pudo haber sido uno de los factores esenciales para un cambio en la mentalidad del consumidor.

Al conocer estos factores preliminares es obvio que existe una puerta abierta para la República Dominicana colocar su producción orgánica y que este intercambio comercial sirva de beneficio para ambas naciones.

En el presente trabajo, se analizó esta oportunidad y la manera en la cual los productores dominicanos pueden aprovecharse de ellas. Se busca a través de él, servir de guía para el desarrollo de las exportaciones de producción orgánicas y a su vez afianzar las relaciones comerciales con un país tan importante como China.

La monografía cuenta con cuatro capítulos que seguirán el siguiente esquema:

Capítulo I: Mercado de productos orgánicos de la República Dominicana

Se abarcarán las definiciones preliminares de la producción orgánica y la historia de la producción orgánica en la República Dominicana. Así mismo, se incluirán los productos orgánicos de origen dominicano, los requerimientos de este mercado y los factores que han impulsado de una forma u otra el desarrollo de este sector. Analizando a su vez la competitividad del sector y sus debilidades y fortalezas. También, como componentes de importancia se analizará la disponibilidad y el costo de los productos orgánicos en el país.

Capítulo II: Mercado de productos orgánicos en China

El capítulo contendrá información relevante del mercado de productos orgánicos en China, incluyendo de esta manera los antecedentes, la evolución de la producción orgánica China. A modo de entender el mercado, se tomarán en cuenta un análisis de consumo de productos alimenticios en China, el perfil del consumidor y los aspectos económicos de la economía china.

Capítulo III: Estrategia de comercialización

En esta división se encerrarán todos los aspectos relacionados a la comercialización de China y República Dominicana desde los antecedentes de esta relación bilateral hasta su estado actual de acuerdo aspectos comerciales. Se examinará la producción de la Republica Dominicana (rubros, zonas productoras, exportaciones por producto) y la demanda de los consumidores chinos. Además de que se establecerán cuáles son los requisitos para ingresar a ese mercado como productor de productos orgánicos.

Capítulo IV: Análisis de viabilidad

En este último apartado se evaluará la factibilidad de esta negociación, con el uso de la información previa al capítulo sumada a los productos potenciales de exportación a China, los principales competidores y las oportunidades en el mercado chino.

RESUMEN

El objetivo de este trabajo es determinar los beneficios de crear relaciones comerciales con la República Popular China, basándonos en el análisis de nuestra oferta exportable de productos orgánicos y la necesidad que presenta el consumidor chino de estos productos debido a sus nuevos hábitos de consumo. Estos hábitos son el resultado de una larga e interesante historia sumados al crecimiento de la demanda de preferencia por productos sin aditivos, sintéticos, como pesticidas, herbicidas y fertilizantes artificiales.

La investigación que se realizó fue de tipo descriptiva, donde se analizaron los perfiles económicos de ambos países y la relación comercial entre ellos. Conjuntamente, se determinaron las características del consumidor chino y la capacidad de los productos dominicanos para satisfacer este mercado.

Debido a los factores competitivos y disponibilidad de producción de la República Dominicana en el sector de productos orgánicos, el país se encuentra entre los principales exportadores mundiales de ciertos rubros como el cacao y el banano. Dicha fama, coloca a la República Dominicana como un socio comercial atractivo a nivel mundial.



AGRADECIMIENTOS Y DEDICATORIAS

DEDICATORIA

A Dios le otorgo el primer lugar, ya que, por Él, he aprendido a ser una guerrera fuerte y resistente, a pelear las batallas de la vida, y a ser una persona perseverante en todo el sentido.

Por ello y además de Él ser el creador del universo, por nunca dejarme ni abandonarme, por acompañarme en los momentos difíciles, y más aún cuando no soportaba la presión en medio de ocho materias, junto con el trabajo y la iglesia, pero aun así formaste mi corazón para ser una campeona, por eso te admiro, por tu amor a mí a pesar de mis errores y fallos, te amo, gracias.

José Daniel Rodríguez Mena.

Papito te amo, eres el mejor papa del mundo, y si me dieran una segunda oportunidad te elegiría a ti, gracias por amarme tanto, por formarme, por darme el privilegio de ser una licenciada que habla tres idiomas, que se supera, que nada la detiene, te admiro por esforzarte conmigo y espero que no haya un día de tu vida que no te sientas orgulloso de mi.

Espero en Dios algún día poder devolvarte aunque sea un poquito de todo lo que has hecho por mí. Te dedico esto porque no hay nadie en este mundo que merezca más esto que tú.

Rosa Herminia Santos Paulino.

Mami, a ti, que cada vez que me pierdo me tiras la soga, por cada pelea que tú y yo tenemos cuando se me van los cables, gracias por tus consejos de Salomón que me guían, por tu amor insuperable que me sostiene, por tu dulce voz, que hace que yo siempre encuentre mi camino, es por ti que estoy terminando esta carrera, me enseñas a ser una persona íntegra, diferente, de moral, y no permitiste que me cambiara a otra, eres la más espectacular mujer del mundo y

espero en Dios que todo lo que él me dé sea para yo dárselo y compartirlo con ustedes. Mami te entrego esto como premio a ti, porque sé que mis logros son tuyos y de mi papa. Que cuando me supero, ustedes también, que cuando triunfo, ustedes también, por ello espero siempre dar lo mejor pero solo para que ustedes lo tengan también.

Dedico esto a mis primos y abuelos, tíos, por el apoyo incondicional que me dieron en cada momento. Handel para mi tú eres demasiado especial, por cada clase que me explicaste, y por cada momento que compartiste conmigo, te saco aparte porque eres mi hermano, peleamos como hermanos, vivimos como hermanos, y te aprecio porque aunque no lo creas tú me enseñaste demasiado, aprendo todavía de ti.

Lewy Maleno.

A lewito, mi wiwa especial, que aunque estés en USA, tu amor siempre me sostiene. Siempre serás mi bello primo el cual guardo en mi corazón, que aunque este lejos, por amor estas cerca.

Rocío y Anabel Báez.

Ustedes han sido mi sustento en estos años, muchas veces mi paño de lágrimas, las que me entienden, me comprenden me sostienen y me ayudan, las amo.

Randy Suriel Santos.

Randy te dedico esto porque no sé cómo explicar lo que significas para mí, como te has mostrado conmigo, lo comprensible, amable, cariñoso y paciente en cada momento, estimo que hayas estado a mi lado en cada momento de presión y no sabes todo lo que vales para mí.

Dedico esto a mis compañeros de la Universidad, que aunque no somos tan apegadas fueron parte de mi proceso, Magdeline, Rebeca, Ana Laura, Massiel,

María Polanco, Chantel, Domingo y a Oscar Eduardo por siempre estar junto a mí y marcar todos ellos con su presencia mi historia.

Quiero dedicarles, por último, a todo New Generation, los mellos, Hugo, Bismarck, Misael, Dalia, Madeline, Cándida, Darlene, Franchesca, Lucille, Camely Damiron, Luz Del Alba, Tony, Alba Guareño, Natalia y Michael Ferreiras, José Cornelio, Eddy, Jean Carlos, Rubén, Julianne, Al Diacono Argenis y la Diaconisa Sandra. Este ministerio formo mi corazón en la presencia de Dios, por ellos siempre estar a mi lado, apoyarme y levantarme.

Pastor Miguel Alberto.

No hay una persona que admire más en esta tierra que a usted. Su entrega, su amor a los jóvenes, lo genuino, comprometido y sencilla persona que es, gracias por enseñarme que para servir a Dios las excusas no existen, sino el compromiso, por enseñarme valores, como la integridad, y la persistencia en los estudios. Por romper cada limite mental en mi vida, por enseñarme que en Dios soy capaz de cualquier cosa y que tengo el poder de hacer, lograr lo que me proponga, lo honro y lo valoro.

Diacono Tirso Peralta, Líder Mabel Jorge.

Los honro y reconozco el trabajo, la entrega e inversión que han hecho en mi vida. Me han capacitado, formado, amado, y nunca olvidare todo lo que han hecho por mí, muchas gracias. Diacono no puedo expresar lo que usted significa para mí y lo agradecida que estoy no solo por ser mi líder, sino mi amigo, estar a su lado no solo me formo como hija de Dios, sino como persona, estimo el hecho de que usted sea usted mismo, honro y admiro la persona que es, y son la familia que si me ponen a elegir no dudo en elegirla de nuevo.

Líder Mabel.

Siempre viste en mi cosas que yo no tuve la capacidad de ver, me guiaste aun cuando yo no sabía que camino escoger, estimo y valoro el hecho de siempre

enseñarme a ser yo misma, y darme la capacidad de aun cuando caía mostrarme que podía seguir adelante, eres mi más grande amiga, mi otra mamá, la más linda, y guardo en mi corazón y atesoro cada momento contigo porque para mí eres demasiado especial. Estimo cada momento que viví junto a ti y siempre guardare en mi corazón cada una de tus enseñanzas y cada momento en que me decías que sea yo misma, tus consejos me formaron para adorar y guerrear pero sobre todo para amar, por educarme a ser paciente y esperar, por enseñarme a ser victoriosa, perseverante y diferente. Sé y estoy segura que eres parte de esto, y que por ti también yo llegué aquí, te amo Mabe, eres una de las personas que amo más en el mundo entero.

Camely Damirón, Luz Del Alba, Tony, Alba Guareño, Natalia y Michael Ferreiras, José Cornelio, Eddy.

Ustedes son demasiado especiales para mí, mis amigos, estimo la amistad que me han brindado, por siempre estar ahí para mí, ustedes son parte de mí.

Lucille Montero.

Por ser la amiga más especial en mi vida, no sabes lo que valoro todo el tiempo junto a ti.

Junior Sánchez Calderón.

Estos años de amistad y perseverancia en la universidad y el colegio me demuestran que naciste para estar junto a mí, Juni eres y siempre serás mi mejor amigo y te dedico esto a ti, porque, aunque no lo hiciste conmigo, mano mío esto es de los dos, te valoro con mi corazón y no sabes lo maravillada que me siento de compartir mis logros y triunfos con quien siempre me busco, me dio la mano y estuvo para apoyarme y aconsejarme en todo tiempo.

Daniela Rodríguez Santos

DEDICATORIA

De manera especial a ti mi Dios, que siempre me ha guiado y protegido, este logro lleva tu nombre. Papá Dios, me hiciste ser valiente y crecer estando de mi mano siempre, todo te lo debo a ti.

A mis padres, que con su amor y dedicación me llevaron a ser la persona que soy hoy en día. Todos mis aportes y mi vida completa le pertenecen a ustedes. Me dieron más de lo que pude necesitar a lo largo de mis días y siempre estuvieron orgullosos de mí, los amo para toda la vida.

A mis abuelos, en tierra y en el cielo, quienes me mostraron la luz en la divinidad y me enseñaron a creer en Dios en distintas maneras, los amo con todo mí ser. Ustedes me ayudaron a crear este cimiento de fe que me hace alcanzar mis metas cada día.

A cada miembro de mi familia, mis hermanos, mis tíos, primos y sobrinos, por la unidad familiar y el apoyo mutuo que siempre nos hemos dado. A mi grupo de amigos, tanto los que hice antes de iniciar la universidad, como los que llegaron en esta etapa de mi vida y a mi pareja durante todos estos años. Ustedes estuvieron ahí dándome fuerzas en todo momento, no tengo como pagarles.

Franny Esther Jerez Morales

DEDICATORIA

Para mi madre Ana Mateo, por la vida, el amor, el esfuerzo, el ejemplo, los consejos entregados, por tantas cosas que me ha enseñado del mundo y las que sé que me seguirás enseñando, sin ti sé que esta etapa no hubiese culminado de manera exitosa.

Espero que te sientas tan orgullosa de mi como yo lo estoy de ti y que este sea solo el primer gran logro de muchos que obtendré en tu nombre; eres una guerrera y sobretodo mi modelo a seguir.

Para mi padre Manuel Mata y mi hermano Russell, por trazar un camino ejemplar y del cual he de sentirme orgullosa, sé que no es fácil, pero lo seguiré.

Para mi hermano Reynaldo, cuando se quiere, aunque todos digan que no, los sorprenderás, porque si se puede.

Carolina Mata Mateo

AGRADECIMIENTOS

Quiero otorgarle el primer lugar de mis agradecimientos a mi padre celestial, a mis lindos padres, José Mena y Rosa Santos. A mis abuelos Esperanza, y Rafael Santos, a mis bellos primos Randy, Katherine, Anabel, Jamilex, Rocío, Laura, Samuel, Lewis, Argenis, Deldania, Rubencito y Handel. A Mario e Ian. A mi por siempre mejor amigo Junior Sánchez Calderón. A mis tías, Milagros, Yovanny, Paula, Bartola, Vanessa, Luz María, Michelle, Marisol.

A mis colegas de la universidad; Magdeline, Rebeca, Ana Laura, Massiel, María Polanco, Chantel, Domingo, Denisse Rondón y a Oscar Eduardo, a mis amigos del colegio Betania Guzmán, Yovanna, Eridiana, Oscar Jiménez, Félix. A mi gran profesor Octavio Mota.

A mis amigos y parte de mi de New Generation, Lucille, Franchesca, Luz del Alba, Camely, Alba, Madeline, Dalia, los mellos, Hugo, Eddy, Tony, Natalia y Michael Ferreiras, José Cornelio, Jean Carlos, Rubén, Julianne, Bismarck, Misael todos los demás de New Generation. Al Pastor Miguel Alberto, al Diacono Tirso Peralta, a mi bella Líder Mabel, al Diacono Argenis y la Diaconisa Sandra.

Daniela Rodríguez Santos

AGRADECIMIENTOS

Primero que nada, quiero agradecer a Dios todo poderoso, que fue mi guía, mi amigo y acompañante en cada momento de mi vida, en especial estos años de arduos esfuerzos, caídas, logros y bendiciones. Gracias amado Jesús por siempre protegerme y cubrirme con tu sagrada sangre en cada paso de doy.

Mi primera dedicatoria va a mis pilares, mis fuentes de fuerza e inspiración: mis padres, quienes me dieron mi nombre, mi sangre y cada partícula de mi ser. Para quienes nunca hubo algo de lo que yo no fuera capaz de ser, cuando lo que menos saben es que quiero ser la mezcla perfecta entre los dos. Gracias por llenar la casa de tanto amor y darnos todo a mí y a mis hermanos.

Ana Esther Morales Reyes

Mami, gracias por apoyarme en todo y demostrarme que puedo lograr todos mis sueños si me los propongo. Mi mejor amiga, la persona más dedicada y humilde que ha podido existir. Eres mi guía por este sendero de la vida, mi consejera y amiga fiel. Eres la luz en mi vida que me ayuda a seguir adelante. Mami gracias por cada consejo, oración y aliento que me has dado y me seguirás dando. Dios me ha dado la mejor madre que ha podido existir, no puedo pedir más, ¡Te amo!

Juan Francisco Jerez Espaillat

Papi, gracias por permitirme seguir mis sueños y ayudarme a alcanzar mis metas. Le agradezco todo el amor y apoyo incondicional, las muestras de afecto, su dedicación y comprensión en todo momento. Te admiro papi, eres un ejemplo de superación personal y me has enseñado el valor de las cosas. Para ti nunca hay nada que yo no me merezca, te mereces todo mi amor, ¡Te amo!

A mis hermanos

En orden de menor a mayor: Luis Orlando, Franyer Alfonso y Vachel María, les agradezco por darme parte de las felicidades más grandes de mi vida, gracias por

cada momento que hemos pasado juntos a lo largo de nuestras vidas y por enseñarme a tantas cosas. Gracias por crecer a mi lado, demostrarme siempre amor, no saben cuánto los amo.

A mis abuelos y a mi bisabuela

En primer lugar, a mi abuela Milagros Espaillat que partió de este mundo terrenal, poco antes de yo ingresar a la universidad pero que siempre estuvo conmigo en todos los momentos de mi vida. Yo sé que desde el cielo, tú me cuidas siempre y me deseas toda la felicidad del mundo. Gracias por ser mi motivación a saber que Dios tiene su propósito en cada uno de nosotros y que todo llega, que no debo desesperarme. Te amo mi ángel.

A mi abuelo, Ramón Armando Jerez Salcedo a quien le prometí nunca alejarme de él. Eres sin duda la persona más sabia que conozco, te admiro y te amo. Gracias por la emoción al saludarme, por ensalmarme y poner sus oraciones en mí. Le agradezco por demostrarme lo importante que es estudiar y por inspirarme cada vez que lo veo.

A mi abuela, Filomena Reyes, gracias por demostrarme lo mucho que me amas en cada momento, por confiar en mi inteligencia y mi persona. Le agradezco por siempre orar por mí y preocuparse por todo lo que me afecte. Usted es una guerrera de la vida, gracias por enseñarme a ser fuerte y a sonreír en todo momento. ¡Te amo mucho! Igual a mi bisabuela Fefa, aunque ya no estás en esta tierra, sé que siempre has estado.

A mis primos que me han acompañado en toda mi vida y en cada momento, los amo demasiado, gracias por estar amarme tanto y desearme tanto éxito.

Con un cariño especial a los que forman parte de mi segundo hogar, los muchos del apartamento. Entre risas y demostraciones de amor, hemos creado aquí un hogar, un segmento de la familia: Luis Emmanuel, Junior Ramiro, Sophy, Yani, Raquel y mi tía Eli. Gracias por estar conmigo.

A todos mis tíos, gracias por estar orgullosos de mí, apoyarme en cada paso que he dado hasta el momento y siempre estar ahí para mí demostrándome que la unidad hace la fuerza, sin importar la distancia o la tempestad. Cada uno de ustedes sabe el lugar que ocupa en mi corazón y lo mucho que los amo

A mis sobrinos, les agradezco cada vez que me hacen sonreír y le agregan valor a la vida de cada integrante de esta familia, ustedes son más que una bendición.

A Enrique Arsenio Pérez Moronta, en pocas palabras tú me motivas a ser una mejor versión de mí, gracias por estar siempre, en las altas y bajas. Te agradezco por existir y nunca dejarme sola, te amo. Igualmente quiero agradecer a tu mamá, Marina por siempre mantenerse al tanto de mí.

A mis amigos que tanto adoro y me han demostrado lo reales que son conmigo, gracias por estar felices de mis logros, darme tanto apoyo en la vida y formar parte de mi familia: Francelis, Amy, Liliana, Sonia, Ronald, Virginia, Samuel y Rosibeeth.

A mis compañeras de monografía: Carolina y Daniela gracias por estar en este proyecto tan importante junto a mí. Supimos como complementar nuestras debilidades y fortalezas para crear este legado.

A mis profesores, de manera especial al profesor Félix Lora y la profesora Mariela Fermín Yanguela. A todos los miembros del decanato de ciencias económicas y empresariales y oficinas administrativas, a todos ellos que me ayudaron cuando lo necesitaba.

A todo aquel que de una forma u otra aportó su grano de arena para mi desarrollo y camino en la Universidad APEC cada compañero de clase que tuve y cada persona que conocí y formó parte de mi vida. De manera muy personal a mi familia, amigos y seres queridos.

Franny Esther Jerez Morales

AGRADECIMIENTOS

Antes que todo quiero agradecer al padre de los cielos y la tierra, gracias Dios por guiar mis pasos, por haber hecho que todo el mundo conspire a mi favor para lograr mis metas y hacerme entender que todo tiene un propósito en esta vida, y que por más gris que parezca el día, toda obra para bien.

A mi madre Ana Mateo

Querida madre, gracias por haberte desvelado conmigo y mis trabajos, por mover cielo y tierra y eliminar fronteras para que yo pudiera cumplir este objetivo, por tantas cosas más que serían imposible numerar; gracias mami por tanto y por todo ¡te amo!

A mi padre Manuel Mata

Papi, te agradezco por guiarme en el camino de la verdad, la justicia, la paciencia y el amor; porque gracias a ti sé que, aunque el recorrido sea largo y complicado, también debo apreciar y disfrutar del mismo.

A mis hermanos Russell y Reynaldo

Gracias por estar conmigo sin importar que, por apoyarme, cuidarme en todo momento y ser cómplices de mis más grandes aventuras, no me imagino mi vida sin ustedes.

Gracias a mis abuelos en la tierra y a mis abuelas en el cielo, quienes me han enseñado lo que realmente significa luchar por lo que se quiere, me han dado un gran ejemplo de trabajo y superación.

A mis tíos y tías en especial a Adriana y Martha, por añorarme, apoyarme y hacerme ver la vida con una sonrisa. Gracias por cuidar de mí, ustedes son mis segundas figuras maternas.

A mis primos y primas, que no son más mis hermanos de otras madres, quienes han crecido conmigo y me han servido como ejemplo de vida, espero yo también serlo para ustedes.

A todos mis amigos y amigas, esos que de una manera trascendental han impactado en mi vida para hacerme mejor persona, particularmente a Emmanuel, Danilo, Jemery, Víctor y Carolyn, gracias por sus consejos y por servir de soporte en momentos cruciales de mi vida.

A mis compañeros de estudio, en particular a Luz, Gíl, Christian, Desireé y Franny; gracias por haber recorrido este trayecto a mi lado, sin los cuales no hubiese sido lo mismo, me han inspirado y recordado (cuando más me desmotivaba) por qué elegí este camino.

A mis maestros, por el esfuerzo que hacen día a día por educar a los jóvenes de nuestra sociedad.

A la Universidad Acción Pro-Educación y Cultura, a todos sus departamentos administrativos, al decanato de Ciencias Económicas Empresariales y de manera especial al personal de la Biblioteca Fidel Méndez Núñez, por haberme brindado el soporte necesario durante mis estudios.

Esta etapa de mi vida no hubiese concluido de manera satisfactoria de no haber sido por estas y otras tantas personas quienes de una forma u otra me han inspirado y ayudado a cumplir mis metas para alcanzar mis sueños.

A todos simplemente ¡Gracias!

Carolina Mata Mateo



**CAPÍTULO I:
MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA**

1.1 Antecedentes

La agricultura orgánica es un sistema de gestión de la producción que fomenta y mejora la salud del sector agropecuario, y en particular la biodiversidad, los ciclos biológicos, y la actividad biológica del suelo. 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. (Comisión del Codex Alimentarius, 1999)

Es aquí donde nacen los productos orgánicos que no son más que frutos y vegetales libres de agroquímicos y pesticidas, sin aditivos, colorantes, conservantes u otros insumos artificiales. (Perfil de los productos orgánicos CEIRD)

Para que los cultivos agrícolas se consideren libres de químicos deben contar con una certificación la cual requiere de un análisis que garantiza que los mismos no han sido alterados de forma química o genéticamente.

1.1.1 Historia

La República Dominicana es un país caribeño con una población estimada en cerca de 10 millones de habitantes, sus áreas económicas principales son turismo, zonas francas, remesas y la agropecuaria entre otras. En el área agrícola se destaca el crecimiento sostenido del subsector de la agricultura orgánica que ha venido creciendo a un ritmo de 15-20 % anual, sobre todo en el cultivo de cacao orgánico. (Oficina de Control Agricultura Orgánica, 2011)

Según la historia proporcionada por la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO), La producción orgánica dominicana tiene sus inicios como tal en 1982, cuando Mark Freedman registro la primera parcela en Loma de Cabrera, la misma sirvió como cimiento para la creación del Centro Regional de Estudios de Alternativas Rurales (CREAR), el Centro de Agricultura

Sostenible con Tecnología Apropriada (CASTA) y la Escuela Campesina de Agricultura Sostenible (ECAS).

Para finales de la década de los '80 se realizaron las primeras exportaciones de productos orgánicos, estas fueron llevadas a cabo por la empresa "Plantaciones Tropicales" con cosechas de banano hacia Europa y Estados Unidos, además y luego fueron introduciendo más cultivos como el cacao, café, coco y mangos. Para 1994 la empresa Savid S.A. unifico la producción de varios agricultores azuanos para exportar (principalmente bananos), así fue creciendo hasta llegar a convertirse a la fecha en uno de los principales exportadores orgánicos dominicanos.

Durante la fase inicial en la que estaba naciendo la idea de la producción orgánica, se recibió ayuda principalmente de fundaciones privadas y del gobierno. Sin embargo, el crecimiento de la industria fue impulsado por el mercado. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2001)

Existen factores externos e internos han contribuido al crecimiento de la producción orgánica en la República Dominicana, se pueden destacar:

La disponibilidad y alta demanda de mercado

- Los precios bajos; en comparación con otros países de la región
- La inversión de recursos por parte de la comunidad internacional
- La escasa utilización de insumos

Es así como en alrededor de 40 décadas República Dominicana se ha convertido en un reconocido exportador orgánico a nivel mundial.

1.1.2 Los productos orgánicos en República Dominicana

Como pudimos observar, la producción orgánica dominicana data desde 1980, pero, no es hasta mediados de la década de los 90 cuando se consolida y comienza a representar parte importante de nuestra agricultura hasta llegarnos a

convertir en exportadores muy importantes a nivel internacional de cultivos como el cacao, entre otros que veremos más adelante.

Los productos orgánicos que se cultivan en la República Dominicana (según su clasificación), incluyendo derivados y preparados de ellos son los siguientes:

Tabla 1

Frutas	Verduras y Hortalizas	Semillas y Granos	Tubérculos	Otros
Naranja	Tomate cherry	Arroz	Jengibre	Azúcar
Piña	Ají	Cacao	Yautía	Tierra
Lechosa	Ají Picante	Macadamia	Yuca Amarga	Tabaco
Limón	Tayota	Café		
Mango	Berenjena			
Coco	Pepino			
Zapote				
Melón				
Mandarina				

1.1.3 Requerimientos de la industria

Aunque los mercados de productos orgánicos han continuado creciendo, la producción de alta calidad para satisfacer la demanda ha sido un obstáculo importante para comercializar los productos orgánicos y el mercado exige una oferta constante y segura.

En general, los agricultores se enfrentan con grandes dificultades para obtener los recursos financieros para invertir en la agricultura orgánica. Para muchos resulta difícil obtener crédito y en todo caso las tasas de interés son sumamente elevadas en la República Dominicana, también hay una falta de personal profesional para transmitir conocimientos técnicos y prestar ayuda a los agricultores.

El mercado de exportación exige controles estrictos, y muchos agricultores que nunca antes habían llevado registros tuvieron que adoptar prácticas nuevas, los pequeños productores estaban poco organizados y ello dio lugar a problemas logísticos importantes además debido a la falta de organizaciones locales de certificación que pudieran ser reconocidas en los mercados desarrollados, la certificación debe hacerla organizaciones extranjeras, esto es costoso, y muchos productores no pueden hacer frente a tantos gastos.

En algunos casos, existía una cultura de utilización de insumos relativamente intensa y una tendencia general a buscar soluciones rápidas fijas, la mayor parte de las cuales eran incompatibles con la producción orgánica; aunque hay muchos agricultores entusiastas con la producción orgánica por razones económicas, no todos han abrazado la filosofía como una forma de protección del medio ambiente. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2001)

La industria local presenta grandes retos, comercializar con el extranjero requiere de grandes cambios en la forma de trabajo, ser competitivos y cumplir con las exigencias del mercado meta (en este caso China) implica ciertos requerimientos los cuales mencionaremos a continuación:

- Producción: aumentar la cantidad de cultivo es una tarea que deben completar los agricultores, el mercado para los productos en China representa una población de alrededor de 200 millones de habitantes (personas de clase media quienes son los principales consumidores de estos productos), por lo que exportar al mismo implica cumplir con las grandes demandas sin dejar a un lado la producción para consumo local.
- Calidad: no solo es exportar mucho, sino productos de calidad, una vez que los clientes potenciales han decidido elegir productos orgánicos, sus exigencias en este punto son más altas. Es primordial para los productores establecer sistemas de certificación que demuestren a los consumidores que poseen altos estándares fitosanitarios.

- Costos / Precio: la reducción de costos se puede lograr mediante inversión en tecnología, al igual que procedimientos de economía de escala, los cuales permitirían al exportador bajar los precios finales del producto y hacer sus productos más competitivos.
- Mano de obra calificada: los productos orgánicos son sensibles a factores como cambios climáticos, pestes y medidas fitosanitarias, es por esto por lo que los mismos requieren de certificaciones que validen su contenido, por lo tanto, contar con expertos en el área reducirá los posibles fallos que pueda tener el exportador a la hora de obtener dichos certificados.
- Promoción: en el mercado de los productos orgánicos es de suma importancia que el cliente conozca los beneficios que este ofrece de tal manera que se puedan incluso captar nuevos consumidores.

Los requerimientos para la producción y exportación de productos orgánicos no dependen solo del productor, el estado y las instituciones que lo componen deben también brindar apoyo a estos para que la industria crezca, algunos de los puntos en que los exportadores requieren ayuda son:

- Reducción del costo de la electricidad, agua y otros servicios: así como también la disponibilidad de estos recursos.
- Puertos eficientes: aquí se incluyen la agilidad o rapidez en los procesos portuarios y aduanales, así como maquinarias y tecnología de punta que eviten el retraso de los embarques.
- Promoción: aumentar el marketing de productos orgánicos dominicanos, no solo enfocados en los más exportados, sino en otros productos con menos incentivos que presenten un gran potencial para este mercado.
- Ayuda económica: esto implica reducción en los impuestos, así como subsidios en insumos necesarios para los productores.
- Capacitación: este es un punto de gran importancia para los agricultores en la categoría de Mypimes, ya que no cuentan con los instrumentos y en ocasiones los conocimientos necesarios para llevar a cabo estos procesos (en la actualidad se puede obtener información sobre certificaciones

orgánicas en el Ministerio de Agricultura y en materias de exportación en el CEIRD).

Estos factores mencionados, actuarán sobre el mercado, de modo que se pueda dar un incremento en la cantidad de consumidores si los precios se reducen de manera significativa, esto se lograría con la reducción de costos que rescindirían en un aumento en la producción.

1.2 Análisis de competitividad

1.2.1 Debilidades y fortalezas

Mediante esta investigación podremos conocer cuáles son los fuertes en el mercado orgánico dominicano y a su vez, conocer nuestras limitaciones y puntos débiles a la hora de exportar estos productos. Esta se conoce como una de las partes más importantes antes de iniciar cualquier proceso, ya que conociendo estos factores los problemas pueden ser resueltos con más facilidad.

1.2.2 Debilidades

Las debilidades dentro de la producción nacional orgánica pueden variar de un cultivo a otro. Sin embargo, existen unas cuantas que en la mayoría de ocasiones son muy constantes, aunque con facilidad se puede decir que se resumen en cuatro factores que afectan de manera negativa nuestra producción.

El primer factor sería las plagas, al ser un país tropical República Dominicana es más propenso a contraer plagas de distintas índoles y que afectan distintos productos. La manera en cómo afectan y su intensidad puede ser controlada en gran parte con esfuerzos extra por parte del productor. Sin embargo, la falta de capacitación en ciertas ramas del comercio internacional pueden ser factores de influencia para que existan estos tipos falta de conocimiento.

En el caso de los bananos, la lucha contra la sigatoka amarilla y negra y el cáncer vegetal constituyen limitaciones importantes. En la producción de verduras, las moscas blancas se consideran como la limitación mayor. También se considera un problema importante el suministro de nutrientes adecuado debido principalmente a la falta de material orgánico para el compostaje. La disponibilidad de agua para riego y el mantenimiento del equipo de riego particularmente para la producción de bananos pueden ser una limitación. La falta de conocimientos técnicos y el respaldo técnico constituyen otro problema. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2001)

El segundo de ellos está compuesto por la falta de ciertas tecnicidades que impiden al productor dominicano salir de sus fronteras y expandirse por todo el mundo; podemos ver esta característica presente en productores con miedo a exportar, personas que desconocen gran parte de los procesos relacionados al comercio internacional y de sus funciones como productores; además de debilidades en su fuerza de trabajo. Además de ello, tener poca ayuda por parte de las mismas organizaciones y entidades con orientación a la producción orgánica.

Por lo general, las organizaciones de productores han sido muy débiles y su efecto muy limitado. Una de las razones para ello ya ha sido indicada anteriormente. Sin embargo, estas asociaciones se consideran importantes para desarrollar una masa crítica de capacidad de producción y permitir un acceso más eficaz a las necesidades comunes, como el agua para riego y los conocimientos técnicos. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2001)

Cabe añadir que a los fines de poder alcanzar el mercado chino y tener éxito, la producción tiene que ser 100% orgánica o ecológica y estar debidamente certificada, lo cual puede resultar difícil para los pequeños productores del país. Sin embargo, no es una misión imposible, es solo una cuestión de cambio en la mentalidad y darle un aspecto más estrecho con los negocios en la actualidad.

Cabe mencionar algunas limitaciones que prevalecen en el mercado dominicano que podrían presentar obstáculos para los productores, entre ellas:

- Obstáculos en algunas áreas portuarias del país, ya que el estado de sus equipos podría estar desactualizado para mantener los productos orgánicos en buen estado durante el trayecto al país destino, pues como es de saber, son perecederos.
- En la actualidad, muchos países altamente competitivos quieren y tienen la capacidad de adentrarse en este mercado. Especialmente los procedentes a América Central.
- No se ha hecho tanta promoción a los productos orgánicos y a los grandes beneficios que se logran al exportarlos; muchos productores desconocen que tienen en sus manos un importante material de exportación a países industrializados.
- Las tasas de transporte tanto como los costos iniciales altos representan miedo para los pequeños agricultores y productores del país.

1.2.3. Fortalezas

República Dominicana cuenta con una gran ventaja en el sector orgánico, esto se debe a que el suelo del país puede producir productos orgánicos, tanto materia de exportación como para consumo local durante los 12 meses del año. Entre sus triunfos en este sector, el país, se destaca por distintas fuentes como el principal exportador y productor de cacao orgánico del mundo, además de ser considerado como Principal Exportador mundial de bananos orgánicos hacia el Reino Unido según las estadísticas del CEI-RD. Estas son simplemente muestras de que En la República Dominicana las condiciones climáticas son favorables para el desarrollo de la agricultura orgánica.

En sentido general el país que vive de espaldas al mar, así mismo se encuentra en una isla con una amplísima variedad de micro climas diseminados en todo el territorio nacional, como son el Templado, Bosque Tropical Húmedo y Bosque

tropical Seco, entre otros, en los se pueden cultivar diferentes variedades de Hortalizas, Frutas, Verduras, Tubérculos y Granos, incluso pasto para la exportación a las islas del Caribe. (Betances, 2014)

La producción orgánica se ha vuelto un importante componente en el sector agrícola. Actualmente el país es uno de los principales exportadores mundiales de productos orgánicos tropicales. Una gran parte de la información sobre la producción orgánica está documentada en publicaciones no oficiales, o simplemente no está documentada.

En la producción orgánica del país predominan los bananos, que representan alrededor del 80 por ciento de todas las exportaciones orgánicas. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2001). Tener esta fama ya creada facilita aún más que parezcamos un mercado atractivo para otros países del mundo.

Existen algunos factores que en su totalidad han sido capaces de provocar un crecimiento en la producción de productos orgánicos, entre ellos podríamos destacar estos factores externos:

- El país cuenta con disponibilidad para satisfacer una alta demanda en el mercado
- Una gran parte de la población mundial ha cambiado sus hábitos de consumo a una vida más sana, con preferencia en los productos orgánicos.
- La población está dispuesta a pagar precios más altos por productos 100% orgánicos y debidamente certificados.
- Existen muchas preocupaciones por el medioambiente y el daño que le hacen las industrias a nuestro ecosistema.
- No se necesitan de muchos insumos para crear productos orgánicos, lo que equivale a que se gasta menos en su proceso de creación, aunque sea más lento, pero al momento de ser vendidos, su precio es aún más alto.

Más en general, las preocupaciones por el efecto en el ambiente producido por el uso intenso de insumos han creado mayor conciencia de la necesidad de desarrollar prácticas de producción agrícola sostenible. La agricultura orgánica ha sido promovida por organizaciones tanto gubernamentales como no gubernamentales (ONG) como una alternativa viable, dados estos antecedentes, las ONG pudieron conseguir recursos para la promoción de la agricultura orgánica. (Dominicana Online, n/a)

Otro beneficio es que el país cuenta con organizaciones e instituciones de nivel superior que se han preocupado por este mercado y han mostrado un gran interés, aunque no se han tomado todas las medidas necesarias.

A nivel institucional cabe destacar a la Dirección General de Aduanas y el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana que se han tomado la tarea de crear artículos y documentos que fomentan de un modo u otro las exportaciones y relaciones comerciales con el mundo.

Ya mirando más de cerca, existen organizaciones, empresas y entidades muy adentradas y orientadas a la producción orgánica. Las mismas han intentado de incluir mucho más a los agricultores y productores, promover la producción, seguir creando y trabajando cada día más con la comercialización de estos productos.

1.3 El mercado dominicano (disponibilidad y costos de producción)

1.3.1 Disponibilidad del mercado

El consumo mundial de frutas (frescas y procesadas de diversas formas) viene aumentando en forma importante, en particular en los países industrializados. Las exportaciones procedentes de los países tropicales se han incrementado en forma continua y constituyen, para buen número de ellos, una fuente importante de divisas y empleo.

Por otra parte, muchos países industrializados son simultáneamente, importantes importadores de pulpas o concentrados, y exportadores de jugos tropicales en presentaciones diversas para consumo final.(Dominicana Online, n/a)

La producción orgánica en el país desde sus inicios ha sido realizada por familias y productores comerciales que tienen grandes explotaciones. Es, por tanto, que el tamaño de cada granja varía de productor a productor. Son muchas las familias que utilizan los productos 100% orgánicos para su propio consumo, también tenemos los pequeños agricultores que venden al por mayor y al por menor su producción. Sin embargo, debe ser mencionado que el país está dotado de grandes productores, que nos han llevado a ser uno de los países que más exporta hacia el exterior un sin número de productos orgánicos.

Los productos orgánicos tienen un potencial muy marcado en los mercados internacionales que no siempre se ve reflejado en el mercado local. A diferencia de países industrializados, en el país y en los demás vecinos del Caribe, las frutas y verduras orgánicas son muy económicas y su precio de fabricación es prácticamente nulo.

Tenemos una bendición en nuestras tierras, que las hace ser capaces de tener una amplia gama de productos orgánicos en diferentes estaciones del año, que no tienen otros países del trópico. Gracias a esta disponibilidad, nuestros precios podrían ser altamente competitivos en el mercado internacional. Esta ventaja, es avalada por procesos matemáticos y económicos como la relación de la demanda con el precio.

De todas las variables de marketing-mix el precio es la que tiene unos efectos más rápidos sobre las ventas. Tenemos bien conocido que, si aumentamos el precio, disminuye la demanda, sin embargo, si disminuimos el precio la demanda se aumenta. De ahí la base de que, si nuestra producción es altamente efectiva y los insumos son más fáciles de conseguir debido a la disponibilidad de nuestros suelos, nuestros precios, sumados a la calidad de los productos orgánicos dominicanos, se convertirían en un factor de competitividad.

1.3.2 Costos

El consumidor necesita conocer las ventajas de los productos orgánicos, para de esa manera entender sus precios y él porque es mejor consumir orgánicos. La tendencia a este consumo se dirige a mejoras en el entorno y organismo de los consumidores. Se han demostrado cualidades nutricionales, que genera este consumo además de una cuestión de seguridad y disminución de ingesta de pesticidas y elementos que son malos para la salud del ser humano. A esto se va a deber que los productos de origen orgánico tengan un costo mayor, ya que estamos adquiriendo calidad y múltiples beneficios que no obtendríamos a ese nivel con otros productos fuera de esa índole.

Se debe intentar reducir la demanda de sustancias químicas, mediante la identificación, investigación, desarrollo, transferencia, educación formal e informal y divulgación sobre alternativas más saludables, sostenibles y menos contaminantes, orientadas al control de plagas sin el empleo de plaguicidas. Dichas alternativas deberán considerar la cultura, aspectos sociales, conocimientos, capacidades locales y nacionales. (Ministerio de Salud, Organización Panamericana de la Salud, Oficina regional de la Organización Mundial de la Salud, 2003).

Existen algunos factores que nos podrían ayudar a entender porque los productos orgánicos son más costosos que los no orgánicos. Tomando en cuenta, que los productos orgánicos necesitan menos insumos para llegar a ser un producto terminado. Sin embargo, más allá de aspectos relacionados a la salud y a todos los beneficios de disminuir la cantidad de químicos en nuestros organismos, debemos destacar algo importante.

Los productos orgánicos que son materia de exportación o incluso para ser vendidos en el mercado local a gran escala, necesitan de certificaciones costosas que avalan que estos productos son netamente orgánicos.

La certificación no solo sirve para garantizar, sino también para posicionar la marca en el mercado y ser respetada en el ámbito nacional e internacional. Además del hecho de que su tiempo de producción es mayor, ya que no contienen químicos que aceleran de un modo u otro su crecimiento.

Los productores, además, se enfrentan a los distintos cambios en el medio ambiente, que pueden afectar su producción y dejarle bastas pérdidas. Este riesgo, es algo difícil de controlar cuando se trata de producción orgánica. Otro factor es que se invierte más en transporte. Ya que los productos orgánicos requieren de atenciones distintas a otros para que la producción sufra el menor daño posible antes de su llegada a destino. Todos estos factores ya mencionados y por mencionar incidirán en el costo del producto de manera directa.

Debe tenerse en cuenta que los productos tradicionales no incorporan el "costo ambiental" y la degradación del medio ambiente y social. Por otra parte, debe considerar también la seguridad de tener alimentos sanos controlados en toda su etapa de proceso, no perjudiciales para el medio ambiente, identificables, que respetan el ambiente y al hombre de campo. (Dominicana Online, n/a)

Precios Promedio de productos Orgánicos principales a enero 2017

Tabla 2

Café (Verde en Grano)	Quintal	4,641.67
Guineo (Orgánico)	Caja/42 Lib	250.84
Coco (Seco)	Millar	13,759.80
Coco (de agua)	Millar	10,606.25
Zapote	Millar	7,109.38
Limón Agrio (Criollo)	Millar	2,163.38
Limón Agrio (Persa)	Millar	3,151.83
Naranja Agria	Millar	1,935.96
Naranja Dulce	Millar	2,228.07
Toronja	Millar	1,702.08
Piña MD2	Millar	35,791.67
Piña (Cayena Lisa)	Millar	24,333.33
Chinola	Millar	2,601.60

(Ministerio de Agricultura, 2017)



**CAPÍTULO II:
MERCADO DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN CHINA**

2.1 Antecedentes

La historia de China como país es muy interesante, ya que presentó un gran cambio al pasar de ser un país comunista, cerrado al mundo a ser una de las economías de mayor crecimiento y más grandes del mundo. En China se tenía una economía precaria y pobreza extrema que le impedía poder disfrutar de productos de calidad y una vida prospera.

A partir de 1978 y bajo el lema de “El socialismo no puede aceptar la pobreza”, Deng Xiaoping generó una serie de reformas que, apuntando al desarrollo y a la mejora en la calidad de vida de toda la población, incluían la vuelta a la propiedad privada y la apertura al exterior, con el consecuente crecimiento económico del país (Vega, 2015). Deng Xiaoping diseñó un programa de reformas económicas llamado socialismo con características chinas, que tuvo un resultado sorprendente en desarrollo y el crecimiento no se ha detenido desde entonces a pesar de su muerte.

Razones como esta explican porque actualmente la economía China se encuentra en tan buen estado. Gracias a un programa que permitió que se aprovechara al máximo sus virtudes, enfocadas en el trabajo y el éxito. En la actualidad, podemos ver que el nivel de ingreso en China cada vez aumenta más, debido a que hay muy poco desempleo y muchas industrias donde poner su mano de obra barata, además de otras funciones.

China es considerada como una Economía Socialista de Mercado. En la misma, la participación del estado en la vida económica del país va reduciendo paulatinamente y cada vez más se tienen más empresas privadas, lo que equivale a emprendimiento y creación de compañías para satisfacer las necesidades del país.

La transformación económica de China arranca con el inicio de una política de apertura que permite el comienzo del comercio y de las inversiones internacionales. De acuerdo con algunos autores el éxito de estas reformas se

basó en la forma gradual con que fueron implementadas, en cinco categorías principales: agricultura, empresas estatales, sistema de precios, sistema financiero y comercio internacional (Becerr, 2008)

Concentrándonos un poco en la categoría de la agricultura, se debe tomar en consideración antes que nada que China en 1978, año en el cual se iniciaron las reformas, se caracterizaba por ser un país donde la mayor parte de la población era campesina. Por lo tanto, la participación de la agricultura tenía un gran peso económico. Desde los inicios de dichas reformas políticas, se observaron diversos cambios en el sistema de operación de la agricultura.

Hacia 1979, alrededor de 838 millones de habitantes que formaban la población rural se habían organizado en unas 52.000 comunas populares. Como unidad socioeconómica, la comuna recibía las metas de producción del Estado y, además se aseguraba de que se consiguieran esos objetivos. Las comunas estaban formadas por distintas brigadas de producción, cada una de las cuales se subdividía en equipos de producción.

Cada uno de estos grupos tenía su propio terreno, herramientas y otros materiales, siempre de forma comunal, para desarrollar su labor. Aunque la tierra era de propiedad comunal, cada familia rural generalmente tenía acceso a un pequeño terreno privado, que podían utilizar como quisieran. También se daba autonomía a los equipos de producción y a los hogares individuales para producir otros cultivos para el mercado, una vez que se hubieran alcanzado los objetivos oficiales. (Buchot, 2017)

Todos estos cambios en el sector agropecuario formaron parte del impulso de China a ser un país altamente productivo y competitivo. Existe mucha información disponible en las vías tan sencillas como los periódicos y el internet, que datan cómo china aumento su productividad agrícola con las reformas y a su vez ayudo a disminuir la pobreza en las distintas áreas rurales.

Sin embargo, para nadie es un secreto que la población China es demasiado grande y en crecimiento, lo que hace que la proporción dedicada a las actividades agrícolas sea aún menor. Haciendo notar también el hecho de que la población China ya no es en su mayoría pobre, sino clase media y han dejado las zonas rurales para acercarse a las industrias.

A pesar de que China sigue siendo uno de los mayores productores de ciertos productos orgánicos como el maíz, también es uno de los consumidores principales en el mundo y en muchas ocasiones, se les hace necesario importar productos de origen orgánico.

2.1.1 Evolución del mercado de productos orgánicos en China

La evolución de productos orgánicos en China va de la mano con el crecimiento económico de esta gran potencia y su aumento en el poder adquisitivo en los últimos años. Con el pasar del tiempo, China ha experimentado diversos cambios y su desarrollo va cada vez más en auge.

La razón por la que estos dos factores, mayor poder adquisitivo y desarrollo de productos orgánicos, van de la mano es porque su nivel de vida se encuentra en un estado de mejora.

Es cada vez más importante para la población China tener la seguridad de que están adquiriendo productos que sean totalmente orgánicos y diversos estudios han hecho correr la voz de que esta población está dispuesta actualmente a pagar un precio mayor, por un producto que reducirá los riesgos de ingerir químicos y conservantes, lo cual para los consumidores es un dato satisfactorio.

En un artículo escrito por Teresa Hechem, en el año 2015, se habla de unos cuantos sucesos, varios de ellos ocurridos en el 2011, que tuvieron altas incidencias en la mente del consumidor chino. En ese año se registraron una serie de escándalos alimenticios que sirvieron de soporte a crear una nueva influencia en el consumo. Luego de ello, el sector de la alimentación ecológica en China se

vio muy beneficiado. Este suceso llevo a la conclusión de que, desde entonces hasta la actualidad, una gran parte de la población urbana china está dispuesta a pagar más por alimentos orgánicos. (Hechem, 2015)

Los escándalos alimenticios fueron ocurriendo de manera habitual en China y muchos ciudadanos se han quejado en distintas ocasiones. Razón por la cual prefieren productos seguros, como los orgánicos sin aditivos ni cambios en su estado original, por cuestiones de seguridad alimentaria y preferencias en una mejor calidad de vida.

Los problemas medioambientales del país han aumentado mucho en los últimos años, como consecuencia del rápido crecimiento económico y de la tardía toma de conciencia de sus consecuencias. Entre los datos más llamativos, destacan que en el año 2008 China se convirtió en el primer emisor mundial de gases de invernadero y que 16 de las 20 ciudades más contaminadas del mundo se encuentran en China. Pero, además, China tiene problemas serios de escasez y contaminación del agua, desertificación, contaminación del aire y lluvia ácida, entre otros. (Gómez, 2013).

Sin duda alguna, esto causa un efecto en la mente del consumidor y hace que, en cierto modo, prefiera a gran escala productos orgánicos provenientes de otros países con un medio ambiente más sano. Estamos en una época en la cual es más y más importante preocuparnos por elementos enfocados a una vida saludable con beneficios a nuestro cuerpo y ecosistema.

Según un artículo publicado en el año 2014 por la Embajada de Argentina en Beijing, para el año 2013, se adoptaron nuevas medidas administrativas de certificación de productos orgánicos que reemplazaban a las emitidas en el 2004. Para ese momento, el sector orgánico de china ya contaba con una completa implementación de la reglamentación equivalente a los Requerimientos y Objetivos Comunes de los Estándares Orgánicos. Además de liderar en la demanda del mercado de leche orgánica tanto sólida como líquida. (Embajada de Argentina en Beijing, R. P. China, 2014)

Todos estos datos, sirven como prueba de que la tendencia de productos orgánicos va más allá de algo temporal o momentáneo, pues es obvio que seguirán aumentando su nivel de demanda con el pasar de los años a juzgar por las acciones que datan hasta la fecha.

Paul French, jefe de estrategia de mercado en China de Mintel, dice: "El hecho de que los consumidores chinos afirmen haber aumentado su gasto en productos orgánicos indica una creciente toma de conciencia ecológica como un posible medio de autoprotección." Sin embargo, alrededor del 87% también está dispuesto a gastar más en alimentos etiquetados como "todo natural". (Biological Farmers of Australia, 2013)

2.1.2 Análisis de consumo de productos alimenticios en el mercado chino

A partir de 1980, los patrones de consumo alimentario en China comenzaron a cambiar (cantidad y composición de las comidas). En la última década, y como resultado del incremento de la renta disponible, la apertura de nuevos sectores al comercio internacional, el creciente turismo receptor y emisor (en los últimos años) y con la rápida urbanización del país se ha propiciado un cambio de tendencia en el consumo de los alimentos encaminados a una "occidentalización de la dieta china" así como que se demandan cada vez más productos de calidad, especialmente los de origen animal (Zhou, Weiming, Jiming, Hongbo, & Lijuan, 2012).

Desde que las reformas iniciaron a mostrar sus beneficios, la población china tuvo un cambio en sus hábitos de consumo. Esto se debió a que gran parte de la población pasó de la pobreza extrema, a clase media. Los antiguos patrones de consumo dejaron una cuestión de necesidad. En la actualidad, los consumidores cuentan con más capacidad de compra, lo que le permite darse el lujo de una mejor alimentación.

Para la población china, es cuestión de estatus social y prestigio tener conocimiento de la gastronomía y hábitos de otros países. Por lo tanto, su actitud

ante alimentos de importación es totalmente positiva y con buenas esperanzas de triunfo en el mercado.

Aunque prefieran productos locales en ciertas áreas, la relación calidad/precio, además del ajuste al paladar de cada provincia es lo que hace que su decisión al final se incline a productos extranjeros. Sumando a estos factores ya mencionados, la seguridad alimentaria y el bienestar de sus familias.

2.2 Estudio de mercado

2.2.1 Descripción del entorno económico

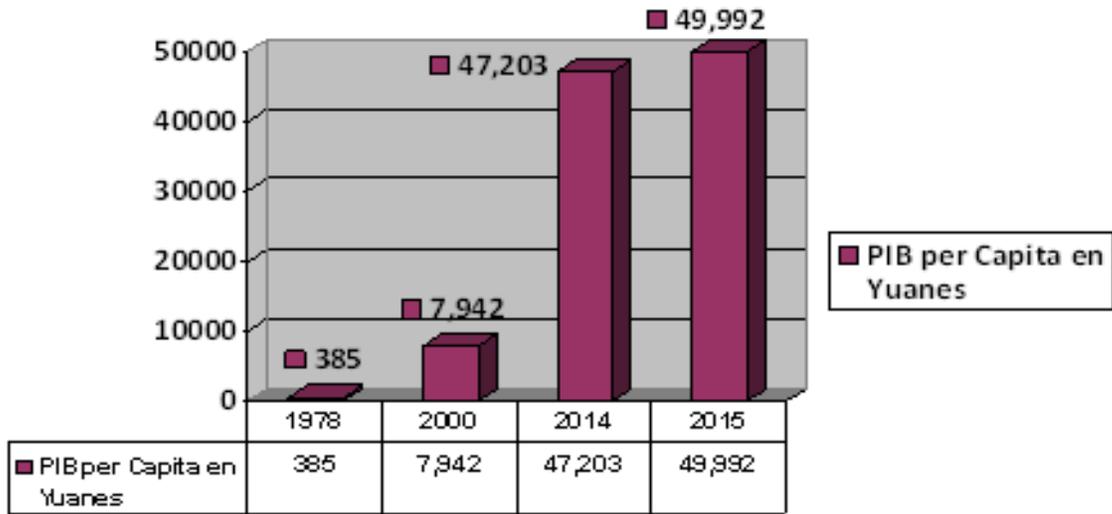
China ha sido un país que ha presentado un crecimiento económico increíble en términos de Producto Interno Bruto (PIB), el cual ha tenido un cambio definitivamente positivo en el tamaño de su economía. Toda la información que data acerca del gigante asiático es para confirmar que continuara teniendo aumentos progresivos en su entorno económico en los próximos años.

Sus logros en el entorno comercial lo han hecho llegar a ser considerado como un centro mundial para la fabricación de innumerables productos, lo que ha disminuido la tasa de desempleo y ha aumentado la modernización de su entorno y la mejora en el estilo de vida de sus habitantes.

Su crecimiento, en términos de historia fue increíblemente rápido y sorprendería a muchas personas que vivieron en los 1970 decir que hoy día China es la mayor potencia industrial y exportadora de bienes en todo el mundo.

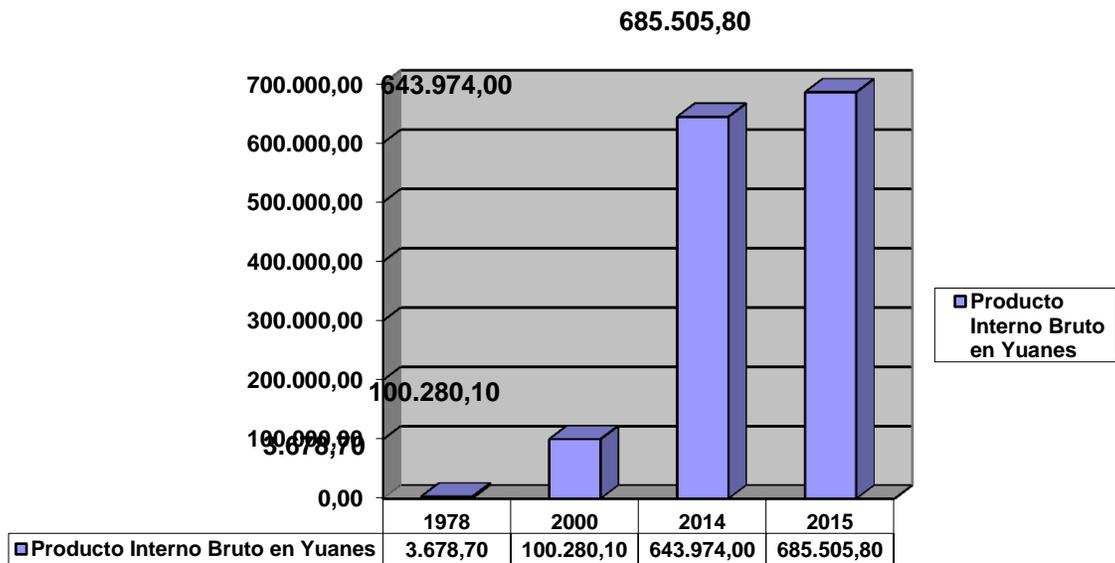
La economía de China creció un 6,7% durante 2016 con respecto al año anterior, una cifra que se ajusta a las expectativas fijadas por las autoridades comunistas. Aunque supone la expansión más baja desde 1990, estos resultados son vistos como algo positivo después de un débil comienzo de año en el que la moneda y los mercados de valores chinos cayeron con fuerza y se extendieran los temores sobre un desplome de la segunda economía mundial. (Arana, 2017)

Ilustración 1



(National Bureau of Statistics of China, 2016)

Ilustración 2



(National Bureau of Statistics of China, 2016)

Las estadísticas mostradas en los gráficos 3 y 4 son una muestra del gran crecimiento económico que esta economía percibió luego de sus reformas. No solo en términos de PIB, sino también cuando se habla de educación, tasa de empleo y estatus social.

El producto interno bruto se ve afectado positivamente por el crecimiento en las industrias, el aprovechamiento de la mano de obra y la agricultura, las intervenciones financieras y del estado y otros factores relacionados a los individuos que agregan valor a cada sector.

El presidente de la Comisión Nacional de Reforma y Desarrollo de China –órgano de planificación económica –, Xu Shaoshi destacó que, pese a que la tasa de crecimiento económico de China es en la actualidad inferior a la de hace unos años, se estima que el PIB creció en 5 billones de yuanes (722.000 millones de dólares, 685.000 millones de euros) en 2016, lo que equivale a su tamaño total de 1994 o a una expansión del 10 por ciento de hace cinco años.

El dirigente chino añadió que la contribución del gigante asiático al crecimiento económico global "puede alcanzar más del 30 por ciento" por lo que anticipó que se mantendrá como el mayor motor de crecimiento mundial. "Creo que estaremos bien posicionados para responder a los riesgos y desafíos y para mantener las fluidas operaciones de la economía china", indicó Xu. (Deutsche Welle , 2017)

El crecimiento económico en China ha sido algo sin precedentes anteriores. Destacando primordialmente que en la actualidad se encuentran entre los primeros países exportadores de grandes potencias de su mismo nivel o inferiores. Su gran variedad de productos y precios asequibles, sumado a su mano de obra barata han sido la base de su éxito en el mundo de los negocios.

El crecimiento acelerado que ha tenido China para llegar a convertirse en el país líder de la economía mundial es un hecho sin precedentes históricos en

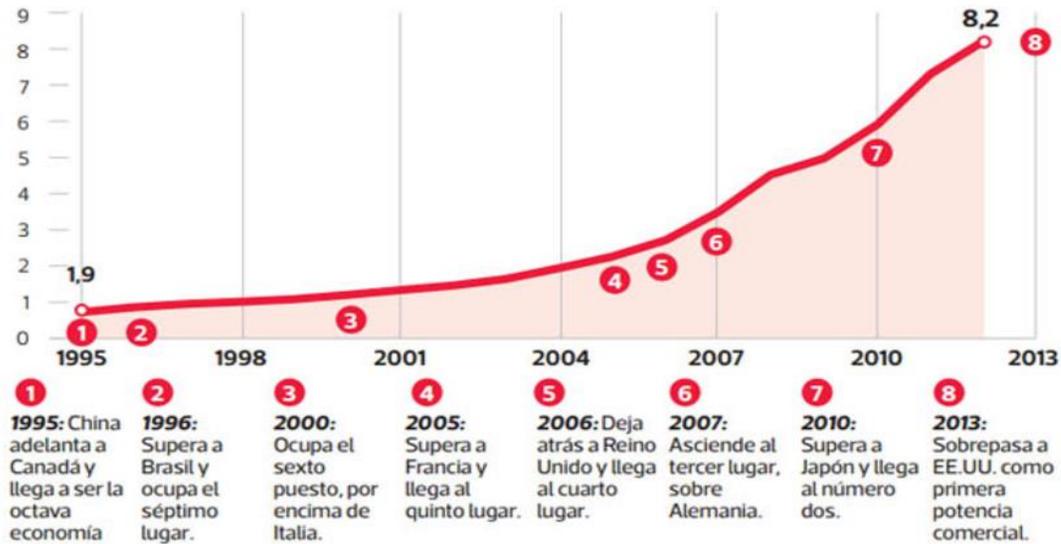
Términos de economía y aumento en la riqueza de las naciones.

Ilustración 3

A China le tomó 15 años pasar de ser la octava economía del mundo a la número dos, luego que sobrepasara a Japón en 2010.

PIB China

Cifras en billones de US\$.



FUENTE: The Wall Street Journal.

LA TERCERA

(Fuentes, 2014)

2.2.2 Perfil del consumidor

Al analizar las preferencias del consumidor chino y sus características, es necesario reconocer unos cuantos factores que son de suma relevancia para ellos a la hora de comprar. Considerando que China es conocida principalmente por sus productos de bajo precio, es de esperar que importantes criterios para ellos a la hora de elegir un producto, se basen en el precio.

China es un país con uno de los índices de ahorro más altos. Sin embargo, debemos destacar su sensibilidad a adquirir un producto de calidad y un buen servicio por parte del vendedor. El consumidor es muy minucioso cuando se trata de la compra, y previo a ello, investigan la mayor cantidad de información disponible de ese producto.

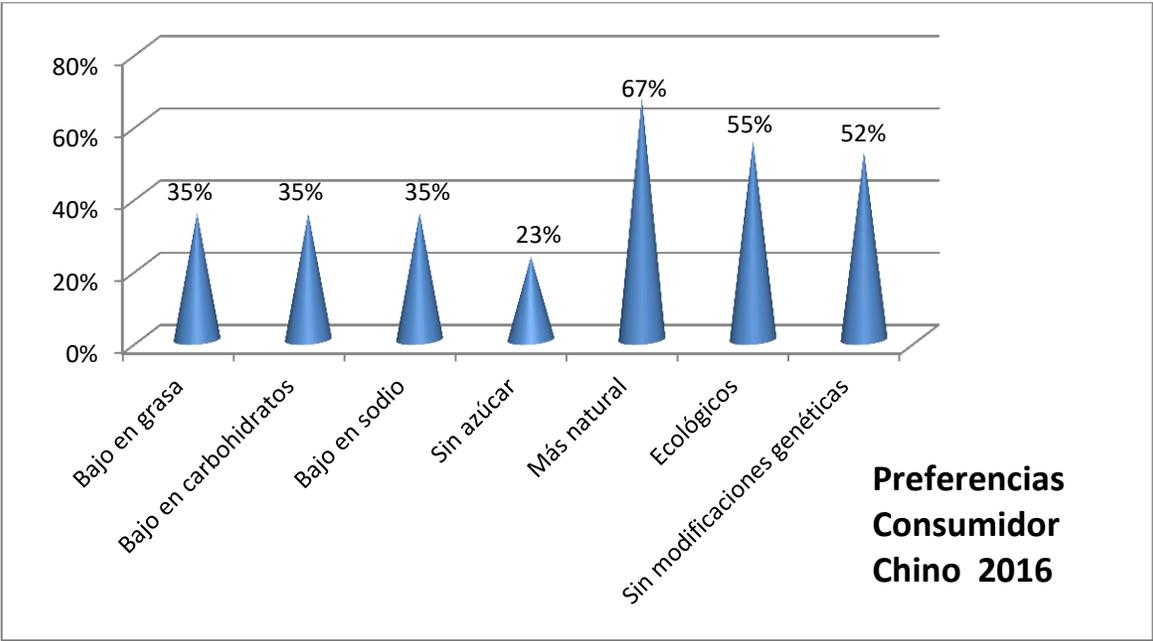
La cultura china tiene un aspecto fuerte y relevante en los procesos de decisión de un consumidor chino a la hora de comprar. A la hora de recibir un alimento empacado, prefieren que el producto se vea a través del empaque. Además de que se procura que los envoltorios sean atractivos a la vista, pues China es un país que tiene costumbre de dar regalos con alimentos.

Otros factores culturales que inciden están relacionados con el hecho de que una gran población china tiene una preferencia por los productos nacionales, a pesar de que les parezca interesante el consumo de extranjeros. Pero a su vez, crece la demanda y la tendencia en el sector de productos orgánicos, no solo en el mercado chino sino alrededor del mundo.

Entre las razones por las cuales el consumidor chino tiene una inclinación hacia los alimentos orgánicos, se encuentra la preferencia hacia tener una mejor calidad de vida y la obtención de beneficios relacionados a la salud y a la nutrición.

Los altos niveles de educación en China permiten que el consumidor tenga conciencia previa de lo que es bueno para su salud y el medio ambiente y acorde a su estilo de vida con ingresos medios altos en la población.

Ilustración 4





CAPÍTULO III: ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

3.1 Antecedentes del comercio entre República Dominicana y China

La emergencia de China como gigante económico global impulsó el comercio entre China y Latinoamérica ha sido noticia, y muchos los economistas que afirman que la sólida presencia de China desempeñó un papel fundamental en la recuperación de Latinoamérica en la reciente crisis económica global.

Según las estadísticas, el comercio con China en la República Dominicana ha crecido tanto en cantidad como en diversificación; el país caribeño es en la actualidad el tercer socio más importante de China en la región (detrás de Cuba y Puerto Rico) y ocupa el puesto número 14 de todos los países/territorios latinoamericanos. (Editorial Funglode, 2015)

Si bien es cierto que el país no tiene relaciones diplomáticas con China, esto no ha sido una barrera para el comercio bilateral, China es un gran exportador de productos hacia el mercado dominicano, de igual manera nuestros productos son bien recibidos por el mercado, otorgándonos una posición sobre los posibles competidores directos o potenciales que tengamos.

Las relaciones comerciales entre República Dominicana y la República Popular China, se encuentran en un estado de madurez y con espera de desarrollo entre el comercio bilateral de estas dos naciones. Se hace necesario para ello, promover el contacto entre empresarios de ambos países, al igual que las entidades pertenecientes al estado.

Hacer esto dará la oportunidad de explorar los mercados para obtener beneficios mutuos. Cabe destacar, que tanto la República Dominicana como China apoyan que se mantengan relaciones internacionales, a través de inversión extranjera y comercio de bienes y servicios.

Para la República Dominicana, China ya es un socio comercial muy destacado. A pesar de no contar con una embajada de China en el país, las relaciones existen.

En el país, se tiene una Oficina de Desarrollo Comercial de la República Popular China, en la cual se busca fomentar el comercio y el intercambio comercial y para

el representante de dicha oficina, el Sr. Gao Shoujian esta meta cada vez está más cerca.

“Recuerdo que en el año 2011 el volumen comercial entre la nación dominicana y China registró alrededor de US\$1,000 millones. Para el 2014 este registro aumentó a US\$1,550 millones, lo que muestra un gran avance”, expresó Gao Shoujian, El representante de la Oficina de Desarrollo Comercial de la República Popular China en el país. (Cruz, 2015)

Tabla 3

Balanza Comercial República Dominicana y China			
Enero - diciembre, 2010 - 2014*			
Valor FOB en US\$			
Años	Exportaciones	Importaciones	Balanza
2010	95,079,237.30	693,491,613.99	(598,412,376.69)
2011	255,956,005.36	904,769,759.03	(648,813,753.67)
2012	345,979,495.57	945,753,408.31	(599,773,912.74)
2013	216,490,950.50	977,641,149.93	(761,150,199.43)
2014	157,723,483.15	1,117,801,010.45	(960,077,527.30)

Fuente: CEI-RD

Tal y como se observa en la ilustración 4, la balanza comercial entre la República Dominicana y China durante el periodo 2010-2014, presenta un notable crecimiento tanto en las importaciones como en las exportaciones. Su balanza negativa creciente, expresa que son mayores las importaciones a las exportaciones. Sin embargo, aun así, se puede ver que en ambas se mueven grandes volúmenes de bienes y servicios.

La República Dominicana exporta a China productos como ferróníquel, cobre, chatarras y desperdicios de plásticos, arroz, tabaco, cacao, café. En cambio, los productos que la República Dominicana importa desde China son máquinas,

herramientas, utensilios de metal, automóviles, motocicletas, textiles, vestidos, zapatos, juguetes, etc. (Consejo Nacional de Competitividad, 2015)

La República de China y sus aproximadamente 1,371 miles de millones de consumidores presentan una gran oportunidad para la República Dominicana. El país, cuenta con la posibilidad de colocar una inmensa producción de frutas como mangos, bananos, aguacates, lechosa, entre otros y su vez vegetales y otros productos orgánicos como el cacao y el café.

3.2 Suministro de materias primas

El paso esencial para poder organizar los procesos logísticos es la previsión de la demanda debido a que es indispensable que se conozcan previamente a adentrarse a un mercado, como es el chino, si podemos satisfacer la necesidad de consumo y en caso de no poder hacerlo, estar concientizados para iniciar un proceso de preparación para extender nuestras habilidades y capacidades de producción.

En miras de querer abastecer una parte la población china consumidora de orgánicos, la República Dominicana necesita adecuar su producción con los requerimientos y la demanda del mercado.

La demanda de productos alimenticios en china va cada vez más en aumento, en especial aquellos que no han pasado por procedimientos químicos antes de llegar a manos del consumidor. Países como la República Dominicana que cuentan con condiciones favorables para la producción de productos orgánicos puede aprovechar esta situación para extender gran parte de su producción al continente asiático.

Agustín Tejeda Rodríguez, economista jefe de la Fundación INAI, afirma que China apunta a lograr impactos positivos en el consumo y las importaciones de productos agroalimentarios. Sin embargo, cree que lo que está en discusión es "la magnitud de los impactos". En 2014, China importó productos agroindustriales por

US\$ 135.000 millones y exportó por US\$ 72.000 millones. (LA NACIÓN (ARGENTINA) / GDA, 2016)

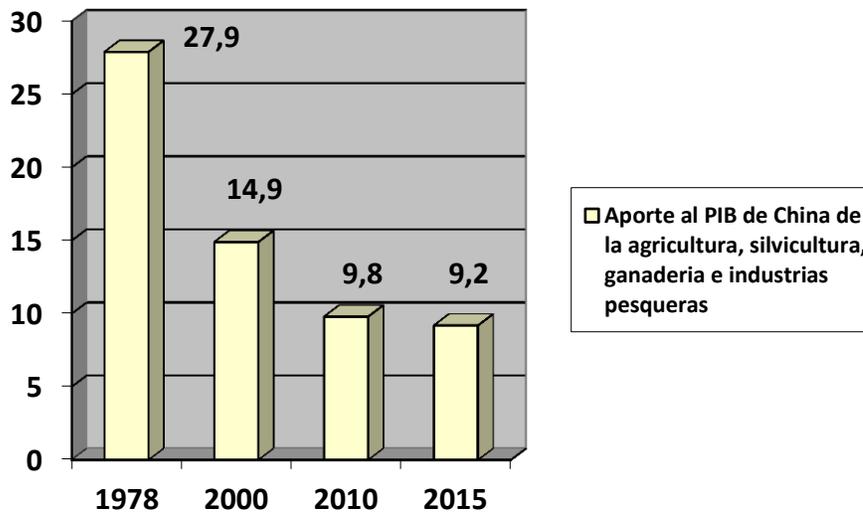
Este dato confirma, que, para satisfacer su demanda, China importa una cantidad mayor a sus exportaciones de agropecuarios. Esto puede estar mezclado con el hecho de que el consumidor chino prefiere productos orgánicos provenientes de otros países, luego de los distintos sucesos que han atentado la salud de su población debido a ingesta de productos falsificados o dañados con origen chino. Otra razón, puede referirse al hecho de que cada vez tienen menos espacio para cultivo por el aumento de su población.

Actualmente, China no se encuentra en las mejores condiciones para suplir con producción propia la demanda de productos orgánicos y agrícolas. Aclarando que no se debe a una baja en la mano de obra ni en la capacidad de producir. Si no, en la degradación progresiva de sus recursos agrícolas.

La gran población de China, sumada a las cantidades de terreno invertidas en el sector industrial, hace que se tenga una menor capacidad de siembra. Sin dejar de mencionar que la tierra agrícola en China está muy expuesta a la contaminación por la explotación de las industrias. En este caso, la exportación de productos orgánicos se convierte en un factor que debe tenerse en la mira el potencial consumidor de este mercado.

En un análisis de la composición del Producto Interno Bruto de China hecho por la Oficina Nacional de Estadísticas de China, desde el año 1978 al 2015, se obtuvieron los siguientes datos de la sección que aporta la agricultura, silvicultura, ganadería e industrias pesqueras en su PIB.

Ilustración 5



(National Bureau of Statistics of China, 2016)

La situación en República Dominicana respecto a la producción agrícola es totalmente distinta a la que ocurre en China. El ministerio de agricultura de República Dominicana ofrece el valor Agregado del Sector Agropecuario en Términos Monetarios y Tasa de Crecimiento, 2007-2016. De todo el sector agropecuario, la ilustración 8 se enfoca en el Sub-sector agrícola y su porcentaje de crecimiento.

Como podrá observarse, es cada vez más el aporte de ese sub sector a la economía de República Dominicana, iniciando en el 2007 con 51,717.90 y finalizando en el 2016, según los datos preliminares con un 126,956.5. Con estos datos, se avala la capacidad productora de la República Dominicana y se finaliza con la conclusión de que va cada vez más en aumento.

Tabla 4

AÑOS	PIB	TC. CREC. %	SUB-SECTOR AGRICOLA	TC. CREC. %
2007	1,458,416.5		51,717.9	
2008	1,661,642.7	14%	60,192.4	16%
2009	1,736,041.1	4%	62,107.6	3%
2010	1,982,161.7	14%	74,223.0	20%
2011	2,207,748.2	11%	79,777.3	7%
2012	2,384,280.2	8%	84,052.5	5%
2013	2,590,678.3	9%	84,417.4	0%
2014	2,841,202.8	10%	93,479.0	11%
2015	3,068,138.7	8%	109,903.7	18%
2016*	3,298,427.0	8%	126,956.5	16%

* Cifras preliminares.

(Ministerio de Agricultura, 2017)

Tabla 5

PRODUCTO	2010	2012	2015	2016*
Arroz	12,507,345	10,843,063	11,812,172	12,276,763
Café	482,270	595,440	218,000	252,880
Tabaco	177,828	203,376	267,888	195,995
Cacao	1,286,032	1,592,271	1,587,312	1,791,146
Coco Seco	2,830,050	3,547,965	8,126,427	8,255,655
Yuca	4,517,677	3,747,889	3,514,296	3,692,655
Yautia	653,028	718,595	687,793	680,396
Guineo	18,167,659	21,352,718	24,913,919	25,136,463
Ajies	816,279	783,937	971,500	915,974
Berenjena	490,383	525,799	462,307	533,756
Pepino	N.D	5,300,000	2,821,400	2,587,656
Lechosa	10,980,480	11,482,200	16,713,198	19,030,140
Limón	323,125	474,682	682,948	582,936
Piña	3,653,550	9,864,100	9,020,233	8,278,400
Melón	450,765	603,260	975,292	780,745
Naranja Dulce	3,043,090	3,768,190	3,304,258	2,966,145
Chinola	530,481	898,074	1,138,136	1,031,922
Mandarina	287,048	370,642	360,999	337,643

(Ministerio de Agricultura, 2017)

3.2.1 Zonas Productoras y Rubros

Tabla 6

Zonas	Provincias	Rubros Orgánicos
Región Norte o Cibao	Santiago, Bonao, La Vega, Sánchez Ramírez, Duarte, Dajabón, Espaillat, Puerto Plata, Salcedo, Montecristi, Samaná, Santiago Rodríguez, María Trinidad Sánchez.	Hortalizas, arroz, tabaco, azúcar, cacao, café, mango.
Región Sureste	Santo Domingo, Peravia, San Cristóbal, La Romana, San Pedro de Macorís, La Altagracia, El Seibo.	Azúcar, arroz, cacao y café.
Región suroeste	Barahona, La Estrelleta, Independencia, Pedernales, Bahoruco, San Juan de la Maguana.	Arroz, habichuelas y pasto.

(Mundo Dominicano, 2016)

3.3 Aranceles e impuestos

El sistema de clasificación arancelaria utilizado en el país de destino es el Sistema Armonizado de aduanas, en otros aspectos, el país maneja una política arancelaria la cual establece un mínimo de pago en aduanas equivalente a USD \$738.87 calculados por el valor de la mercancía y de USD \$7.38 para el pago de los impuestos

Los aranceles se calculan ad Valorem sobre el valor CIF (costo, seguro y flete) y representan de media 15,3%. Además, parece que las autoridades chinas recurren cada vez con más frecuencia a los precios mínimos como referencias para determinar el valor de las mercancías en aduanas. Para evaluar un valor, todos los funcionarios de aduanas tienen acceso a una base de datos de valoración que muestra las valoraciones adecuadas para diversas importaciones,

basándose en los precios del mercado internacional, los precios de los mercados extranjeros y los precios internos. Los funcionarios de aduanas comprueban el precio informado por el importador en referencia a esta base de datos. Normalmente, los funcionarios de aduanas aceptarán el precio del importador, a menos que el valor reportado se aparte demasiado de la base de datos.

En cuanto a los productos agrícolas, suele ocurrir que las informaciones de las aduanas chinas no reflejen los cambios de los precios por temporadas o el efecto calidad/grado en los precios. Por regla general, las aduanas chinas facturarán a partir del precio más elevado de su base de datos.

(Santander, 2017) El arancel luego de calculado debe ser pagado por el importador en el proceso de intercambio del producto.

3.4 Documentos requeridos

Los documentos a presentar en aduanas varían según los productos, no obstante, existen documentos estándar a presentar: el conocimiento de embarque, la factura, el albarán, la declaración de aduanas, la póliza de seguros, el contrato de ventas o el certificado de inspección de la AQSIQ (General Administration of the PRC for Quality Supervision, Inspection, and Quarantine / Administración General de la PRC para la Supervisión de Calidad, Inspección, y Cuarentena) u otras licencias de seguridad y calidad. (Santander, 2017)

El proveedor debe proporcionar:

- Factura
- Albarán
- Certificado de origen
- Fumigación
- Declaración de aduanas

Las declaraciones necesarias son:

- País de origen
- Valor y descripción de la mercancía
- Composición de la mercancía
- Acabado/ semi-acabado
- Nombre/datos del proveedor
- Destino del producto
- Destinatario
- Código HS

Requisitos para exportar a china

- Factura Comercial o Contrato
- DUA Exportación
- Certificado Origen
- Póliza de Seguro

Documentos de transportación:

- Bill of Lading /Air Bill
- Certificados Sanitarios, Fito y Zoosanitarios
- Otras Certificaciones (según tipo de producto)
- Otras licencias de seguridad y calidad.

(Dirección General de Aduanas, 2015)

3.5. China: canales de distribución de productos orgánicos

Tabla 7

Tipos de almacenes	Función	Empresas
Hipermercados y supermercados	Situados en las grandes ciudades chinas. Venden productos alimentarios y no alimentarios.	Lianhua Supermarket Holdings Co, Beijing HuaLian, Wu-mart, A-Best, Ren Le.
Grandes Almacenes	Gran establecimiento dividido en departamentos especializados. Situados sobre todo en las grandes ciudades chinas.	Wing on, Sincere, Intime, Parkson, Wangfujing department stores,
Centros comerciales	Situados en la periferia de las ciudades, son grandes conjuntos comerciales.	Oriental Plaza, CITIC Plaza, Grand Gateway, Golden Resources Shopping Mall, South China Mall, Eurasia Shopping Mall.
Tiendas de calle y mercados	Presentes sobre todo en zonas rurales, en las urbanas están siendo reemplazadas por tiendas mayores.	No especificó

(Export Entreprises SA, 2017)

3.6 Embalaje y transporte

3.6.1 Embalaje

Una vez listo el cultivo de los productos se debe proceder a su debido embalaje para luego ser exportados a destino, en este caso la República Popular China. El mismo debe seguir las normas que garanticen al mercado que se trata de un producto orgánico y de calidad de modo que el proceso de embalaje asegure la frescura del producto y evita que se maltrate, esto se debe realizar de la siguiente manera:

En el caso de las frutas y verduras, luego de cosechados deben ser debidamente lavados en recipientes con agua limpia en terrazas abiertas para que el cultivo no se contamine con insectos, hongos u alguna clase de animal. En ese momento se realiza un examen riguroso para determinar si cumplen con los requisitos para su exportación (que no haya ningún fruto maltratado, dañado, que cumpla con los estándares de peso y medida, entre otros).

Después de depurados se procede al lavado profundo del producto, a fin de eliminar cualquier maleza, insecto o contaminantes que puedan haber adquirido en la parcela. Ya limpios se deben pesar y secar para evitar la producción de bacterias.

Luego de haber culminado el proceso de limpieza se procede al empaquetado, las frutas y verduras, dependiendo del tipo, se pueden empacar de distintas maneras como son: en envases plásticos, mallas, bolsas plásticas o sueltas en cajas de cartón. Para el caso de los frutos secos, granos y semillas los mismos suelen ser enviados en sacos o como carga suelta dependiendo de los requerimientos del cliente.

Una vez empacados se procede al debido embalaje, si no es carga suelta, el producto empacado se prepara en cajas que luego de selladas se etiquetan de acuerdo a las exigencias del mismo, según Santander (Export Enterprises SA, 2017) el etiquetado debe tener las siguientes características:

- Los productos deben estar etiquetados con todas las informaciones en chino.
- Se debe usar el sistema métrico de medidas.
- Debe contener país y dirección de origen, peso neto, nombre del distribuidor, fecha de producción y caducidad.

Para finalizar, se colocan las cajas en paletas esterilizadas, se envuelven con plástico refill o adhesivo para evitar que se movilizce la carga y se procede a cargarla en los contenedores que pueden ser refrigerados, congelados o secos, dependiendo de la necesidad.

3.6.2 Transporte

Transportar productos perecederos no es una tarea sencilla, y mucho menos si se trata de un destino tan lejos y exigente como es la República China, aunque existen múltiples líneas de transporte, el exportador debe encargarse de que el producto llegue en óptimas condiciones y en la fecha acordada.

El transporte de frutas y verduras frescas se realiza en contenedores refrigerados, los mismos suelen sostener una temperatura entre -25°C a $+25^{\circ}\text{C}$, según el grupo Tiba (Tiba, N/A) algunos contenedores especiales utilizados en la exportación de productos orgánicos suelen ser:

- Temperatura controlada: ofrece la opción de mantener una atmosfera manipulable, que permite controlar el proceso de maduración de las frutas que contengan.
- Ventilados: se trata de contenedores marítimos provistos de aislante térmico y unos motores que proporcionan una alta ventilación. Son una solución idónea para productos como cebollas, patatas, ajos secos, café, etc...

Para el caso de los frutos secos, semillas y granos se usan contenedores secos rigurosamente sellados para evitar que penetre la humedad y pueda afectar la mercancía.

Los contenedores son llenados por el productor y enviados vía terrestre al puerto de salida, los principales puertos son Caucedo y Rio Haina, antes de su llegada se deben entregar los documentos requeridos (ver apartado 3.4), un vez completado esto, la línea naviera se encarga de embarcar el producto hasta destino donde serán retirados por el importador.

El costo de enviar un contenedor seco de 20 pies (1x20'), desde el Puerto Multimodal Caucedo hasta el Puerto Waigaoqiao en Shanghái (China) es de \$904.06 dólares aproximadamente y un contenedor reefer normal \$3,849.39 (cotización de Marítima Dominicana, MARDOM. Ver Anexo E).

Existen además otros puertos en China para contenedores, cabe mencionar que el puerto de Shanghái es uno de los más recurridos que existen por donde transitan millones de toneladas de carga, otros de los puertos son:

- Puerto de Shanghái
- Puerto de Dalian
- Puerto de Tianjin
- Puerto de Guangzhou
- Puerto de Xiamen

El transporte aéreo mueve una carga de 2,2 millones de toneladas de mercancías. Actualmente, China cuenta con 180 aeropuertos de aviación civil, incluido el segundo más activo del mundo en Beijing, a este se le incluyen:

- Aeropuerto de Pekín
- Aeropuerto de Dalian
- Aeropuerto de Shanghái
- Aeropuerto de Chengdu
- Aeropuerto de Guangzhou
- Aeropuerto de Shenzhen

3.7 Leyes y regulaciones

Desde el 28 de febrero de 2009 entro en vigencia la Ley de Seguridad Alimentaria de la República Popular China. Su objetivo es salvaguardar la seguridad alimentaria, la vida y salud de los consumidores.

Para lograr esto, se creó la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (GAQSIQ), el Ministerio de Sanidad (MOH) y la Administración Estatal de Industria y Comercio (SAIC), las cuales han formulado diversas medidas y permisos para regular la salud alimentaria.

Para obtener el permiso de exportación alimenticia se deben seguir los siguientes puntos (Prom Peru, 2015):

1. Solicitar la Licencia de Producción de Alimentos ante la GAQSIQ o su delegación local competente.
2. Los distribuidores de alimentos deben solicitar la Licencia de Distribución de Alimentos ante la delegación legal competente de la SAIC.

De acuerdo a la ley los fabricantes de alimentos, al adquirir materias primas alimentarias, aditivos alimentarios o productos relacionados con alimentos estarán obligados a examinar la licencia del proveedor y la documentación de cumplimiento de los productos. Asimismo, estarán obligados a llevar un registro de los resultados de la inspección y los datos de la compra (“Registro de Inspección de Compra”) y realizar una inspección en el momento de la salida de fábrica de sus productos (“Registro de Inspección de Salida de Fábrica”) que deberá incluir, entre otros datos (Prom Peru, 2015):

- Nombre del producto
- Especificación
- Cantidad adquirida
- Fecha de producción
- Número de lote de producción
- Número de certificado de inspección

- Nombre y datos de la persona de contacto del proveedor
- Fecha de compra o venta

En cuanto a las frutas y verduras, los requisitos son:

- Certificación sanitaria de lugar de producción
- Certificación de plantas de empaque
- Certificación del inicio del tratamiento en frío
- Etiquetado de envases. La caja debe ser limpia y sin uso, marcada obligatoriamente en inglés
- Certificado fitosanitario el cual debe constar con la siguiente declaración: “The consignment is in compliance with requirements described in the Protocol of phytosanitary requirements for the export of citrus from Dominican Republic to China and is free from quarantine pests of concern to China”.

La ley de Seguridad Alimentaria de la República Popular China contiene la norma GB 2763-2012 “Límites Máximos Residuales de Pesticidas en Alimentos” esta establece 322 límites de pesticidas.

Por otro lado, la norma GB2761-2011 establece los parámetros máximos de micotoxinas en alimentos” estipula los niveles máximos de Aflatoxina B1, Aflatoxina M1, Deoxynivalenol, Patulina, Ochratoxina A y zearalenona.

El etiquetado es manejado por la norma GB 7718 – 2011 Norma General para Etiquetado de Alimentos Preenvasados. El embalaje está controlado por la ley de Seguridad Alimentaria. Los artículos N° 32 y N° 62 estos establecen al menos 130 normas nacionales y 125 industriales para embalaje que deben cumplir con requerimientos de salubridad (residuo de evaporación, migración de elementos peligrosos).

Existen además otras leyes y regulaciones para la exportación de alimentos a China, las mismas pueden no ser de aplicación para la producción orgánica, o solo para algunos de estos productos.



**CAPÍTULO IV:
ANÁLISIS DE VIABILIDAD**

4.1 Productos potencialmente exportables

República Dominicana cuenta con una gran producción de productos orgánicos, además de ser líder en el mercado en exportación de banano, café, cacao orgánico, entre otros. Esta gran producción en dicho segmento de productos representa una oportunidad para expandir dicho mercado a otros países potenciales tales como china, ya que este presenta gran demanda de dichos productos. Lo que permite una negociación viable entre estos dos países. (Diario Libre, 2013)

El creciente interés de china por los productos orgánicos es cada vez mayor. Según fuentes oficiales, se muestra que este país tiene más de dos millones de hectáreas de terreno orgánico, sin embargo, dichas hectáreas no suplen el aumento de demanda de dichos productos. Lo que manifiesta que hay productos con mayor demanda a causa de la escasez de estos en china, dando paso a oportunidades de negociaciones entre estos países y haciendo estos productos potencialmente exportables.

Dichos productos con mayor poder exportables son aquellos más demandados, entre estos de acuerdo con su uso, consumo o alimentos que procesan. Entre dichos productos están azúcar orgánica, frutas secas, nueces y miel, productos a granel, frutas tropicales, frutas secas, nueces, especias, miel, café entre otros. Los más consumidos en el mercado interno son: porotos, nueces, vegetales, arroz, aceite, carne, huevos, leche, miel, frutas secas y tropicales, etc.

Se han realizado entrevistas a comerciales chinos por la ITC en el 2011, con el fin de saber de manera más profunda los productos orgánicos en saturación y cuales otros por su escasez eran más requeridos. Tomando en cuenta dicha entrevista hemos categorizado los productos más requeridos por dicho mercado, entre los que caben mencionar están:

- Alimentos procesados: En general aquellos relativos a abastecer la demanda de alimentos para infantes. Uno de los productos que lideran el mercado orgánico es la leche orgánica, en polvo y líquida.

- Cereales: algunos tipos de arroz y otros cereales podrían ser de interés en el mercado chino.
- Complementos alimenticios. Esta demanda está relacionada con el cambio de estilo de vida urbana.
- Vegetales y frutas orgánicas: En particular las frutas tropicales.
- Productos lácteos, alimentos para infantes, gourmet elaborados.

(Embajada de Argentina en Beijing, R. P. China, 2014)

Aquellos con interés en el mercado chino de frutas y vegetales frescos deberían prestar atención a dicho sector. En particular a los productores y los exportadores orgánicos extranjeros de frutas y vegetales frescos hacia china deberían comenzar a familiarizarse con los estándares y los procedimientos de certificación en china.

En los últimos años la demanda de productos orgánicos ha aumentado un 30%. Los alimentos orgánicos se han vuelto tan importantes y de tanto prestigio que ellos mismos deciden ir a las granjas a tomarlos.

Dichos productos divididos en categorías porcentuales referente principal categoría de consumo y demanda se divide de esta forma: Leche Fresca en un 37%, Aceite de cocina en un 35%, carne de cerdo un 33%, Carne de pollo un 26%. Carne vacuna un 26%. Los lugares más comunes de ser comprados son los supermercados, hipermercados, granjas y a veces comprados por servicios de llegada en 24 horas cuyo fin es que estos lleguen frescos al consumidor. (Biological Farmers of Australia, 2013)

No en todas las tiendas de china se encuentran productos orgánicos, sin embargo, el precio de estos no es problema, si es una opción más sana para ellos, ellos la prefieren. Estas son algunas de las características que hacen que dichos productos tengan potencial exportable.

4.2 Principales competidores

Ilustración 6



(Solano, 2016)

Este mercado con gran número de habitantes y sin la capacidad de cubrir la demanda presente de estos productos, hace que el sin número de competidores que vean oportuno este comercio crezca de manera paulatina en el tiempo. De manera que los competidores, en productos tales como la leche en polvo y líquida, frutas tropicales, frutos secos, cereales, uvas sean cada vez mayor.

Una encuesta realizada a una gran parte de los habitantes chinos muestra que el 70% de estos prefieren los productos orgánicos, ya que estos tratan de evitar a toda costa los productos que no sean de este reglón por causa de su salud. (Agrimundo, 2016). Por esta razón mercado chino está abierto a la importación de productos orgánicos de distintos proveedores como Chile, Argentina, Australia, Japón, República Dominicana entre otros países.

Uno de los mayores competidores es el mercado chileno ya que las exportaciones del mercado chileno a China fueron en aumento desde el año 2013 al 2015. Exportando toneladas de productos orgánicos a este mercado, por un monto de más de USD 2,2 millones. Entre los productos exportados podemos mencionar: Vinos, cerezas, Kiwis, miel, aceite, mosqueta y de oliva. Sin embargo, dichas estadísticas muestran un aumento del 2013 (2,2 millones) al 2015 (2,5 millones).

Además del mercado chino, Chile exporta a demás mercados del mundo productos orgánicos con un valor de USD 217 millones de dólares. China es solo un 1,06% del valor exportado de todos los productos que ellos exportan. (Agrimundo, 2016)

Otro de los principales competidores es Argentina, ya que produce una variedad de productos orgánicos, entre los que podemos citar: cereales, frutas tropicales, subtropicales, oliva, semillas oleaginosas, uvas, vegetales, etc. Este utiliza sus ventajas competitivas en este mercado para cubrir la demanda de China. Cubriendo la gran escasez de productos orgánicos de este país. (Embajada de Argentina en Beijing, R. P. China, 2014)

Además, hay marcas competidoras en productos específicos tales como Abbott and Ausnutria siendo una de las principales marcas proveedoras de leche orgánica en polvo, básicamente orientada al consumo de infantes. Mientras que en la producción de leche UHT y pasteurizada se encuentra en el mercado Yili, Mengniu and Green Yard. (Recabarren, 2013)

Cabe destacar que hay posibles países como México de convertirse en un gran competidor, aunque en estos momentos ellos solo son exportadores de aceites, automóviles turísticos, entre otros. Existe la posibilidad de que este país incursione en este mercado, pero en nuevas segmentaciones de productos como los orgánicos, lo que lo convierte en un futuro potencial exportador. (HSBC Banca de Empresas, 2017)

A pesar de que existan en el mercado competidores tales como Chile, Japón, Argentina, entre otras marcas reconocidas, República Dominicana es altamente competitivo en cuanto a la producción de productos orgánicos se refieren ya que un monitoreo realizado por la institución de agricultura muestra el evidente incremento que ha tenido la producción de rubros orgánicos en este país. Además del enorme potencial de producción de estos productos por su gran disponibilidad de hectáreas de tierra.

La producción de productos orgánicos en República Dominicana representa una actividad importante y Social, no solo por su fuerte demanda en mercados

extranjeros tales como Estados Unidos, Europa y china, sino también por el bienestar de los productos consumidos por sus habitantes.

Entre sus ventajas competitivas cuenta con una plataforma sólida de producción, mercado interno y externo de productos agrícolas orgánicos, junto con su incremento paulatino de hectáreas de tierra cada vez más a la disposición para el cultivo de estos. (Rubens, 2011)

La competitividad de este segmento va aumentando de forma tal que las autoridades buscan desarrollar el potencial de esta área, y responder a los mercados más demandantes como Estados Unidos, Europa y China. Otra característica que provee facilidad a la gran producción de estos productos es su ubicación geográfica, su potencial productivo y exportable. Lo que posiciona a República Dominicana por estos y demás aspectos como uno de los mayores competidores de productos orgánicos hacia estos países.

4.3 Oportunidades en el mercado chino

Las buenas expectativas de desarrollo convierten a este mercado en uno de los más atractivos del mundo. A pesar de que China cuenta con una producción variada, la oferta aún es limitada, por la escasez de producción que ellos tienen de dichos productos, lo que abre paso a los demás países de poder exportar hacia china estos productos. El mercado interno potencial: La demanda de consumo del mercado interno continúa en expansión impulsada por consumidores quienes perciben una mayor utilidad en el consumo de productos naturales. Sin embargo, china no tiene la capacidad suficiente de abastecer la demanda interna, por ende, es una gran oportunidad para los demás países comercializar los productos orgánicos de manera más fácil. (Embajada de Argentina en Beijing, R. P. China, 2014)

La demanda de los productos alimenticios, como los orgánicos va en aumento, impulsada por la preocupación de sus habitantes al concientizarse

nutricionalmente y entender que necesitan el consumo de alimentos más sano. Los chinos están dispuestos a pagar mucho más por los productos orgánicos, para satisfacer esta demanda, y por este mismo auge ya no es utilizado pesticidas en muchos productos, por el bienestar de los consumidores.

Este auge de la seguridad en los alimentos ha tenido tanta importancia que fue votada como la tercera preocupación más importante para el ciudadano común chino este año, ascendiendo desde el séptimo lugar al tercero en el 2013. (Hoy Digital, 2014)

En china se ha producido una gran oportunidad de venta del mercado orgánico, producto a los innumerables escándalos producidos. Entre estos los de la leche lactante con contenido de melanina y la carne de diversas ratas vendidas como corderos, engañando así al pueblo chino.

Otra preocupación fue la contaminación del agua, ya que en los ríos fueron encontrados cerdos muertos, provocando alarmantes estragos en dicho mercado.

Estos factores produjeron un incremento de preocupación sanitario y de temor al momento de comprar productos. Con esto se abre paso al mercado orgánico y la elección de una vida más sana.

Cada uno de estos puntos a tratar da cabida a las grandes oportunidades de los mercados internacionales en impulsar los productos orgánicos hacia china. Lo que a su vez produjo un incremento en el interés de la población en los productos orgánicos a un 80% según estadísticas. (Embajada de Argentina en Beijing, R. P. China, 2014)

CONCLUSIÓN

Lo expuesto a lo largo de esta monografía, ha explicado de manera amplia los beneficios obtenibles de observar el mercado chino como un socio comercial de gran relevancia para el sector de productos orgánicos de la República Dominicana. Sin duda alguna, el fomento a la relación comercial y la facilitación del comercio entre estas naciones fueron la base que motivó esta investigación.

Según los hallazgos obtenidos de distintas fuentes y los datos estadísticos recopilados, el objetivo general de esta exploración de evaluar el mercado chino como receptor de exportación de productos orgánicos con origen en República Dominicana es una oportunidad altamente viable para ambas naciones.

Desde luego, se espera que las informaciones expuestas en este trabajo de investigación sirvan para provocar el aumento en las relaciones comerciales bilaterales de estos países. Además, funcionar como guía explicativa para los productores dominicanos al momento de querer dirigir su producción hacia consumidores altamente potenciales y en busca de suplir su demanda de consumo.

Aunque sin duda alguna fueron señaladas las limitaciones de la producción dominicana, el país cuenta con fortalezas ventajosas para poder enlazar efectivamente con consumidores chinos. En la búsqueda, se encontraron estrategias de comercialización propicias que buscan seguir al pie de la letra los requisitos de este mercado para de esta manera disminuir las posibles restricciones que podrían aparecer en el camino comercial.

Al analizar el sector agrícola de la República Dominicana, se afirma que cuenta con la capacidad exportadora para expandir su mercado y su producción. Añadiendo esto a que los consumidores chinos se encuentran demandando productos orgánicos de calidad, solo se debe adecuar la producción a los requerimientos de este mercado para de esa forma, la República Dominicana pueda posicionarse con más fuerza en el sector de productos orgánicos.

Un hallazgo importante durante el proceso es el hecho de que tanto la población y la industrialización china como el mercado de productos orgánicos se encuentra cada vez más en crecimiento, lo que significa que China, a pesar de ser un gran productor agrícola, no podrá satisfacer su demanda con producción propia, pues es cada vez más diminuto el espacio de siembra y cosecha.

Además de ello, debido a los numerosos escándalos alimenticios que ha pasado la población china, han descreditado su propio mercado. Haciendo entonces, que el consumidor, que solía preferir los productos de origen chino a los del mercado extranjero, ahora prefieran productos debidamente certificados para proporcionar seguridad alimentaria y beneficios de consumo.

Finalmente, cabe destacar que se utilizó data actualizada en la medida de lo posible para poder suministrar datos que puedan ser utilizados para facilitar las relaciones bilaterales entre Republica Dominicana y China durante los próximos años.

RECOMENDACIONES

- Es de suma importancia conocer las costumbres, tendencias sociales, culturales, económicas y hasta tecnológicas de un mercado, antes de introducirse en este. Dichas tendencias permiten conocer dicho país, de manera que, cada país sepa a qué tipo de mercado se está enfrentando, además de conocer cuál es su demanda.
- Manejar los canales de distribución, patrones de consumo o preferencias al momento de la decisión de compra del consumidor chino. De esta misma forma, conocer las características, la importancia de la relación calidad/precio, necesidad de consumo, el valor de las marcas y la reputación comercial, entre otros aspectos.
- Dominar a fondo la cultura china, nos dará acceso a conocer cuáles son las necesidades de dicho mercado. Por ello, es recomendable saber acerca de su idioma, sus costumbres, su historia. Un ejemplo de esto sería que se cultiven valores como la humildad y el respeto que se exigen en el ámbito de los negocios y otros aspectos sociales.
- Estudiar las limitaciones de China para satisfacer con producción propia el mercado de los productos orgánicos. Las mismas relacionadas al crecimiento de la población, factores medio ambientales y preferencias del consumidor.
- Al conocer que existe esta necesidad, es prioritario saber en qué áreas del mercado y que rubros de productos se encuentran en escasez. De este modo los mercados exteriores pueden aprovechar la oportunidad para ir a suplir dichas demandas. A su vez aprovechar el comercio y las relaciones bilaterales producirán una mayor movilización de capital, y enriquecerá el comercio internacional.

ANEXOS

Anexo A

No.	Numero de autorización	Nombre	Código	Dirección	Tel (Cod. China +86)	Persona de contacto
1	CNCA-R-2002-100	China Organic Food Certification Center (COFCC)	744740589	59 Xueyuan South Road, Haidian District, Beijing 100081, China	010-62131243	Wang Huafei
2	CNCA-R-2007-151	Beijing CO-OPS Integrity Certification Center (COIC)	663734769	305 of Building 1, No.15 Zuojiazhuang, Chaoyang District, Beijing, China	010-88850617	Zhang Xiangmao
3	CNCA-RF-2013-47	BCS China	79238171X	College of Hunan Biomechanical Engineering, Donghu District, Changsha 410127, China	0731-84637041	
4	CNCA-R-2002-089	Harbin Province Agricultural Products Certification Center	731369346	No.1218, Chuangxin road, Songbei District, Harbin, Heilongjiang Province, China	0451-51969357	Zhang Chunhong
5	CNCA-R-2013-142	Jilin Province Agricultural Products Certification Center	412755733	No.1088, Dongnanhuda Road, Changchun, Jilin Province, China	0431-85237221	Xu Xuecai
6	CNCA-R-2004-134	Organic Food Development Center, MEP of China	738877458	8 Jiangwangmiao Street, Nanjing 210042, China	025-85287271	
7	CNCA-RF-2006-45	ECOERT China	717712750	Room 4015, Administrative Building, 10 Tianxlu Road, Haidian District, Beijing 100091, China	010-62827070/ 62827171/62827272	Geng Yunxia
8	CNCA-R-2004-129	Beijing CHC Center	747543345	Room 502, 1 Building, 23 Binghe Road, Xuanwu District, Beijing 100081, China	010-57269682	Kou Shujun
9	CNCA-R-2003-115	Beijing Continental Hengtong Certification Co.,Ltd	721497504	Room 303 Mingliuwei Mansion, No.18 in Jiaomen, Fengtai District, Beijing, China	010-63180681	Liu Yijun
10	CNCA-R-2002-015	Wit Assessment	721067969	17-18, Hengxindasha, No.588 of Jiangnandadao, Binjiang District, Hangzhou, Zhejiang Province, China	0571-87902303	Li Si
11	CNCA-R-2002-084	Beijing FQCC Quality Certification Co., Ltd	742612786	No.82, Donghuamen Street, Dongcheng District, Beijing China	010-52227546	Wang Guibiao
12	CNCA-R-2002-105	China Environmental United Certification Center Co., Ltd	739396429	1 Yuhuanlu, Chaoyang District, Beijing 100029, China	13911177163	Chen Yanping
13	CNCA-R-2002-001	China Quality Certification Center(CQC)	717802035	Section 9, 188 Nansihuan West Road, Beijing 100070, China	010-83886666	
14	CNCA-R-2002-013	Gainshine Assessment Co., Ltd. (GAC)	142918087	25F, New Century Mansion, 15 Miduqiao Road, Hangzhou 310005, China (Buzon 1250 Hangzhou)	0571-85067764	
15	CNCA-R-2004-131	Environmental Research Institution of Xinjiang Production and Construction Corps,	751654769	No.159 Hongshan Road, Shuimogou Urumqi 830009, China	0991-2325271	
16	CNCA-R-2004-133	Certification Center of North-West University for Agriculture and Forestry Engineering	770031356	28 Xinong Lu, Yangling District, Shanxi 712200, China	029-87091495	
17	CNCA-R-2004-128	Liaoning Environmental Organic Food Certification center (LEOFCC)	117911692	No.32, Chongshandong Road, Huanggu District, Shenyang, China	024-31658020	
18	CNCA-R-2004-122	Fangyuan Organic Food Certification Center	742791665	Flat A, 11, F Liyang Commercial Building, 106 Huanghe South Street Huanggu District, Shenyang 110031, China	024-86806565	
19	CNCA-R-2003-096	Organic Tea Research and Development Center (OTRDC)	751704885	1 Yunqi Road, Hangzhou 310008, China	0571-86653153	
20	CNCA-R-2002-007	Guangdong Zhongjian Certification Co., Ltd.(GZCC)	190379487	4F, Huajiang Building, 227 Guangzhou Dadaozhong, Guangzhou 510600, China	020-87369001	
21	CNCA-R-2002-002	China Quality Mark Certification Center (CQM)	718701228	33 Zengguang Road, Haidian District, Beijing 100037, China	010-68477287	
22	CNCA-R-2002-028	Beijing ZAZH Certification Center	802107782	22F, 1 Building, 58 Dongsanhuan South Road, Chaoyang District, Beijing 100022, China	010-58673510	Ren Qingcai
23	CNCA-R-2010-145	Beijing Orient Jiahe Certification Co., Ltd	771970793	2B-316, Guiguliangcheng, No.1 Nongdanan Road, Haidian District, Beijing China	010-62827900	Zhang Youting
24	CNCA-RF-2007-50	CERES China	717881415	Room 505, Building 5, No.1023 of Kongjiang Road, Yangpu District, Shanghai 200093, China	021-61483660	

Agencias Certificadoras de Productos Orgánicos de China acreditados por la CNCA (China Organic Food Certification Center)

(Agrichina, 2015)

Anexo B

Según el ranking del Doing Business 2015, República Dominicana es el país más competitivo a nivel de Centroamérica dentro en la cantidad de documentos, tiempo necesario para exportar e importar. También es el segundo país con costos más bajos para exportar e importar.

País	Indicadores Comercio Transfronterizo «Doing Business 2015»		
	Documentos para EXPORTAR (número)	Tiempo para EXPORTAR (días)	Costo de exportación (US\$ por contenedor)
Rep. Dom.	4	8,0	1.040,0
El Salvador	7	13,0	1.045,0
Guatemala	8	17,0	1.355,0
Nicaragua	5	21,0	1.140,0
Costa Rica	5	14,0	1.020,0
Honduras	5	12,0	1.450,0
Haití	8	28,0	1.200,0
Estados Unidos	3	6,0	1.224,0

(Dirección General de Aduanas, 2015)

Anexo C

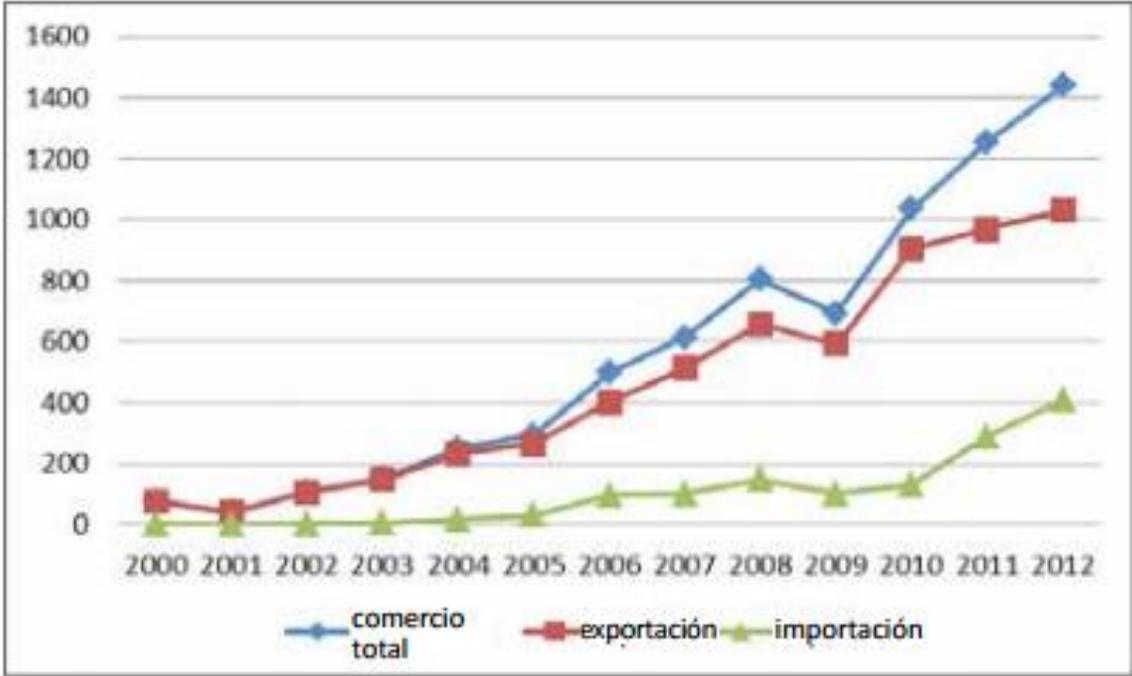
Producto	Organismo que lo expide	Números de contactos y correos
Certificado Fitosanitario de Exportación para la exportación de plantas, productos y subproductos de origen vegetal hacia los mercados internacionales	Oficina de Cuarentena Vegetal del Ministerio de Agricultura	Autopista Duarte, Km. 6½, Jardines del Norte . Santo Domingo, República Dominicana Tel.: (809) 547-3888 Fax: (809) 227-1268 Info@agricultura.gob.do www.agricultura.gob.do
Certificado Zoosanitario de Exportación para la exportación de productos de origen animal	Oficina de Sanidad Animal del Ministerio de Agricultura	
Permiso para Alimentos y Bebidas	Ministerio De Salud Pública	Av. San Cristóbal esq. Tiradentes, Ens. La Fe Santo Domingo, República Dominicana Tel.: (809) 541-3121 correo@sespas.gov.do www.sespas.gov.do
Tabaco	Instituto del Tabaco, INTABACO	Autopista Dr. Joaquín Balaguer. Quinigua, Villa González, Santiago, República Dominicana Apartado postal 153 Tel.:(809)-580-0066 www.intabaco.gov.do

Producto	Organismo que lo expide	Números de contactos y correos
Azúcar	Instituto Azucarero Dominicano, INAZUCAR	AV. JIMENEZ MOYA, APARTADO 667, SANTO DOMINGO TEL.: (809) 532-5571 / 74 FAX :(809) 533-2402 Correo: inst.azucar2@codetel.net.do www.inazucar.gov.do
Café	Consejo Dominicano del Café (CODOCAFE)	Av. Independencia esq. Calle Larimar No. 58, Santo Domingo, República Dominicana. Tel.: (809) 533-1984 Fax: (809) 487-0168 correo: info@codocafe.gov.do www.codocafe.gov.do

(Dirección General de Aduanas, 2015)

Anexo D

Comercio bilateral China-República Dominicana 2000-2012 (en millones de dólares)



(FUNGLODE, 2015)

Anexo E

Cotizaciones de contenedores

Contenedor 1x20' Seco

EQU Size + Type	Charge Type	Occurring At	Revenue Charge Code	Basis	Weight Class	Charge UOM	Base RCC	Tariff Rate	Curr.
20' GP	OF	OCEAN	OFREIGHT	CONTAINER				300.00	USD
	TC	OCEAN	ISPS CAR	CONTAINER				12.00	USD
	TC	OCEAN	BAF	CONTAINER				70.00	USD
	LS	ORIGIN	THC EX	CONTAINER				200.00	USD
	LS	DESTINATION	THC IM	CONTAINER				810.00	CNY
	LS	DESTINATION	DOC F IM	B/L				500.00	CNY
	LS	DESTINATION	EMFE	CONTAINER				20.00	USD

Contenedor 1x20' Refrigerado

EQU Size + Type	Charge Type	Occurring At	Revenue Charge Code	Basis	Weight Class	Charge UOM	Base RCC	Tariff Rate	Curr.
20' RF	OF	OCEAN	OFREIGHT	CONTAINER				3100.00	USD
	TC	OCEAN	ISPS CAR	CONTAINER				12.00	USD
	TC	OCEAN	BAF	CONTAINER				120.00	USD
	TC	OCEAN	BAF	CONTAINER				125.00	USD
	LS	ORIGIN	THC EX	CONTAINER				265.00	USD
	LS	DESTINATION	THC IM	CONTAINER				900.00	CNY
	LS	DESTINATION	DOC F IM	B/L				500.00	CNY
	LS	DESTINATION	EMFE	CONTAINER				20.00	USD

Documentos solicitados a MARDOM, con las siguientes especificaciones: El puerto de salida es Caucedo con destino al Puerto Waigaoqiao en Shanghai (China); los mismos contendrán frutas / verduras frescas y granos / frutos secos respectivamente.

Anexo F

Principales empresas involucradas en la exportación y elaboración de algunos productos orgánicos en la República Dominicana

Empresa	Productos
Américo Melo & Co. C.X.A	Café
Caribbean fruit	Bananos
Caribex Dominicana	Puré de mango
Confederación Nacional de Cacaocultores	Café, mantequilla de cacao
Ecofair S.A Y/O Supliban S.A.	Bananos
Grupo de Desarrollo Rural	Café verde
Grupo de Desarrollo Rural Nacional, Inc.	Café
Horizontes Orgánicos C.X.A	Bananos, aceite de coco, mangos, café, cacao
Plantaciones del Norte	Bananos, piñas
Procesadora de Caña Orgánica, Cruz Verde	Jarabe de azúcar, azúcar, melazas
Reno, S.A.	Piñas frescas
Savid S.A.	Bananos, mangos, cocos
Banelino	Bananos
Banama	Bananos
Ekobananeras	Bananos
CONACADO	Cacao
APROCACI	Cacao
CAFIESA RD, Inc	Cacao
Comercial Roig C.X.A	Cacao
Nazario Risek, C.X.A	Cacao, Café, Limón Persia
Ramírez & Co	Café
Américo Melo & Co	Café
Fénix Trading	Frutas y Vegetales Frescos
Bioberg	Bananos
Eko-Bio Dominicana	Café, Azúcar
ADOCAFES	Café
Wellington Liriano	Aguacate, Piña, Passion Fruit
Comercial Agrícola FMD	Aguacates, Plátanos y Naranjas
Bon Agro-Industrial	Pulpa de Mango

(Centro de exportación e inversión de la República Dominicana)

Anexo G

PRODUCTOS	2014				2015			
	Producción	Importación	Exportación	Consumo				
				Estimado	Producción	Importación	Exportación	Consumo Estimado
Arroz***	11,729,081	427,511	399,897	11,756,695	11,812,172	377,385	305,890	11,883,666
Habichuelas**	823,329	459,896	181,490	1,101,735	594,088	997,681	184,759	1,407,010
Guandul	542,854	82	1,278	541,658	461,817	1,148	602	462,364
Raíces y Tubérculos								
Batata	988,045	154	168,364	819,835	910,732	1,630	197,906	714,456
Papa *	1,481,380	83,796	72,776	1,492,400	1,606,283	140,986	76,190	1,671,079
Ñame	555,134	-	8,276	546,858	640,390	-	6,891	633,499
Yautía	621,265	24,34	32,848	588,441	687,793	20	24,347	663,466
Yuca	3,932,393	-	14,291	3,918,102	3,514,296	-	5,190	3,509,106
Hortalizas y Vegetales								
Ajo	59,826	112,679	75	172,430	74,050	105,600	66	179,584
Cebolla Roja	1,338,160	122,488	438	1,460,210	1,269,203	150,915	8,282	1,411,836
Berenjena	489,498	104	201,309	288,293	462,307	447	333,733	129,022
Auyama	854,044	29	93,487	760,585	762,139	38	5,423	756,754
Ajies	897,596	210	296,835	600,972	971,500	10,731	183,942	798,289
Pepino	278,503	80	130,330	148,253	275,195	377	182,396	93,176
Zanahoria	918,121	5,285	140,291	783,115	1,000,649	8,470	128,184	880,935
Frutas								
Aguacate	11,330,784	12	424,837	10,905,959	11,605,843	924	336,737	11,270,030
Lechosa	15,537,720	398	66,276	15,471,843	16,713,198	371	64,118	16,649,451
Piña	9,618,750	-	105,023	9,513,727	9,020,233	794	152,349	8,868,677
Melones	881,965	4,218	38,622	847,561	975,292	20,031	47,893	947,430
Chinola	1,035,009	-	3,525	1,031,484	1,138,136	62	16,192	1,122,006
Naranja (Agria y dulce)	3,690,780	142	73,995	3,616,927	3,304,258	6,487	51,849	3,258,896
Musáceas								
Guineo (Racimos)	40,999,592	766	13,878,289	27,122,069	41,523,198	2,841	16,102,009	25,424,030
Plátano (Miles de Unds)	2,467,341	-	35,511	2,431,830	2,193,179	3,441	19,523	2,177,097
Productos Pecuarios								
Carne de Res	1,734,002	84,781	4,747	1,814,036	2,099,125	91,248	2,628	2,187,745
Carne de Pollo	6,772,127	660,853	203,868	7,229,112	6,975,029	788,314	167,656	7,595,686
Carne de Cerdo	1,610,956	296,788	1,921	1,905,823	1,634,758	459,639	42	2,094,355
Leche (Miles de Litros)	623,900	310,586	84	934,401	655,759	518,583	4,699	1,169,643
Huevos (Miles de Unds)	1,721,000	-	79,039	1,641,961	1,746,325	-	64,289	1,682,036

* Las importaciones de Papa incluyen Papa para Consumo fresco y Papa Precocida.

** A partir del 2012 los datos incluyen todas las Habichuelas.

*** Las exportaciones e importaciones de arroz a partir del 2012, incluye Arroz: Partido, Paddy, Descascamillado, Semiblanqueado o Blanqueado.

FUENTE: Informaciones de Exportaciones e Importaciones de la Dirección General de Aduanas.

Elaborado por el Ministerio de Agricultura de la República Dominicana, Departamento de Economía Agropecuaria.

(Ministerio de Agricultura, 2017)

BIBLIOGRAFÍA

- Agrimundo. (23 de Septiembre de 2016). *China: tendencias de consumo hacia alimentos más saludables*. Obtenido de Agrimundo: <http://www.agrimundo.cl/?p=33439>
- Arana, I. (20 de Enero de 2017). *La economía China creció un 6.7% en 2016*. Obtenido de El Mundo: <http://www.elmundo.es/economia/2017/01/20/5881ae5e46163f04478b459b.html>
- Becerr, P. A. (Junio de 2008). *LAS REFORMAS EN CHINA Y SU ÉXITO ECONÓMICO: UNA BREVE DESCRIPCIÓN*. Obtenido de Observatorio de la Economía y la Sociedad China: <http://www.eumed.net/rev/china/07/pavb.htm>
- Betances, J. R. (26 de Noviembre de 2014). *La competitividad agrícola de República Dominicana*. Obtenido de Acento : <http://acento.com.do/2014/opinion/8198446-la-competitividad-agricola-de-republica-dominicana/>
- Biological Farmers of Australia. (2013). *Crece el mercado Orgánico en China*. Obtenido de Cultura Organica: <http://www.culturaorganica.com/html/magnified.php?ID=38&PAG=26&PAGDER=1>
- Buchot, E. (2017). *Agricultura China*. Obtenido de Voyages Photos Manu: http://www.voyagesphotosmanu.com/agricultura_china.html
- CEIRD. (s.f.). *Perfil Económico de Productos Orgánicos en República Dominicana*. Obtenido de Perfil Económico de Productos Orgánicos: http://www.ceird.gov.do/estudios_economicos/estudios_productos/perfiles/PRODUCTOS_ORGANICOS.pdf
- Consejo Nacional de Competitividad. (2015). *Relaciones comerciales entre China y Latinoamérica*. Obtenido de Consejo Nacional de Competitividad: <http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2015/08/Relaciones-comerciales-entre-China-y-Latinoam%C3%A9rica.pdf>
- Cruz, S. B. (22 de Octubre de 2015). *Comercio entre RD y China va en aumento*. Obtenido de Listin diario: <http://www.listindiario.com/economia/2015/10/22/393109/comercio-entre-rd-y-china-va-en-aumento>
- Diario Libre. (23 de Septiembre de 2013). *La República Dominicana afianza su liderazgo en la agricultura orgánica*. Obtenido de Diario Libre: <https://www.diariolibre.com/noticias/la-republica-dominicana-afianza-su-lderazgo-en-la-agricultura-orgnica-BMDL403424>
- Dominicana Online. (n/a). *Perfil de productos orgánicos*. Obtenido de Dominicana Online: <http://www.dominicanaonline.org/portal/documentos/Perfil%20de%20Productos%20Org%C3%A1nicos.pdf>

- Editorial Funglode. (2015). *La República Dominicana y la República Popular China: intercambio, comercio e inversión*. Obtenido de Editorial Funglode :
<http://editorialfunglode.com/documents/LibrosGratis/rd-china-intercambio-comercio-inversion.pdf>
- Embajada de Argentina en Beijing, R. P. China. (Noviembre de 2014). *Mercado de productos organicos en China* . Obtenido de Argentina Tradenet:
<http://www.argentinatradenet.gov.ar/sitio/datos/docus/mercado%20de%20organicos%202013.pdf>.
- Fuentes, F. (11 de Enero de 2014). *China prosigue ascenso y sobrepasa a EEUU como líder de comercio mundial*. Obtenido de La Tercera: <http://www.latercera.com/noticia/china-prosigue-ascenso-y-sobrepasa-a-eeuu-como-lider-de-comercio-mundial/>
- Gómez, P. B. (2013). *EL ASCENSO ECONÓMICO DE ASIA-PACÍFICO: CONTORNOS, ALCANCE E IMPLICACIONES ESTRATÉGICAS*. Obtenido de Pendiente de Migracion :
<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/eid/pb/Bustelo%20-%20AsiaCE10.pdf>
- Hechem, T. (19 de Agosto de 2015). *Descubre los escándalos alimenticios más inquietantes de China*. Obtenido de UPSOCL: <http://www.upsocl.com/comunidad/descubre-los-escandalos-alimenticios-mas-inquietantes-de-china/>
- Hoy Digital. (18 de Marzo de 2014). *Chinos pagan mas para evitar alimentos contaminados* . Obtenido de Hoy Digital: <http://hoy.com.do/chinos-pagan-mas-para-evitar-alimentos-contaminados/>
- HSBC Banca de Empresas. (21 de Febrero de 2017). *Oportunidades para abrirse camino en China*. Obtenido de Global Coneections:
<https://globalconnections.hsbc.com/mexico/es/articles/oportunidades-para-abrirse-camino-en-china>
- LA NACIÓN (ARGENTINA) / GDA. (11 de Enero de 2016). *China expande su demanda de alimentos*. Obtenido de El Pais: <http://www.elpais.com.uy/economia-y-mercado/china-expande-demanda-alimentos.html>
- Ministerio de Agricultura. (2016). Santo Domingo : Departamento de seguimiento, control, evaluacion y departamento de cacao.
- Ministerio de Agricultura. (2017). *Valor agregado del Secor Agropecuario en terminos monetarios y tasa de crecimiento, 2007-2016*. Santo Domingo : Ministerio de agricultura.
- Ministerio de Salud, Organización Panamericana de la Salud, Oficina regional de la Organización Mundial de la Salud. (Noviembre de 2003). *Efectos de los plagicidas en la salud y ambiente en Costa Rica*. Obtenido de Productos organicos Costa Rica:

<http://productosorganicoscostarica.com/wp-content/uploads/2014/08/ops-plaguicidas1.pdf>

Mundo Dominicano. (2016). *El País - Geografía*. Obtenido de Mundo dominicano:
<http://www.mundodominicano.net/respuesta.php?idpregunta=26&idcapitulo=2&idseccion=3>

National Bureau of Statistics of China. (2016). *China Statistical Yearbook 2016*. Obtenido de National Bureau of Statistics of China:
<http://www.stats.gov.cn/tjsj/ndsj/2016/indexeh.htm>

Oficina de Control Agricultura Orgánica. (Febrero de 2011). *BREVE RESEÑA DEL ESTADO ACTUAL DE LA AGRICULTURA ORGANICA EN LA REPÚBLICA DOMINICANA*. Obtenido de Ministerio de Agricultura:
<file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Rese%C3%B1a%20del%20Estado%20Actual%20de%20la%20Agricultura%20Organica%20en%20Rep%C3%ABlica%20Dominicana,%202012.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2001). *Los Mercados Mundiales de Frutas y Verduras Orgánicas: REPUBLICA DOMINICANA*. Obtenido de Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura:
<http://www.fao.org/docrep/004/y1669s/y1669s0k.htm>

Recabarren, P. (Septiembre de 2013). *Productos orgánicos: exportación e importación 2012-2013*. Obtenido de OFICINA DE ESTUDIOS Y POLÍTICAS AGRARIAS:
http://www.prochile.gob.cl/int/america-central-y-el-caribe/wp-content/blogs.dir/37/files_mf/1392138811ProductosorganicoschilenosExpImp20122013.pdf

Rubens, E. (Febrero de 26 de 2011). *RD con mayor oportunidad para exportación productos orgánicos*. Obtenido de Hoy Digital: <http://hoy.com.do/rd-con-mayor-oportunidad-para-exportacion-productos-organicos/>

Santander. (Junio de 2017). *TRÁMITES ADUANEROS EN CHINA*. Obtenido de Santander Trade Portal: <https://es.portal.santandertrade.com/gestionar-embarques/china/tramites-aduaneros-importacion>

Solano, E. B. (2016). *Perú: Guía comercial de productos orgánicos*. Obtenido de Monografías :
<http://www.monografias.com/trabajos89/guia-comercial-exportar-productos-organico-peru/guia-comercial-exportar-productos-organico-peru.shtml>

Vega, E. Z. (2015). *China: 30 años de reformas y disminución de la pobreza. Políticas especiales y base ideológica*. Obtenido de Orientando:
<https://www.uv.mx/chinaveracruz/files/2013/02/2-china-30-anos-de-reformas-y-disminucion-de-la-pobreza.pdf>

- Agrichina. (26 de Mayo de 2015). *Agencias Certificadoras de Productos Orgánicos de China acreditados por la CNCA*. Recuperado el 2017, de Agrichina:
http://www.agrichina.org/admin/kindeditor-4.1.2/attached/file/20150526/20150526161746_7682.pdf
- Prom Peru. (2015). *Siicex*. Obtenido de
<http://www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/985662904rad923CA.pdf>
- Tiba, G. (N/A). *Transporte marítimo*. Obtenido de <http://www.tibagroup.com/es/transporte-maritimo-contenedor-reefer>
- Centro de exportación e inversión de la República Dominicana . (s.f.). *Perfil Económico de Productos Orgánicos en República Dominicana*. Santo Domingo: Gerencia Inteligencia de Mercados .
- Dirección General de Aduanas. (2015). *LAS MERCANCÍAS & LAS ADUANAS*. Santo Domingo : Dominicana Exporta.
- Export Entreprises SA. (Junio de 2017). *China: Distribuir un producto* . Obtenido de Santander Trade: <https://es.portal.santandertrade.com/analizar-mercados/china/distribuir-un-producto>
- FUNGLODE. (2015). *La República Dominicana y la República Popular China: intercambio, comercio e inversión*. Santo Domingo: Editorial Funglode.
- Ministerio de Agricultura. (2017). *Consumo Estimado Principales Productos Agropecuarios (Frescos) 2002-2015*. Santo Domingo: Departamento de economía agropecuaria.