DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Trabajo de Grado para optar por el Título de:

Licenciatura en Negocios Internacionales

Tema:

‘’Análisis de viabilidad para la exportación de Manteca de Cacao Munné hacia Argentina, año 2020. Caso: Munné SRL’’.

Sustentantes:

Shayline De Castro	2016-1336
Ivanessa Sánchez	2016-2194
Axcelyn Tejada	2016-1979

Asesora:

Julissa Castro Terrero

Santo Domingo, Distrito Nacional, Rep. Dom.

Marzo 2020

DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

ESCUELA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Trabajo de Grado para optar por el Título de:

Licenciatura en Negocios Internacionales

Tema:

‘’Análisis de viabilidad para la exportación de Manteca de Cacao Munné hacia Argentina, año 2020. Caso: Munné SRL’’.

Sustentantes:

Shayline De Castro	2016-1336
Ivanessa Sánchez	2016-2194
Axcelyn Tejada	2016-1979

Asesora:

Julissa Castro Terrero

“Los conceptos expuestos en esta investigación son de la exclusiva responsabilidad de sus sustentantes”.

Santo Domingo, Distrito Nacional, Rep. Dom.

Marzo 2020

‘’Análisis de viabilidad para la exportación de Manteca de Cacao Munné hacia Argentina, año 2020. Caso: Munné SRL’’.

ÍNDICE DE CONTENIDO

AGRADECIMIENTOS 9

DEDICATORIAS 11

INTRODUCCIÓN 18

RESUMEN EJECUTIVO 21

CAPÍTULO I. 24

LA EXPORTACIÓN Y EL COMERCIO EXTERIOR EN LA REPÚBLICA DOMINICANA 24

1.1 La Exportación y el Comercio Exterior Dominicano 25

1.1.1 Características del Comercio Exterior de R.D. 26

1.2 Acuerdos en los que la República Dominicana es signatario 30

1.2.1 DR-CAFTA 31

1.2.2 DR-CARICOM 33

1.2.3 Acuerdo de Alcance Parcial con Panamá 34

1.2.4 Acuerdo de Asociación Económica (AAE) 34

1.2.5 Convenios 35

1.3 Modelos de Entrada al mercado internacional 37

1.3.1 Exportaciones 38

1.3.2 Joint Venture 39

1.3.3 Licenciamientos 40

1.3.4 Franquicias 40

1.4 La exportación 41

1.4.1 Conceptos de exportación 42

1.4.2 Características 43

1.4.3 Requisitos Generales para exportación de bienes desde República Dominicana 44

1.4.3.1 Documentación requerida 44

1.4.3.2 Procedimiento de exportación 46

1.4.4 Régimen Aduanero 47

1.4.5 Exportación de productos agrícolas en la República Dominicana 49

CAPÍTULO II. 51

ARGENTINA Y SU RELACIÓN CON LA REPÚBLICA DOMINICANA 51

2.1 Argentina 52

2. 2. Situación Económica Comercial de Argentina 54

2. 2.1 Indicadores socioeconómicos. 57

2.3 Análisis FODA de Argentina 58

2.4 Exportaciones de Argentina 59
2.5 Importaciones de Argentina 60
2.6 Principales Socios Comerciales 62
2.7 Normas técnicas para la importación en Argentina 64
2.7.1 Requisitos para la importación de alimentos en Argentina 71
2.8 Importación de Manteca de Cacao 73
2.9 Empresas importadoras de manteca de cacao 74
2.10 Términos comerciales 75
2.11 Relación comercial entre República Dominicana y Argentina 76
2.11.1 Exportaciones de productos dominicanos a Argentina 80
CAPÍTULO III. 81
CARACTERÍSTICAS Y EXPORTACIONES DEL CACAO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA 81
3.1 Sector Agroindustrial Dominicano 82
3.2 Análisis FODA del Sector Agroindustrial Dominicano 85
3.3 El Cacao 87
3.3.1 Origen del Cacao 87
3.3.2 Origen del Cacao 88
3.3.2.1 Cultivo del cacao orgánico en la República Dominicana 89
3.3.3 Variedades del Cacao 90
3.3.4 Exportación del Cacao 91
3.3.5 Principales destinos de exportación del Cacao de República Dominicana 92
CAPÍTULO IV. 94
MUNNÉ SRL: EMPRESA PRODUCTORA Y EXPORTADORA DE CACAO 94
4.1 Munné y Co.: su creación 95
4.1.1 El Presente y la Misión 96
4.2 Cartera de productos 97
4.3 Estrategias de internacionalización 97
CAPÍTULO V. 103
ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE MANTECA DE CACAO MUNNÉ HACIA ARGENTINA, AÑO 2020. CASO: MUNNÉ SRL. 103
5.1 Justificación del estudio de Viabilidad 104
5.2 Objetivos del estudio de análisis de Viabilidad 105
5. 3. Presentación y análisis de los resultados obtenidos para la determinación de viabilidad de exportar Manteca de Cacao a Argentina 106
5.3.1 Volumen de Exportación de la empresa Munné 106

5.3.2 Propuesta y/o proyección de exportación hacia Argentina 109
5.3.2.1 Propuesta y/o proyección a largo plazo 111
5.4 Análisis de viabilidad para exportar Manteca de Cacao Munné hacia Argentina 113
CONCLUSIÓN 117
BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE DOCUMENTACIÓN 120
ANEXOS 126
TEMA 132
¨Análisis de viabilidad para la exportación de manteca de cacao desde República Dominicana hacia Argentina. Caso de estudio: Munné SRL. Año 2020. ¨ 132
INTRODUCCIÓN 133
JUSTIFICACIÓN 134
DELIMITACIÓN DEL TEMA Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA 135
Delimitación del tema 135
Planteamiento del problema 135
Formulación del problema: 138
Sistematización del problema 138
Objetivo General 138
Marco Conceptual 142
Hipótesis 143
Variables: 143
DISEÑO METODOLÓGICO 144
Tipo de investigación 144
Técnicas de investigación 144
Fuentes de investigación 144
ESQUEMA PRELIMINAR DE CONTENIDO DE TRABAJO DE GRADO 146

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Estructura del comercio exterior dominicano 27
Ilustración 2: Principales Productos Exportaciones ($USD Miles de Millones) 60
Ilustración 3: Términos para el Comercio Internacional 75
Ilustración 4: Cartera de productos Munné 97

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Análisis FODA del Comercio Exterior Dominicano 29
Tabla 2: Ventajas y Desventajas del AAE..... 35
Tabla 3: Ventajas de otorgar u obtener Licenciamientos para las empresas en el CI 40
Tabla 4: Procedimientos aduaneros para la exportación 47
Tabla 5: Clasificación de los regímenes aduaneros según su naturaleza y/o destinación 48
Tabla 6: Indicadores Socioeconómicos de Argentina. 57
Tabla 7: Análisis FODA de Argentina 58
Tabla 8: Procedimientos específicos para la importación 67
Tabla 9: Aranceles e impuestos a la importación 68
Tabla 10: Reglas de embalaje y etiquetado de los productos de importación en Argentina 69
Tabla 11: Proveedores pasta de Cacao 73
Tabla 12: Empresas importadoras de pasta de cacao desde Argentina 74
Tabla 13: Comparación entre los posicionamientos en rankings internacionales entre República Dominicana y Argentina 77
Tabla 14: Top 10 productos exportados por República Dominicana exportados por República Dominicana hacia Argentina. Periodo 2014-2018; Valores en US$ Miles... 80
Tabla 15: Análisis FODA del sector agroindustrial dominicano 86
Tabla 16: Volumen Basado por contenedores y productos 106
Tabla 17: Volumen de exportación por navieras..... 108
Tabla 18: Propuesta de exportación hacia Argentina 109
Tabla 19: Proyección para las exportaciones de Manteca de Cacao hacia Argentina.. 109
Tabla 20: Proyección de la cantidad de contenedores a exportar hacia Argentina, periodos 2020-2030..... 111
Tabla 21: Productos importados argentinos 115

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Composición de las importaciones realizadas por Argentina, año 2018..... 62
Gráfico 2: Déficits como resultado de las exportaciones de Argentina 64
Gráfico 3: Superávits como resultado de las exportaciones de Argentina 64

Gráfico 4:Volumen Basado por productos 107
Gráfico 5: Volumen Basado por contenedores 107
Gráfico 6: Porcentaje del volumen de exportación por navieras 108
Gráfico 7: Proyección para la exportación de Manteca de Cacao hacia Argentina, propuesta 2020 110
Gráfico 8: proyección plasmada de la cantidad de contenedores a exportar hacia Argentina para los años 2020-2030 112
Gráfico 9: Grafica comparativa sobre precios US$ y tiempo de tránsito entre las diferentes líneas navieras con destino al puerto de Argentina 113
Gráfico 10: Gráfica comparativa entre las rutas marítimas con destino al puerto de Argentina 114

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, queremos agradecerle al Señor Todo Poderoso, por su amor y bondad incondicional. Por ser nuestra palanca y talismán en aquellos momentos en que pensábamos que no podíamos dar más. Gracias por estar siempre presente en las etapas más importantes de nuestras vidas, sobre todo en esta. Todo el trayecto ha sido único, la oportunidad que nos das de poder enmendar nuestros errores día tras día, sin importar la cantidad de faltas de los anteriores.

Agradecemos al Señor intensamente, por la vida, porque tenemos salud, por nuestras familias, las habilidades y el discernimiento para recorrer nuestro camino y llegar a donde estamos el día de hoy, y poder culminar con éxito este significante paso. ¡Gracias Señor por todo el plan y maravillas de bendiciones que depositas en nosotras!

Queremos agradecer a nuestras familias, por apoyarnos y ser ese pilar en cada paso y decisión que tomamos, por la confianza que han depositado en nosotras y especialmente por su apoyo incondicional otorgado desde el primer momento de nuestras vidas. ¡Gracias!

Este nuevo logro es de gran parte gracias a ustedes, hemos logrado culminar con gran éxito un proyecto que al principio se tornó algo interminable, sabemos que la satisfacción para poder llegar a donde estamos el día de hoy es mutua, porque sin ustedes, familiares, no podríamos haberlo logrado.

A la Universidad Apec, por ser nuestra casa durante un gran tiempo, por enseñarnos tanto para la vida en todos sus aspectos, por ser cuna de conocimientos, de amistades, experiencias y memorias. Por impulsarnos el desarrollo de aptitudes, habilidades y herramientas que a su vez permiten forjar con excelencia el perfil de un egresado de UNAPEC.

Agradecemos intensamente a nuestra asesora, Julissa Castro, por permitirnos la oportunidad de poder recurrir ante su capacidad y conocimiento, a su vez, por darnos un apoyo incondicional e impulsarnos a dar más, a hacernos ver que cuando todas las puertas se están cerrando, otra se abre, por compartirnos una semilla de sus años de experiencia a fin de llegar con éxito.

A la Srta. Laura Munné y el Sr. Florián, del equipo de Munné SRL, por abrirnos las puertas y poder utilizar su marca, proporcionarnos la información necesaria a fin de llevar a cabo este trabajo. No ha sido sencillo el gran recorrido que hemos tenido hasta el día de hoy, sin embargo, gracias a sus aportes, a su amor, bondad inmensa y apoyo, lo que un día se tornó complicado de lograr esta meta, se ha reducido. Gracias a todas las personas que de una forma u otra han aportado a este trayecto de nuestras vidas.

Me place culminar esto con esta frase, describiendo este trayecto a la perfección ‘’La fuerza y el crecimiento vienen solo a través del esfuerzo y lucha continua’’ –Napoleón Hill.

¡Muchas gracias!

DEDICATORIAS

A aquel a quien amo con toda mi mente, con toda mi alma, con todo mi ser. A aquel que con Su diestra ha sostenido mis pasos y cuyo Espíritu me guía por sendas de rectitud. A aquel a quien debo el sentido de mi vida y una esperanza fiel en la eternidad. Ha abierto caminos en el desierto y por Su gracia hasta aquí me ha ayudado. A ti que me has amado primero. Abba Padre, toda gloria te pertenece. Gracias.

Madre mía:

A ti que con incansable esfuerzo me motivas a seguir día tras día, no escatimas tu propia vida por la mía, lo entregas todo por mi sin interesarte retribución en lo más mínimo, por años de sacrificios y paciencia. A ti rindo el más alto honor de entre las personas de la tierra, por tu incondicionalidad, amor inefable y eterna motivación. Gracias por creer en mi más que yo misma, por recordarme siempre cuan orgullosa estas de mí. Este logro es tuyo y los que vendrán, también lo son. Te amo.

Familia:

Ustedes que han sido mi pilar y roca en el transcurso de mi vida, cuyo apoyo siempre se ha dejado plasmado en palabras y hechos. Les pertenece gran parte de lo que soy. Gracias por ser sinónimo de fidelidad y unión. Que dicha que estos lazos permanezcan durante toda la vida. Los amo.

A Severino Mosquea:

Gracias por decir “presente” sin si quiera saber para qué. Gracias por mostrar disposición, servicio y amabilidad al brindar tu tiempo en favor de este proyecto. Gracias por las palabras de motivación y la compañía durante este viaje, esperando que sean muchos recorridos más. Me bendice mucho contar contigo, gracias por llegar y quedarte.

Compañeras de trabajo de grado:

Gracias por tener un corazón tan bonito y un alma noble. Por disponerse encarecidamente a compartir sus conocimientos y/o experiencias en búsqueda del mejor resultado de esta propuesta. Dios las bendiga.

A Anny Cruz:

Gracias por estar presente desde el inicio de esta travesía y con humildad aportarme de las tantas cosas hermosas que posees. Que bendición contar contigo y haber vivido momentos dignos de recordar, confío en que mejores serán los recuerdos creados a base del porvenir. Gracias por dejarme formar parte de tu vida. Que la distancia nunca nos separe, te amo.

Axcelyn Tejada

A mis padres:

Iván Sánchez y Victoria Santana, por el apoyo incondicional que me han otorgado desde un principio. Por hacerme ver que la carrera no te hace a ti, sino que yo hago la carrera. Por motivarme a ser mejor persona y querer ser un mejor profesional. Por ser mi soporte y enseñarme que todo sacrificio al final siempre obtiene sus beneficios. Por darme las herramientas necesarias para el recorrido universitario y por recordarme que soy capaz de lograr todo aquello que en la vida me proponga. Estoy orgullosa de tenerlos a ambos como mis padres.

A mis hermanas:

Ivanna y Carolanne, por hacer que este proceso sea menos tedioso debido a sus ocurrencias. Por siempre estar presente y hacerme sentir la seguridad de que algún día este día llegaría y de que cuento con el apoyo de ustedes para lo que se pueda avecinar. ¡Las amo!

A mis amigos:

Aquellos que juntos compartimos momentos inolvidables y que me han extendido la mano para recorrer esta gran aventura que llaman ‘’vida’’ juntos. A esos que me aconsejan, me escuchan, me regañan y que sobre todo me ofrecen su apoyo incondicional en todo momento. Estoy agradecida de que formen parte de mi vida y los llevare conmigo siempre en mis recuerdos. Quiero agradecer especialmente a Denisse García, Lisbeth Fermín y José Diaz por darme el enfoque en este camino y motivarme a seguir en el con una sonrisa en el rostro. ¡Gracias a todos!

A mis compañeras de Tesis:

Axcelyn Tejada y Shayline de Castro, por hacer de este proceso menos estresante. Por estar sincronizadas y conectadas en todo momento conmigo y por todos esos días y horas de estrés que se convirtieron en risas y retos. Creo que no pude haber estado en este proceso con mejores personas que ustedes y espero que la vida les aprecie porque se lo merecen chicas, ¡Gracias!

A los Wachter:

A ti Jacob, por brindarme tu mano para caminar contigo en este proceso, por desviar todo estrés en risas y por ser un soporte en mi vida, ¡Te amo! A ti Cathy, por ser la mejor suegra brindándome palabras de aliento y poner en Cristo la culminación de este proyecto. Gracias por forjar en mí la perseverancia.

A todas aquellas personas que de alguna forma u otra formaron parte de este proceso y me aportaron un poco de alegría y conocimiento, aquellas con las que viví momentos inolvidables y aquellas con las que realice proyectos, les doy las gracias por haber estado y porque algún día nos crucemos en el mismo camino.

Ivanessa V. Sánchez

Este trabajo va dedicada a toda mi familia.

A Dios por darme el don de la vida, y la oportunidad de tener una maravilla de familia, mi eterno guía de la vida, por darme siempre fuerzas para seguir adelante y no desmayar en medio de precariedades. Agradeciendo eternamente su amor incondicional y su misericordia para conmigo, otorgándome la elección para obra de su creación.

A mis padres que me dieron la vida, Zaida Montes de Oca y Armando De Castro, dándome la oportunidad de culminar esta carrera, por siempre apostar a mí en todo momento. Gracias por darme la oportunidad de creer en mi para mi futuro, otorgándome el privilegio de cursar esta carrera. Gracias porque a pesar de las situaciones, siguen ahí brindándome su amor y apoyo incondicional, enseñándome siempre a dar caras a las adversidades que se puedan presentar día tras día, sin desfallecer en el intento, ni perder la dignidad, ni la fe. Gracias por ser mi eterno pilar y sustento, por siempre ser porteros de mis sueños y de todos mis pasos. Gracias por otorgarme la enseñanza, porque gracias a eso, soy quien soy hoy en día, mis valores, principios, mi empeño y sobre todo mi perseverancia. Los amo con todo mi corazón.

A mi hermano, Armando De Castro, quien siempre ha estado para mí en las buenas y las malas, a pesar de las circunstancias. Gracias por otorgarme la mano cuando siempre la he necesitado y por todos los momentos que hemos convivido. Te amo mucho y gracias por siempre estar para mí y estar a mi lado, siempre estaré para ti.

A mi abuela, Zaida Ortiz, por ser como mi segunda madre, por cuidarme y darme tanto amor. Te amo. ¡A mis sobrinos que adoro, gracias por proporcionarme tanta alegría con sus ocurrencias!!

A mis compañeras de trabajo, Axcelyn Tejada e Ivanessa Sánchez, quienes me han apoyado, y permitiendo entrar en su vida y convivir en este trayecto tan importante de mi vida, agradeciéndole a Dios por haberme permitido la dicha de culminar este capítulo con ustedes.

A Valerie Celestino, y demás amistades por su ayuda desinteresada e infinita, por aportar considerablemente en este proyecto, sin contar los maravillosos momentos que hemos pasado. Gracias por ser el esfuerzo de mantener intacta nuestra amistad, por cada uno de los lindos detalles que me han ofrecido en el transcurso de mi vida y permitirme aprender más de la vida a su lado.

Gracias a todas las personas, no menos importante, que ayudaron directa e indirectamente para llevar a cabo la realización de este proyecto. Esto es posible gracias a ustedes.
¡Muchas Gracias!

Shayline De Castro

INTRODUCCIÓN

El cacao es un cultivo clave que mantiene a la República Dominicana como uno de los países líderes en la exportación de productos orgánicos en el mundo, siendo así el cacao dominicano un gran potencial para la exportación debido a la calidad con que a este se le conoce en países de América Latina y en todo el mundo.

El cacao es una fruta de origen tropical que hoy día representa un sin números de oportunidades comerciales y beneficios para la salud y calidad de vida humana. El cacao orgánico es producido en terrenos totalmente agroecológicos donde no se utiliza herbicidas ni abonos químicos, la categoría de orgánico es más saludable y se trata con el mismo proceso de fermentación del cacao en grano. En adición al cacao orgánico se obtienen productos semielaborados del cacao tales como licor de cacao orgánico, manteca de cacao y polvo de cacao, los cuales tienen mayor demanda que el grano crudo.

El producto más directo elaborado a partir de las habas de cacao es la manteca de cacao, la cual posee numerosas propiedades hidratantes. Esta es la parte o materia de grasa natural comestible del cacao. La manteca de cacao es el único componente del cacao utilizado en la preparación del chocolate blanco, y esta también es muy utilizada en la fabricación de numerosos productos farmacéuticos y/o cosméticos.

Munné SRL es una empresa fundada en 1935 cargada de una historia familiar cuya finalidad fue de fomentar el crecimiento del mercado dominicano y sector agrícola, a la vez de incursionar en otras actividades comerciales, como la exportación de diversos productos. Fue en 1975 cuando Munné se adentra a la industria del Chocolate y a la vez iniciando la elaboración del licor de cacao para la exportación. A través del paso de los

años ha ido introduciendo y especializándose en la elaboración de los productos derivados del cacao, en este caso haremos enfoque en la manteca de cacao, el cual logra ser aceptado masivamente por la población y se ha visto la necesidad de expandir sus horizontes y en la búsqueda de la necesidad de un mercado, exporta a los Estados Unidos.

Actualmente, Argentina el país de América Latina que más Chocolate consume, sin embargo, este país carece de las condiciones agroecológicas y climáticas que requiere el cultivo de cacao, por lo que el país importa todos los ingredientes necesarios para la elaboración del chocolate y sus derivados. Los productos que se adquieren son pasta de cacao, manteca de cacao y cacao en polvo. Debido a la gran demanda que este mercado representa para la industria del Cacao, se ha visto una oportunidad de negocios para acceder a este a través de la exportación de la manteca del cacao.

En este caso, se busca realizar un análisis de viabilidad para la exportación de Manteca de Cacao para el mercado argentino, en vista de que Munné SRL cuenta con las competencias necesarias para realizar dicha exportación y la facilidad que presenta la República Dominicana para el cultivo y producción del Cacao y sus derivados, aprovechando la demanda de este producto en los mercados internacionales, específicamente Argentina.

Para que este análisis fuese posible, nuestro tipo de investigación ha de ser explicativa. Su propósito será la de analizar y desarrollar las oportunidades que ofrece el mercado argentino para la exportación de Manteca de Cacao a través de la empresa Munné SRL, a la vez que explicaremos las condiciones actuales de la empresa y su estrategia de Negocios.

De igual forma, será de Campo debido a que estaremos dirigiéndonos a las instalaciones físicas de Munné pata obtener información sobre sus volúmenes de exportaciones de Manteca de Cacao actuales y de igual forma, información de la empresa como si misma.

Se utilizarán varios métodos de investigación, como son el analítico, pues identificaremos la causa y efecto de nuestra problemática e identificaremos a cada uno de los agentes que intervienen en la misma. Sera de igual forma, Sintética, pues nos permite estudiar y agrupar la información obtenida en los aspectos más relevantes para determinar las oportunidades que ofrece el mercado argentino.

Dentro de las técnicas de investigación a utilizar, se desarrolló la entrevista a Laura Munné y Samuel Florián, quienes actualmente laboran en Munné y cuya área especificas son las del depto. de exportaciones y mercadeo. Para lo que serían nuestras fuentes de información, contaremos con las fuentes primarias que nos permitirían el uso de la información a través de los documentes originales de investigación, y las fuentes secundarias ya que nos dan el acceso a libros y revistan en donde se encuentran informaciones relacionadas para dar mayor entendimiento y desglose de nuestro análisis.

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación consta en el análisis de viabilidad de exportación de manteca de cacao desde República Dominicana hacia Argentina.

Según resultados estadísticos existentes, la República Dominicana se ha encontrado en un desbalance frente a demás países de América Latina y el Caribe, ya que actualmente se importan más productos de lo que exportamos. A su vez, dejando como desventaja y desaprovechamiento de las oportunidades ofrecidas mediante los acuerdos comerciales que presentamos con países del Caribe, por ejemplo, CARICOM, DRCAFTA y demás. A su vez, según (MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y MIPYMES, 2018, pág. 11)

‘’Entre los años 2013-2017, la balanza comercial entre República Dominicana y Argentina ha sido desfavorable, en donde se alcanza –US$120.474 millones para el 2017, en donde se redujo US$20 millones los resultados para del 2016, esto se debe a la comparación de importaciones realizadas desde Argentina frente a las exportaciones hacia dicho mercado.’’

Argentina es un país idóneo, ya que es el país más consumidor de chocolate en América Latina, debido a sus condiciones climáticas, es requerido la importación de las materias primas requeridas para la confección y/o elaboración del chocolate.

El producto para exportar es la manteca de cacao, debido a la gran demanda existente en el país de Argentina, siendo República Dominicana un gran productor de dicho rubro mediante la empresa representada y exportadora Munné SRL, ya que cuenta con las

competencias necesarias y requeridas. A su vez, este análisis incorpora los procesos utilizados, historia y su cartera de productos por la empresa exportadora Munné SRL.

La investigación tiene como objetivo general analizar la viabilidad de una proyección para un plan de exportación de la manteca de cacao desde República Dominicana hacia el mercado de Argentina. Se planea que este sea alcanzado mediante la satisfacción de los siguientes objetivos específicos:

- ✓ Analizar las relaciones comerciales existentes entre República Dominicana y Argentina.
- ✓ Identificar las rutas existentes para la exportación hacia el puerto de Buenos Aires, Argentina.
- ✓ Analizar el proceso logístico idóneo a fin de llevar a cabo el proceso de exportación de Manteca de Cacao hacia el mercado de Argentina.
- ✓ Diagnosticar la exportación de Manteca de Cacao desde la República Dominicano a la República de Argentina durante el periodo 2020.
- ✓ Cuantificar los productos ofrecidos por Munné SRL.
- ✓ Estudiar la proyección para el desglose de llevar la exportación de Manteca de Cacao hacia Argentina.
- ✓ Describir los requerimientos para la exportación de Manteca de Cacao a Argentina.
- ✓ Determinar las diferentes vías de acceso hacia el mercado argentino.

El proyecto estará dividido en cinco capítulos. El capítulo I que describe y desglosa de manera amplia las características, requisitos y acuerdos en el comercio exterior y en el

que República Dominicana es signatario. Por otro lado, el capítulo II habla a profundidad de la relación comercial entre República Dominicana y Argentina, y su perfil comercial.

El capítulo III habla sobre sector agroindustrial dominicano, adicional, la producción y cultivo de cacao en República Dominicana. En el capítulo IV desglosa de manera exhaustiva toda la historia y perfil, desde su inicio hasta hoy en día de la empresa Munné SRL. Para concluir, el capítulo V da a conocer de las informaciones detalladas para la viabilidad para la exportación hacia Argentina.

Actualmente, la República Dominicana mantiene rutas desde sus puertos principales: Puerto Multimodal Caucedo, ubicado en Boca Chica, Santo Domingo Este y por otro lado Puerto Rio Haina, ubicado en Zona Sur, provincia Santo Domingo hacia el puerto principal de Argentina, Puerto de Buenos Aires, quien es el puerto que concentra la mayor movilización de los barcos en Argentina, en donde podemos observar una oportunidad novedosa de diversificar dichos mercados desde donde pueda abastecerse y acceso a una empresa de prestigio en donde su trayectoria ha mantenido una calidad en sus productos. A su vez, beneficiando a Munné SRL con la expansión en sus exportaciones y posicionamiento a nivel internacional, aportando a la República Dominicana fuentes de empleo y estabilización en la balanza comercial.

CAPÍTULO I.
LA EXPORTACIÓN Y EL COMERCIO EXTERIOR EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

1.1 La Exportación y el Comercio Exterior Dominicano

La actividad comercial, desde sus inicios, está vinculada a la actividad humana, a medida en que el ser humano reconocía sus necesidades e iba desarrollando sus instintos de supervivencia y comenzaban a desplazarse cada vez más lejos con el fin de satisfacer las mismas. Es así como se fue dando en pequeños pueblos o aldeas lo que hoy en día conocemos como lo que fue el trueque, que no era más que el intercambio de una cosa por otra. Los seres humanos intercambiaban pieles de animales u otros servicios por alimento, lo que gradualmente fue generando la idea de concepción de un medio de pago con más valor, estableciéndose así el termino de ‘’moneda’’, el cual simplifico, en magnitud, lo que para aquel entonces se entendía como comercio.

Al hablar de comercio exterior, hacemos referencia al intercambio comercial de un país con relación a los demás (UNAM). Es aquella parte de la economía local, nacional e internacional que regula el intercambio de mercancías, productos y servicios entre proveedores y consumidores de dos mercados y/o países diferentes.

Para varios autores, el comercio exterior es considerado como el corazón de la economía dominicana, pues desde sus inicios, cuando en la época de la colonización fue, Cristóbal Colon, un gran propulsor de este que, buscando una nueva ruta para hallar especies, llega a la Isla, que para ese entonces había nombrado La Española, en la cual estableció un sistema más formal y estructurado que el que era utilizado por los indígenas que habitaban la isla, el Trueque. Así también, fue Cristóbal Colon quien introdujo la caña en América en su segundo viaje (1493) a la isla, siendo las plantaciones y cultivo de caña de azúcar en Santo Domingo el propulsor a la producción y comercialización de la mismo alrededor del Caribe, América del Sur y gradualmente, todo el mundo.

Es definitivamente, la República Dominicana, un país dotado de factores cuyo clima y tierras otorgan la asequibilidad y potencial para producir la mayoría de los productos agrícolas que hoy día conlleva una gran demanda en el exterior, generando así mayor oportunidad de empleos e incentiva a la producción y comercialización, aportando al PIB de la economía.

La República Dominicana se expande conforme pasan los años, debido a campañas o movimientos de las diferentes organizaciones que promueven el incentivo al fomento de las relaciones comerciales internacionales, dando como resultado la atracción de inversionistas extranjeros, posicionando así al país como el líder de la Inversión Extranjera Directa (IED) en la región.

1.1.1 Características del Comercio Exterior de R.D.

La globalización es la clave que guio el camino hacia el comercio. El mercado global es cada vez más inevitable e ineludible. Debido a la creciente globalización de la economía mundial, países y/o naciones que años anteriores no podían abastecer las necesidades de su pueblo, hoy día pueden participar en un mercado del cual, dependiendo de la ventaja comparativa que como país tenga, es capaz de realizar un intercambio de productos y servicios, a un menor costo de producción y mano de obra, creando así un acuerdo por el cual cada parte se vea beneficiada.

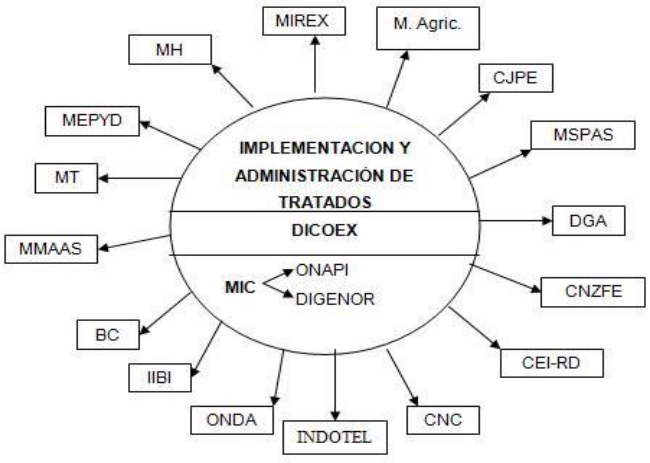
Ni los países más ricos y/o desarrollados son autosuficientes por si mismos, por ende, la idea del comercio exterior es que cada uno de ellos pueda ofrecerle al otro lo que no posee o carece, y viceversa, generando a su vez el bienestar de la población. Así también,

consumidores de todo el mundo pueden seleccionar entre una mayor variedad de productos a menores precios, lo que les permite mejorar sus elecciones y estilos de vida.

En cuanto a la República Dominicana, el comercio y la competitividad dependen de una serie de factores que incluyen numerosos asuntos trasfronterizos que afectan los procesos de producción, y las decisiones de importación, exportación e inversión. Cada uno de estos factores (tales como políticas impositivas, disponibilidad de insumos locales -especialmente mano de obra-, la logística comercial, entre otros) es central para incentivar al comercio dominicano.

Según informaciones suministradas por la OMG, las políticas comerciales en la República Dominicana han experimentado diversos cambios a través de los últimos años, debido a las reformas arancelarias que liberaron a las importaciones de bienes y una ley de inversión extranjera que beneficia a los inversionistas extranjeros con el trato nacional. Así también como la existencia de algunas reformas fiscales que contribuyen a la transparencia del sistema tributario, además de leyes y reglamentos que han permitido un mayor flujo en el comercio.

Ilustración 1: Estructura del comercio exterior dominicano



Fuente: Profesor Manuel Adames, clase Estrategias de Competitividad Internacional, UNAPEC.

La analista experta en materia aduanal y seguidora de los movimientos del comercio internacional, Niurka Beato, resalta en su libro *Apuntes sobre el Comercio internacional y Aduanas* (2017) *que:*

La República Dominicana posee los terrenos, recursos económicos y humanos, cooperación técnica de entidades nacionales y organismos internacional necesarios para producir lo que con empeño, calidad, actitud y decisión demanda la Nación. (pág. 138)

De acorde con el informe No. 30542 del Banco Mundial, de la evolución de la Competitividad Comercial y Laboral de la República Dominicana (2005), se establece que el desempeño del sector exterior de la República Dominicana esta determinado por las políticas económicas vigentes, las instituciones, el contexto macroeconómico, las condiciones de logística para el comercio y las políticas comerciales del país.

La República Dominicana es principalmente dependiente de sus recursos naturales y servicios gubernamentales. A pesar de ser esencialmente considerada como una economía de servicios (el cual representa aproximadamente un 55% del PIB de la economía dominicana, además de ser el mayor generador de empleo en el país debido al crecimiento en el Turismo y las Zonas Francas), la República sigue siendo un exportador neto de productos tradicionales (incluyendo en estas el tabaco, azúcar, café, cacao, frutas y vegetales). Sin embargo, en términos del consumo interno, la agricultura sigue siendo el renglón mas importante de la Nación y ocupa el segundo puesto, detrás de la minería, en términos de los ingresos de exportación. Así también, la economía dominicana va en crescendo debido a las inyecciones monetarias a través de las IED-IEI.

Partiendo de investigaciones en los distintos bases de datos, se logró determinar un análisis sobre la realidad actual del comercio exterior dominicano en relación con el resto del mundo. Para un mejor entendimiento sobre las características del comercio exterior de la República Dominicana, se han identificado los elementos internos y externos que posicionan a la Rep. Dom. como mercado optimo a la hora de hacer inversiones, así también como aquellos que amenazan el posicionamiento del país en el mercado exterior.

Como resultado de dicho estudio se encuentra el análisis FODA del *Comercio Exterior en la República Dominicana*, presentado a continuación:

Tabla 1: Análisis FODA del Comercio Exterior Dominicano

FORTALEZAS	***DEBILIDADES***
• Ubicación geográfica favorable para competir regionalmente. • Servicios de trasbordo a terceros países debido a la ubicación a lo largo de los corredores marítimos. • Infraestructura vial de carreteras, puertos y aeropuertos haciendo cada vez más posible la intercomunicación. • Gran variedad de producción de productos agrícolas.	• Ineficiencia en el sector eléctrico. • Carencia de oportunidades a estudiantes y profesionales del área. • Falta de transparencia en el manejo de los recursos nacionales. • Deficiencia de infraestructuras y equipamiento del sistema portuario.
OPORTUNIDADES	***AMENAZAS***
• Maximización de los recursos naturales • Adhesión e integración a acuerdos regionales y comerciales • Apoyo e inversión de países industrializados • Implementación y renovación de nuevas tecnologías.	• Devaluación de la moneda y altas tasas de cambio. • Inestabilidad política. • Mal manejo en la relación bilateral con Haití. • Falta de mecanismos necesarios para un mejor sistema de educación y cooperación con otros países.

Elaboración propia de los sustentantes. ***Fuente****: indagaciones en diversas páginas Web concernientes a los distintos periódicos y ministerios.*

‘’El grado en el cual el comercio ha contribuido directamente con el crecimiento del PIB es sorprendentemente modesto’’ relata el informe No.30542 del Banco Mundial (República Dominicana: Evaluacion de la Competitividad Comercial y Laboral, 2005). En dicho informe, se comparan y destacan las contribuciones al crecimiento económico de la República Dominicana debido a la implementación y evolución del Comercio.

El crecimiento de las exportaciones – esencialmente en el sector de las Zonas Francas – ha jugado un papel fundamental en la transformación de la economía dominicana. Por otra parte, el sector de servicios ha mantenido, desde 1970, una tasa de crecimiento anual de más del 5% en el PIB. así también, el sector de construcción, el turismo y el comercio han sido los principales responsables del crecimiento económico.

Un análisis de regresión elaborado por (Lizardo & Guzman, 2002) que estudia los componentes de factores de producción, determina que debido a que la formación de capital abarca el 75% del crecimiento del PIB, se resalta la contribución de las Zonas Francas para el crecimiento de las exportaciones, debido a la significativa acumulación de capital a través de la inversión, el crecimiento de la productividad total de factores y el consumo de servicios públicos y demás productos, así también como la creación de empleo asociada a este crecimiento.

1.2 Acuerdos en los que la República Dominicana es signatario

‘’La globalización, el crecimiento y expansión del comercio internacional y la internacionalización de capitales conducen a los países a crear mecanismos y constituir bloques comerciales para lograr incrementar sus niveles de desarrollo y competir con mejores ventajas competitivas en el comercio global.’’ (Beato, 2017, pág. 194)

Aunque la República Dominicana es signataria de una serie de acuerdos de comercio preferencial con la UE y sus países vecinos caribeños y centroamericanos, el comercio dominicano se realiza mayormente con el país estadounidense.

La administración y aplicación de los Acuerdos Comerciales tienen repercusiones en la economía de los países miembros. Así mismo, generan beneficios, ventajas y desventajas, generar empleos, promover las inversiones y realizar transacciones comerciales conforme las normativas legales.

1.2.1 DR-CAFTA

El Ministerio de Agricultura (2015) define el DR-CAFTA como ‘’el Tratado de Libre de Comercio, suscrito entre la República Dominicana, Centro América y los Estados Unidos de América, cuyas partes acuerdan establecer una zona de libre comercio, en el cual, de acuerdo al apartado b) del párrafo 5 del artículo XXIV del GATT, serán un grupo de dos o más territorios aduaneros entre los cuales se eliminen el pago de aranceles y demás reglamentaciones comerciales restrictivas, con respecto a lo esencial de los intercambios comerciales con la norma de origen de los países signatarios.

Dentro de los países que conforman parte del Tratado son los siguientes:

- Cinco países centroamericanos: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua.
- Los Estados Unidos de América.
- La República Dominicana.

Este acuerdo tiene por objeto eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias del comercio internacional entre los países signatarios, además de crear nuevas oportunidades o mayor facilidad de acceso en estos mercados. Este abarca, dentro de sus veintidós capítulos, temas sobre el trato nacional, reglas de origen, procedimientos aduaneros, medidas sanitarias, facilitación al comercio, entre otros.

Dentro de las facilidades que otorga el DR-CAFTA a sus signatarios están:

- Acceso de bienes agropecuarios de Centroamérica y los Estados Unidos al mercado dominicano, y viceversa.
- Eliminación multilateral de los subsidios a las exportaciones para las mercancías agrícolas.
- Fortalecimiento de la cooperación entre las naciones e impulso de la integración económica regional.
- Contribuir a la expansión del comercio y cooperación internacional.

La implantación del DR-CAFTA implico la modificación del Código arancelario de los partes firmantes. En el caso de la República Dominicana, alrededor de 68% de las subpartidas arancelarias tendrían una base arancelaria de 0. así también como optimizo el flujo de demanda y aumento de las exportaciones hacia los Estados Unidos y en Centroamérica.

1.2.2 DR-CARICOM

El Tratado RD-CARICOM (COMUNIDAD DEL CARIBE), fue firmado en agosto del año 1998, cuyo objetivo fundamental es el de fortalecer las relaciones comerciales y económicas entre las partes firmantes, a través del establecimiento de un área de Libre Comercio entre las partes. (2015)

Este acuerdo tiene por finalidad la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias, el libre acceso de mercancías incluye el fomento a la inversión, entre otros. Así mismo, establece la liberalización en la movilidad de las personas y capitales.

Dentro de los países signatarios se encuentran:

- La comunidad del Caribe, integrada por: Estados miembros de Antigua y Barbuda, Belice, Dominica, Grenada, Guyana, Jamaica, Montserrat, St. Kitts y Nevis, Santa Lucia, San Vicente y las Granadinas, Suriname y Trinidad y Tobago.
- La República Dominicana.

Como resultado, la República Dominicana avanza en el desarrollo de las relaciones comerciales en conjunto a los demás países del mundo, expandiendo sus productos a nuevos mercados, atrayendo inversión extranjera y mejorando la gestión de calidad de los productos dominicanos.

1.2.3 Acuerdo de Alcance Parcial con Panamá

En el Comercio Internacional, existen diferentes alternativas para establecer relaciones comerciales entre Naciones. Estas se llevan a cabo a través de los distintos elementos de integración tales como son: la unión aduanera, la unión económica, acuerdos de libre comercio, de alcance parcial, entre otros.

Un Acuerdo de Alcance Parcial entre dos países busca la liberalización de bienes, estableciéndose una lista de productos a ser intercambiados entre esos mercados. (Beato, 2017, pág. 211)

El Acuerdo de Alcance Parcial entre la República Dominicana y Panamá entró en vigor a partir del 2 de noviembre del 2003. Mismo acuerdo se caracteriza por concretar negociaciones comerciales para la reducción de barreras al comercio y reglas de origen a una lista de productos. Esta limitado a una lista de 120 productos de doble vía, 26 productos de una vía por parte de la República de Panamá, 24 productos de una vía por parte de República Dominicana, y 29 productos elaborados en las Zonas Francas.

1.2.4 Acuerdo de Asociación Económica (AAE)

Basado en el acuerdo firmado en 1998, CARICOM, surge las negociaciones del Acuerdo de asociación Económica (EPA por sus siglas en ingles), firmado en Barbados el 15 de octubre de 2008, mas no fue hasta el 27 de abril del 2009 que entró en vigor en el país de la República Dominicana. Este acuerdo busca una mayor integración al eliminar las barreras arancelarias y no arancelarias entre las partes sustentantes, así mismo como el libre tránsito de los productos y factores de producción.

Para una mayor comprensión de este, elaboramos un cuadro con las ventajas y desventajas que la experta en el área del comercio internacional y maestra, Niurka Beato, detalla en su libro Apuntes sobre el Comercio Internacional y Aduanas (2017):

Tabla 2: Ventajas y Desventajas del AAE

VENTAJAS	DESVENTAJAS
• Difundir la eficacia económica • Simplicidad de los procedimientos y reglamentos relativos a las importaciones y exportaciones • Mayor estabilidad política • Fomentar la integración efectiva en la economía mundial.	• Desventajas en algunos sectores productivos (agricultura, lácteos). • Competencia directa de productos altamente subsidiarios, procedentes de regiones avanzadas con productores de países más pobres.

Elaboración propia de los sustentantes. Fuente: Libro de la experta en Aduanas y maestra Niurka Beato (Apuntes sobre el Comercio Internacional y Aduanas, 2017)

1.2.5 Convenios

A medida en que el comercio entre países va creciendo, el mercado global se vuelve más demandante y los países exigen que una serie de requisitos que los productos que entran y salen de su territorio cumplan con ciertas características y normativas.

Así mismo, la República Dominicana se ha visto beneficiada de estar ratificada y/o suscrita en varios convenios, que, si bien sus aportes al flujo de las entradas y salidas de mercancías en el territorio dominicano no han sido notorias o reconocidas por el medio público, cabe destacar que la incorporación a estos convenios ha influido en la gestión

aduanera del país, así también como mejorar la regulación del comercio en determinados productos.

Dentro de los convenios suscritos por la República Dominicana están:

- ***Convenio de Kyoto:*** Instrumento internacional que armoniza y simplifica los regímenes aduaneros existentes, en las legislaciones aduaneras nacionales.

- ***Convenio de Estocolmo:*** Creado con el fin de regular el tratamiento de las sustancias toxicas y, por lo tanto, proteger la salud humana y el medio ambiente de contaminantes orgánicos persistentes (COP)[1].

- ***Convenio de Róterdam:*** Surge a partir de la preocupación sobre los efectos del calentamiento del Planeta Tierra, por lo que fuge como regulador internacional del comercio en determinados productos químicos y plaguicidas peligrosos. Por efecto, en el Anexo III de dicho convenio, se incluye la lista de productos químicos prohibidos o restringidos.

- ***Convenio de Estambul:*** Surge con la finalidad de estandarizar y simplificar la documentación y el proceso aduanero del régimen aduanero de internación temporal, para que haya una reducción de tiempo y costo en las transacciones comerciales.

[1] *Los contaminantes Orgánicos Persistentes (OPC) son sustancias que producen efectos nocivos para la salud y el medio ambiente por contener químicos que provocan enfermedades, como cáncer, daños al sistema tanto inmunológico como nervioso, y otros órganos humanos. (Beato, 2017, pág. 233)*

- ***Convenio de Solas:*** Surge como respuesta a la catástrofe del Titanic, en el cual se requería de una medida que asegurara estándares mínimos de la seguridad de los buques mercantes, relativos a la construcción, equipamiento y la utilización de los buques, así también como el requisito de verificar el peso total de un contenedor empacado en el puerto (lo que es actualmente conocido como VGM).

- ***Convenio de Basilea:*** Surge de la necesidad por la creación de mecanismos de integración los cuales permitan a los países controlar el flujo de mercancías que va de un país a otro.

Podemos concluir con que la creación o surgimiento de convenios, leyes y normativas en el comercio internacional permiten a los países establecer diferentes mecanismos u alternativas que les ayuda a controlar la circulación de mercancías que entra y sale del territorio nacional.

1.3 Modelos de Entrada al mercado internacional

En un mundo donde la innovación tecnológica y la globalización se expande como partículas de rayos-luz, alcanzando cada vez más nuevos mercados, más países; donde entrar en contacto con cualquier parte del mundo se ha vuelto cada día más posible y en el cual las empresas que desean incursionarse o adentrarse a la bola comercial que se ha ido creando y aumentando conforme pequeñas y medianas empresas crecen, se expanden, se internacionalizan. Donde hoy día, dependiendo de la estrategia que estas establezcan, cuentan con diferentes modelos o formas de poder adentrarse al mercado internacional. Dichas formas les permitirá: Expandir las ventas, adquirir recursos y minimizar el riesgo.

1.3.1 Exportaciones

La exportación es el modo de internacionalización de mayor porcentaje debido a la rapidez y facilidad para la circulación de mercancías entre países. Es por consecuencia, el método más utilizado para aquellas empresas que se encuentran en las primeras fases de internacionalización, en la cual se va ganando experiencia dentro de los procesos aduaneros y dentro de las diferentes instituciones y organizaciones que participan tanto en territorio nacional, como internacional.

Consiste en el envío directo de un producto fabricado dentro del mercado local (empresa x) hacia el país de destino (empresa y). Es la fórmula más sencilla en cuanto a procesos, debido a que permite el manejo óptimo de los recursos propios para iniciar la actividad internacional, a lo que, a su vez, va generando nuevos recursos.

Para Bancomext (2005), exportar es simplemente vender, es decir, es vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente. Desde otro punto de vista, en el libro *Negocios Internacionales: ambientes y operaciones, los autores John Daniels & Lee Radebaugh* (2010) describen la exportación como:

‘’…a la venta de los bienes o servicios producidos por una empresa localizada en un país a clientes que residen en otro país. Esta es la forma más atractiva de incrementar las ventas o adquirir activos útiles para la competencia en los mercados extranjeros’’. (págs. 491-492)

El éxito en el proceso de exportación depende, entre otros factores, de una buena recopilación de información. Por ello es recomendable que las empresas que desean

exportar por primera vez o diversificar sus mercados en el exterior, realicen, en primera instancia, una investigación documental que les permita establecer un plan estratégico de negocios de exportación. (ProMexico, 2015)

Ya establecido un plan de negocios de exportación, la empresa ha de evaluar su potencial de exportación, requerir asesoría sobre una persona experta en el área, seleccionar uno o varios países en los cuales concentrara sus exportaciones iniciales, formular su estrategia determinar cómo hacer llegar sus productos al consumidor final.

1.3.2 Joint Venture

Un Joint Venture hace referencia a la unión entre dos empresas. Este consiste en la unión entre dos empresas de diferentes países a través de un acuerdo de colaboración para desarrollar o realizar una alianza comercial por un periodo de tiempo determinado.

Acorde con el informe de *internacionalización: métodos de entrada en mercados exteriores (2013)*, un Joint Venture es un acuerdo contractual entre dos o más empresas, que consiste en el aporte de capital entre las mismas y otro tipo de activos como tecnología y maquinarias, para crear una nueva empresa en el mercado de la empresa local o de origen.

Cabe destacar que al establecerse un Joint Venture entre dos empresas, estas no pierden su identidad propia como empresas, al contrario, estas continúan con el rumbo de sus actividades diarias estando al margen del proyecto en común, y ambas mantienen su independencia. Mayormente, estos acuerdos se dan en aquellos proyectos a desarrollar que quieren una gran inyección de suma de dinero y requiere de un determinado periodo

de tiempo (a largo plazo), por lo que unirse en conjunto con otra empresa con la misma visión de ganancia es la mejor oportunidad de negocio.

1.3.3 Licenciamientos

Para términos de comercio internacional, una licencia es un acuerdo entre dos empresas de distintos países, en el cual la empresa de origen concede a la empresa extranjera, el derecho de usar una patente, proceso productivo u marca registrada para la fabricación y comercialización de productos que se venderían con la marca original a cambio de una compensación fijada por ambas empresas (así como pudiese ser un tanto por ciento de las ventas totales).

Tabla 3: Ventajas de otorgar u obtener Licenciamientos para las empresas en el CI

VENTAJAS DE LAS LICENCIAS EN EL CI	
EMPRESA DEL PAIS DE ORIGEN	**EMPRESA DEL PAIS DESTINO**
• Es un medio para tener presencia sin invertir capital. • Rendimiento ilimitado sobre la inversión	• Es un medio para acceder a una tecnología, marca u otro activo o recurso que le costaría mucho dinero, tiempo y esfuerzo desarrollar o conseguir internamente.

Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** (Diario del exportador, 2018)

1.3.4 Franquicias

La franquicia constituye uno de los distintos modos de entrada en un mercado extranjero en el cual la parte extranjera permite o vende a la otra parte (franquiciatario) el derecho de sus servicios, producto y/o concepto para que estos sean promovidos y vendido en un territorio previamente definido, bajo ciertos requerimientos y condiciones. La ventaja de

las franquicias es que fomentan y facilitan mucho mejor, en forma eficiente y exitosa esa creación de empresas pequeñas. (Polanco, 2017)

La Franquicia es un sistema de cooperación entre diferentes empresas, pero ligadas por un contrato en virtud del cual, una de ellas (franquiciadora) concede a la otra (franquiciados), a cambio de unas contraprestaciones, el derecho a explotar una marca y una formula comercial materializada en unos signos distintivos, asegurándole al mismo tiempo la ayuda técnica y los servicios regulares necesarios destinados a facilitar dicha explotación (Castro, 1997, pág. 165)

El contrato de franquicia es entonces, un contrato por el cual el franquiciante otorga al franquiciado, la licencia o derecho de propiedad industrial (u intelectual) para comercializar la marca o patente de los productos o servicios de su titularidad, generando ganancias para ambas partes contratantes. Actualmente, en la República Dominicana gozamos de poder consumir y/o acceder a diferentes locales de negocios los cuales conforman un consorcio de franquicias.

1.4 La exportación

Según informes de la OEC (Observatory of Economic Complexity), la República Dominicana ocupa el puesto No. 90 dentro de la mayor economía de exportación del mundo, exportando así miles de millones de mercancías a los diferentes países aliados, como Estados Unidos, Haití, Puerto Rico, entre otros…Creando así una expansión de las empresas dominicanas y sus productos. La estrategia de exportación dependerá de cada empresa y del desempeño de sus trabajadores, y podrían variar según el tipo de producto.

En una economía global, en la cual cada vez más los países van abriendo sus fronteras, al tiempo en que los aranceles o impuestos a las importaciones se van reduciendo, los países incentivan a la exportación y el volumen del comercio exterior van en crescendo, es que nos encontramos actualmente.

Ningún país, por más desarrollado que sea, es autosuficiente para producir lo que su población consume, es por esto, que el desarrollo económico y social de los países se ve manifestado en la capacidad de exportación que estos poseen.

1.4.1 Conceptos de exportación

Como visto previamente, exportar es un proceso mediante el cual las empresas ofertan sus productos o servicios en los mercados internacionales. En su definición técnica, la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO) (2018), define la exportación como un contrato de compra y venta entre una parte local y una parte extranjera. Es el envió de mercancías para su uso o consumo en el exterior y/o la prestación de servicios en el extranjero.

En otro contexto, el Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI, 2011), describe la exportación como ‘’la venta, trueque o donación de bienes y servicios de los residentes de un país a no residentes; es una transferencia de propiedad entre habitantes de diferentes países’’.

Según informes elaborado por la Organización Mundial del Comercio, la exportación consiste en la venta de productos y servicios a otros países. Esta es también, una forma

de incursionar en los mercados internacionales, siendo una de las fórmulas preferidas para varias compañías.

Otros autores definen la exportación como la venta de productos producidos en un país para residentes de otro (Hill, 2007), siendo esta una manera para las empresas de incrementar las oportunidades de mejorar sus ingresos al encontrar mercados extranjeros y la posibilidad de participar en más industrias.

Se podría decir que la exportación es el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización, comercialización y consumo, generando estas para el país vendedor, una fuente de ingresos provocando así, el crecimiento y desarrollo económico dentro de la economía de un país. Esto promueve las operaciones con economías de escala y el mejor aprovechamiento de las instalaciones existentes.

1.4.2 Características

La exportación es la salida legal de mercancías del territorio nacional para su uso o consumo en el extranjero. Se pueden reducir a tres (3) las razones por la que una empresa decida incursionarse o adentrarse al mercado internacional, dichas razones son: para adquirir nuevos recursos, expandir sus ventas y minimizar el riesgo. La exportación contribuye al desarrollo económico de un país, incrementando la competitividad y aumentando la productividad de las empresas.

La exportación puede ser directa o indirecta. La exportación directa es aquella que permite al vendedor hacer llegar su producto directamente al cliente extranjero sin la necesidad de intermediarios, mientras que, en la exportación indirecta, el vendedor, a

través de un intermediario (que puede ser a través de un comerciante local o consorcios de exportación), es que hace llegar sus productos al extranjero.

Dentro de los beneficios para la exportación adoptados por la *ADOEXPO* (2018), están:

- Nuevas oportunidades para incrementar las ventas.
- economía de escala; reducción de costos.
- Disminución de la concentración de un producto/servicio en un mercado.
- Aprovechamiento de la capacidad de producción.
- Aprovechamiento de ventajas comparativas.

1.4.3 Requisitos Generales para exportación de bienes desde República Dominicana

Para que el intercambio comercial entre países fluya o circule de la forma menos compleja posible, es esencial el conocimiento de las normativas legales, procesos y procedimientos aduaneros aplicables en el país de destino, así también como la documentación que estos exigen que contenga el expediente de exportación.

1.4.3.1 Documentación requerida

‘‘Los documentos de exportación son el soporte para el proceso de salida de la mercancía desde un país’’ (ADOEXPO, 2018), sin estos, no es posible la salida de estos productos, puestos que son imprescindibles para determinar cuál es la mercancía, de dónde viene y hacia dónde va la misma. Dentro de los documentos fundamentales que se debe de tener a la hora de exportar un producto del territorio nacional son:

- **Factura Proforma:** Es una factura (o carta de intención) que el exportador envía al importador con la finalidad de que este disponga de toda la intención de la compra completa. A partir de la aceptación de esta por el comprador, el exportador procede a emitir la factura comercial.

- **Factura Comercial:** es aquel que contiene toda la información de la venta internacional. En este se ha de detallar el concepto, la cantidad y el importe de los productos/servicios vendidos, así como las condiciones de entrega y de pago, los impuestos y demás gastos que genere la venta. Es uno de los documentos más importante a la hora de realizar una operación internacional, debido a que, de acuerdo con el valor de la factura comercial, se aplican los derechos aduanales.

- **Certificado de Origen:** Es aquel que acredita o identifica la procedencia u origen de la mercancía, con el fin de determinar si los productos a exportar gozan de las preferencias arancelarias que otorgan los Tratados de Libre Comercio entre los países.

- **Conocimiento de embarque:** documento emitido por el porteador o consolidador que sirve de acuse de que se ha recibido la mercancía para que esta sea transportada, ya sea al puerto de referencia (si es Marítimo, Bill of Landing) o por una línea aérea (si es Aéreo, Air Way Bill).

- **Declaración Única Aduanera (DUA):** es el formulario que actualmente utiliza la Dirección General de las Aduanas para todas las declaraciones aduanales de mercancías. Resume las informaciones generadas en una transacción comercial,

contemplando la información de la mercancía (descripción, valor, peso, régimen, etc.), e informaciones del comprador y el vendedor.

- **Certificados según la naturaleza de la exportación:** Estos van a depender, en gran medida, en los requisitos de documentación que exijan los países en el extranjero. Dentro de los documentos que la mayoría de los países exigen que incluyan los exportadores están: certificados sanitarios, fitosanitarios, certificados de no objeción, entre otros.

- **Packing List o Lista de Empaque:** enumera el material contenido en cada paquete, así como también el tipo de empaque.

1.4.3.2 Procedimiento de exportación

El proceso de exportación en la República Dominicana está regulado por leyes, decretos y reglamentos conformados por las diferentes instituciones y organismos gubernamentales que participan en el mismo. (Guia para exportar, 2016)

Las exportaciones se constituyen en el proceso de transferir las mercancías de un país a otro para generar divisas, por lo que se requiere cumplir con una serie de requisitos y procedimientos (Beato, 2017, pág. 303). En el caso de la Rep. Dom. estos procedimientos son:

Tabla 4: Procedimientos aduaneros para la exportación

Procedimientos Aduaneros para exportación
• **Registro en las entidades gubernamentales, sean personas físicas o jurídicas.** • **Solicitud del token para operar con el sistema del SIGA, que permite el acceso a la plataforma Informática de la DGA para la declaración aduanera vía electrónica.** • **Adquirir la Declaración Única Aduanera (DUA).** • **Elaborar la factura comercial.** • **El certificado de origen, imprescindible para la introducción de productos en países miembros de los diferentes acuerdos comerciales para la aplicación de una preferencia arancelaria.** • **Certificados fitosanitarios, sanitarios o de no objeción, así sea necesario.** • **Una vez completado los documentos, se ha de realizar la coordinación con el medio de transporte por el cual se dará salida a la mercancía.** • **Contemplar las prohibiciones y/o restricciones de productos en el país de destino de mercancía prohibida o de restringida importación.**

Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** (Apuntes sobre el Comercio Internacional y Aduanas, págs. 303-304)

1.4.4 Régimen Aduanero

Un régimen aduanero es el tratamiento legal aplicable a las mercancías que ingresan o salen del país bajo el control aduanero, de acuerdo con la destinación definida en la declaración aduanera.

Para mayor entendimiento sobre la clasificación de estos, se realizó la siguiente tabla:

Tabla 5: Clasificación de los regímenes aduaneros según su naturaleza y/o destinación

Regímenes aduaneros	
Definitivos	-Importación definitiva o despacho a consumo -exportación
Devolutivos	-Drawback -Reposición de mercancía en franquicia arancelaria
Liberatorios	Zonas Francas
Suspensivos o temporales	-Admisión temporal para perfeccionamiento activo -Internación temporal sin transformación. -Salida temporal para perfeccionamiento pasivo -Depósitos aduaneros fiscales. -Transito -Trasbordo -exportación o salida temporal
Regímenes especiales	-Régimen de mudanza -Régimen para envíos postales (Courier) -Régimen de equipajes -Régimen para el desarrollo de polos turísticos -Régimen para el desarrollo de los sectores perteneciente a la cadena textil, confección y accesorio; pieles y fabricación de calzados de manufactura de cuero. -Régimen de Pro-Industria -Gracia Navideña -Régimen de desarrollo fronterizo

*Elaboración propia de los sustentantes**. Fuente:** Datos obtenidos de diversos libros académicos.*

Los regímenes definitivos son aquellos por los cuales se permite nacionalizar la mercancía previa el cumplimiento de todas las formalidades y el pago de los derechos e impuestos que correspondan. Los regímenes aduaneros suspensivos o temporales son

aquellos que permiten la entrada de las mercancías extranjeras suspendiendo el cumplimiento de la obligación tributaria aduanera, es decir, del pago de los derechos e impuestos.

Los regímenes aduaneros liberatorios, en este caso el de las Zonas Francas, es aquel en el cual las mercancías que ingresan al país están sometidas bajo un trato preferencial con la exención de impuestos, así lo establecido y regulado en la Ley no. 8-90.

1.4.5 Exportación de productos agrícolas en la República Dominicana

Dentro de los sectores productivos de la República Dominicana, el sector agropecuario ha sido el que más ha impulsado a la economía del país. Los productos que el país exporta son variados, más son aquellos tradicionales los que hoy en día siguen siendo uno de los rubros de mayor demanda en el comercio internacional.

Según el informe elaborado por Cesar Amparo (Exportaciones de productos tradicionales agrícolas dominicanos, 2018), se evidencian cuatro productos agrícolas tradicionales: el cacao, café, tabaco en rama y el azúcar, junto a sus derivados. Esencialmente, el azúcar y el cacao compusieron más del 86% del total de las exportaciones de estos bienes, los cuales pasaron de exportar US$156 millones en 2002 a US$358 millones en 2016.

Nuestro mayor socio comercial, Estados Unidos, de 2002 a 2016 había importado cerca del 45% del total de los productos agrícolas tradicionales, comprando principalmente azúcar y sus derivados (62% del total) y cacao (33% del total). República Dominicana, para el 2016 había exportado sus cultivos tradicionales a 27 países, destinándose productos distintos hacia cada uno de estos.

En 2016, tomando en cuenta los cuatro rubros previamente analizados, la República Dominicana exportó US$443 millones, lo que significa que desde 2002 las exportaciones habían crecido. Con esto se puede comprobar el esfuerzo entre los participantes de dicho mercado que han dinamizado las exportaciones del país, logrando así un mayor desempeño económico.

En el caso del cacao, desde el 2014 el sector cacao ha aportado más de US$1,128 millones a la economía nacional a través de las exportaciones, siendo el 2015 el año donde más se exportó, con US$250.79 millones. Según datos del CEI-RD, durante el 2018 se exportó US$205.77 millones en cacao, superando así los US$134.36 de 2017.

CAPÍTULO II.
ARGENTINA Y SU RELACIÓN CON LA REPÚBLICA DOMINICANA

2.1Argentina

Argentina es el octavo país más grande del mundo, en términos de extensión territorial es el segundo de América Latina, situado en el sur del continente americano, limita con los países, Bolivia, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay mediante tierra y con las Islas Malvinas vía mar.

Posee una gran biodiversidad de climas y topografías, gracias a su expansión del territorio y sus características de geografía variadas, posee gran abundancia y diversidad en recursos naturales. Sus tierras totalizan aproximadamente 170 millones de hectáreas, situadas entre los principales productores de alimentos mundialmente, gracias a su tierra fértil. Promueve el desarrollo sustentable y protección para sus recursos naturales, son ricos en recursos pesqueros e hidrocarburiferos.

Argentina es abierto a la inmigración con amplia riqueza y su gran diversidad cultural, posee una población de 41.1 millones de habitantes, donde la población es básicamente joven, teniendo como media un rango de 29.8 años. Su crecimiento anual es de 0.9%, siendo un 2.2 nacimientos por mujer promedio.

Según el Índice de Desarrollo Humano (IDH), este situado en el primer puesto en la franja superior de alto desarrollo humano entre los países de América Latina. Una tasa de urbanización alta, con 93% establecidas en áreas urbana, una densidad media de 14.4 habitantes por Km2. El tercio de población de Argentina vive en Buenos Aires y sus 24 partidos Conurbano Bonaerense, en adición a otras ciudades, constituyendo los centros urbanos.

Es miembro de las Naciones Unidas con su inclinación a defender la paz, el desarme y la seguridad internacional, haciéndose destacar en los Derechos Humanos, teniendo participación desde años anteriores, específicamente, 35 años. A su vez, es miembro de la Unión de Naciones Suramericanas (UNASUR) y de la Comunidad de los Estados Latinoamericanos y Caribeños (CELAC).

Fundador de la de la OMC y del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), en 1965 se integra al Banco Mundial y del FMI, a su vez, es miembro del Mercado Común del Sur (MERCOSUR), en donde los estados miembros negocian mediante terceros países o de manera conjunta sus negociaciones. El MERCOSUR ha negociado un Acuerdo de Asociación Interregional con la Unión Europea con finalidad comercial, de cooperación y política.

Este situado en el segundo lugar con el Índice de Desempeño Logístico que fue elaborado por el Banco Mundial, gracias a su maravilloso sistema de infraestructura y transporte. Desglosado a continuación:

- Rutas Nacionales: 39.322 Kms
- Caminos Provinciales: 195.837 Kms
- Extensa Ferroviarias: 35,753 Kms
- Puertos: 43, de los cuales 7 son marítimos
- Aeropuertos: 53, en donde 21 son internacionales, más de 30 aerolíneas ofreciendo vuelos directos hacía más de 40 destinos en los distintos continentes.

El puerto con más entrada y salida de la mayor parte del comercio exterior en el país es el de Buenos Aires, en donde asiste a buques fluviales y de ultramar. No obstante, se destacan los demás puertos marítimos y fluviales.

Ha tenido una buena participación en la implementación electrónica gubernamental, competitivo y moderno sistema de telecomunicaciones, en el cual brinda a los ciudadanos del país amplio acceso electrónico de servicios públicos. Adquiere primer lugar en el ranking de e-government readiness en América del Sur. (MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO INTERNACIONAL Y CULTO ARGENTINA, s.f.)

2.2. Situación Económica Comercial de Argentina

Según, (Banco Mundial, 2019) Argentina es una de las economías más grande en América Latina, gracias a sus abundantes recursos naturales tanto en energía como agricultura, donde posee un Producto Interno Bruto de aproximadamente (PIB) de US$470 billones. Es un país líder en producción de alimentos, con economía de gran escala en los sectores de agricultura y ganadería vacuna, contiene tierras agrícolas, cuenta con importantes reservas de gas y litio, y tiene un enorme potencial en energía renovables.

No obstante, la versatilidad histórica en el crecimiento económico y la gran cantidad de obstáculos institucionales han llegado a impedir el desarrollo del país, por consiguiente, sigue siendo elevada, la pobreza humana y alcanza el 35.4% de la población, en cuanto a la pobreza infantil tuvo un incremento al 52.6%.

Argentina ha priorizado los gastos a través de varios programas, en el que se destaca, un programa de transferencias, Asignación Universal por Hijo, que alcanza 4 millones de niños y adolescentes hasta 18 años, lo cual representa el 9.3% de la población del país.

En el 2018, el país se vio afectado en unas turbulencias financieras, lo que implicó una revisión de un plan económico y cumplir con un programa con el Fondo Monetario Internacional (FMI), conforme a una suma de US$57 millones, a fin de estabilizar las cuentas públicas para alcanzar un equilibrio fiscal a finales de 2019.

En 2019 el peso de Argentina pierde valor, debido a la situación económica que ha ido presentando equilibrios precarios, en adición, se ha ido acumulando una depreciación de 65% desde abril en 2018. La inflación es superior a un 50% y una caída de 2.5% de PIB en 2018, por consiguiente, la economía se contrajo un 2.5% para el trimestre primario en 2019.

Argentina, a pesar de sus fluctuaciones económicas, en la economía global, un papel de suma importancia destacando producción agrícola, representando el 5.6% del PIB y empleos a la población de 0.5% en donde su principal es la cría de ganado, producción de cereales, cítricos y demás.

Argentina está posicionado en el cuarto lugar tanto en producción y como exportador mundial de biodicel. En América Latina es el país productor de gas, lo que hizo posicionarse en primer productor de gas, debido a su yacimiento de gas esquisto a nivel mundial, poseyendo la cuarta reserva de litio y petróleo.

El sector industrial ha tenido un cambio considerable a través de los años, conforme a la molinería y preparación industrial de los alimentos, apoyándose al sector textil, filiales de automóviles, bienes y diversas actividades.

La especialidad de Argentina es en servicios de sectores de punta, siendo competitivo en tecnología y turismo, los cuales se han estado convirtiendo en uno de los sectores más importantes. (Santander- Trade Markets)

2.2.1 Indicadores socioeconómicos.

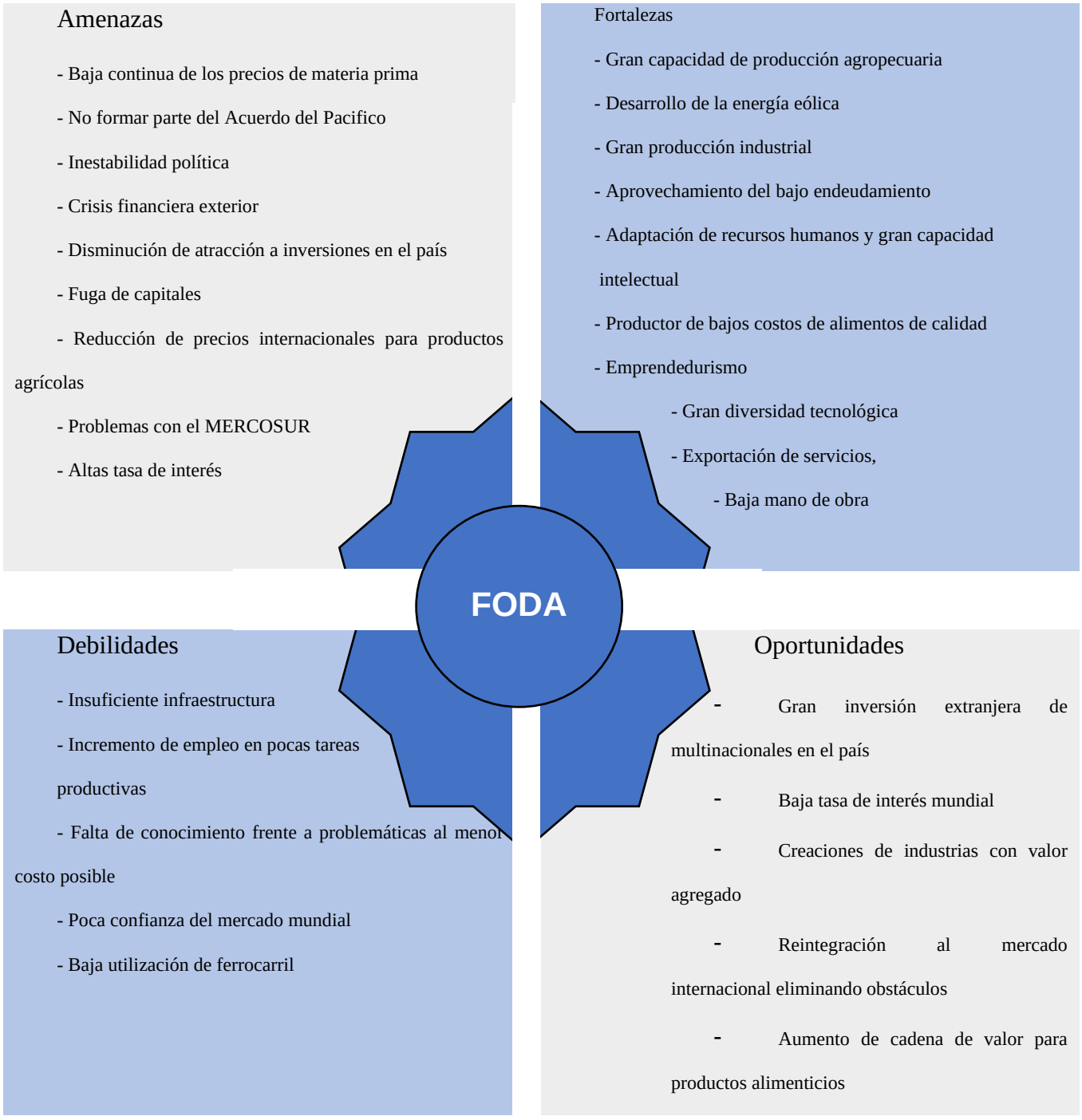
Tabla 6: Indicadores Socioeconómicos de Argentina.

Producto Interno Bruto (PIB)	USD$470 billones
PIB Per Cápita	USD$20,567.3
Balanza comercial	US$2,241,000
Estimador mensual de actividad económica	-1,7
Deuda externa	US$ 283,567
Índice de producción industrial manufacturero	-3.3%
Índice de Precio al consumidor	3.7% Mensual; 53.8% Acumulada
Población	45,576,329
Índice de desarrollo humano	0.830
Índice de desarrollo humano por desigualdad	0.714
Tasa de Natalidad	16,8 cada 1000 personas
Tasa de mortalidad	7,6 cada 1000 personas
Tasa de empleo	42.6%
Tasa de desempleo	10.6%
Índice de pobreza	35.4%
Índice de indigencia	7.7%
Seguridad social (total de jubilaciones y pensiones)	6,938,014
Salario mínimo	$16,875
Tasa de alfabetización	4%
Expectativa de vida	76,9

Elaboración propia de las sustentantes. ***Fuente****: datos de Instituto Nacional de Estadísticas y censos* (Instituto Nacional de Estadisticas y Censos, República de Argentina, 2019)

2.3Análisis FODA de Argentina

Tabla 7: Análisis FODA de Argentina



Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** *Basada en informaciones suministradas* (9 fortalezas y debilidades del nuevo ciclo de gobierno)

2.4 Exportaciones de Argentina

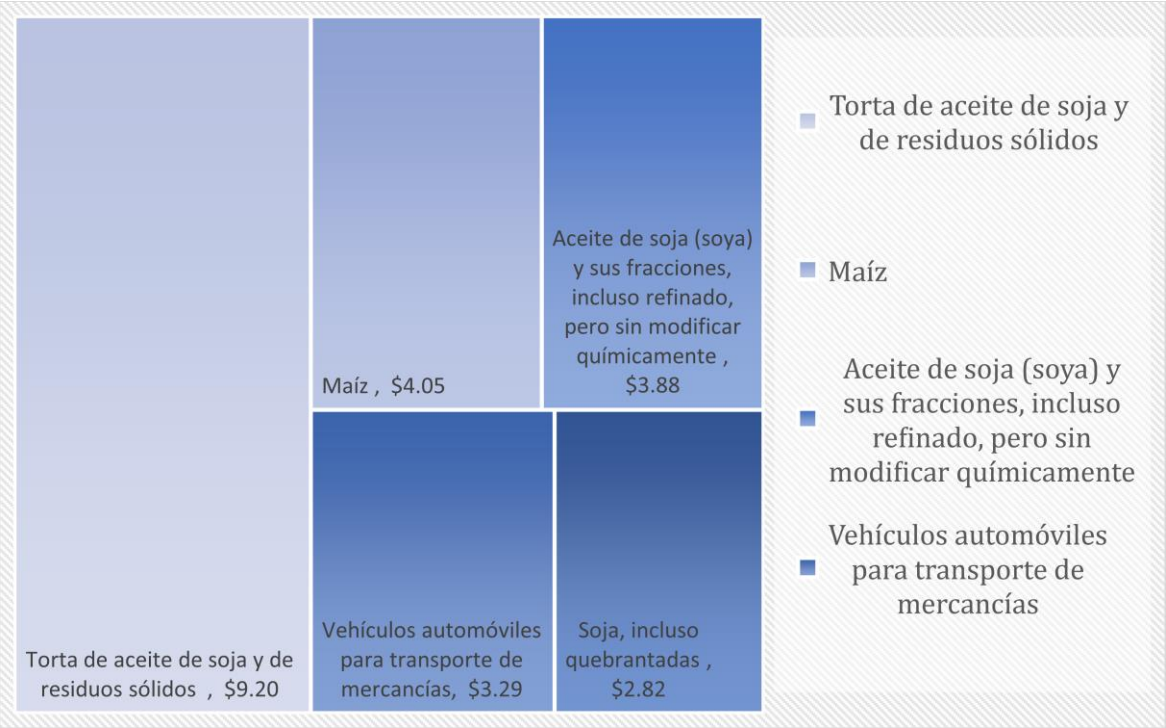
De acuerdo con (OEC, 2018), Argentina posee la 45º posición de mayor economía de exportación en el mundo y ocupa la 50º de acuerdo con el IEC. Debemos conocer si el mercado está abierto para la mercancía, consultando los requisitos fitosanitarios, de productos de origen animal, zoosanitarios necesarios para poder penetrar a dicho mercado.

Para 2017, su tasa anualizada decreció a un $59,2 mil millones, a través de una tendencia decreciente hasta 5 años atrás. Sus exportaciones más recientes se ven afectadas positivamente debido a la exportación de Torta de aceite de soja y de residuos sólidos, representando el 15,4%, Maíz que representa el 6,84% de las exportaciones totalizadas de Argentina. En 2018 se exporto 1,717 productos a 169 países a nivel de 6 dígitos, haciendo una totalidad de las exportaciones (FOB) de 61,558 millones dólares (WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTIONS, s.f.).

Sus principales destinos para las exportaciones de Argentina siguen en el siguiente orden de manera descendente:

- Brasil, ($9,3 Mil millones)
- Estados Unidos (EEUU), ($4,6 Mil millones)
- China, ($4,38 Mil millones)
- Chile, ($2,77 Mil millones)
- Vietnam, ($2,27 Mil millones)

Ilustración 2: Principales Productos Exportaciones ($USD Miles de Millones)



Elaboración propia de los sustentantes. ***Fuente:*** *Ilustración basada en informaciones de OEC.* (OEC, 2018)

2.5 Importaciones de Argentina

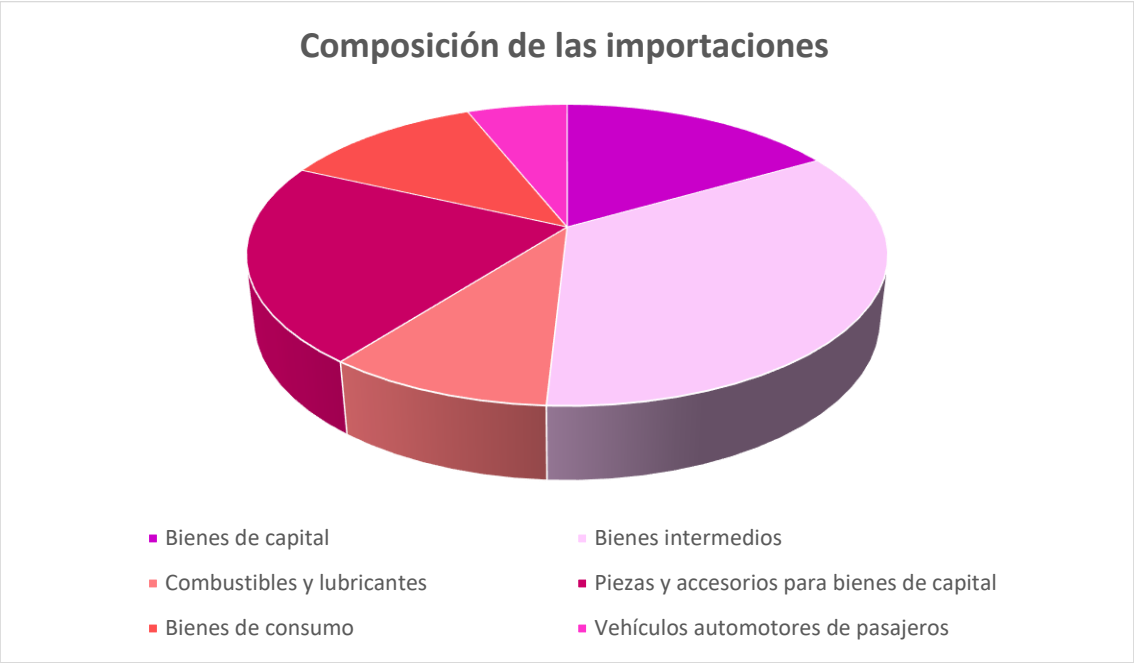
Según informa el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INCEC) de Argentina, las importaciones de este país sufrieron una reducción de más de un 27%, durante los primeros 8 meses del año 2019, frente al mismo período del ejercicio precedente, situándose en $34,468 millones de dólares. Este declive, cercano a los $13,000 millones de dólares, se produjo fundamentalmente a causa de la evidente caída de la demanda interna, fortalecida de igual forma por la pérdida de valor del peso y la situación de incertidumbre en la que se encuentra actualmente la economía argentina. La convulsión fue especialmente atribuida en las cifras referentes a las importaciones de vehículos, cuyo valor se redujo en más de un 58%, y hacia las de combustibles y lubricantes, con un descenso del 32,7%. (ICEX España, exportacion e inversiones., 2019)

En mayo alcanzaron US$ 4,644 millones, implicando un progreso de 11,3% en relación con el mes anterior. En términos interanuales, retrocedieron un 28%, debido al descenso en las cantidades adquiridas (22,3%) y en los precios (7,3%). El saldo comercial para Argentina en el quinto mes del año fue superavitario, por noveno mes consecutivo, en US$ 1,373 millones, lo que simbolizo un alza mensual de 20,5%. A nivel interanual, se observó una reversión en el signo ya que, en mayo de 2018, el saldo fue deficitario en US$ 1.283 millones. (Cámara Argentina de Comercio y Servicios., 2019)

Para el momento específico del mes de agosto, las importaciones argentinas se comprimieron un 30,3% en comparación con el mismo período de 2018 y simbolizaron poco más de $4,400 millones de dólares, mientras que las exportaciones continuaron aumentando, un 7,5%, por lo que la balanza comercial arrojó un saldo positivo de $1,168 millones de dólares. (ICEX España, exportacion e inversiones., 2019)

Las importaciones argentinas en el mes de mayo estuvieron lideradas por el rubro “Bienes Intermedios”, con un 34%. La segunda posición correspondió a “Piezas y Accesorios para Bienes de Capital”, con un 21,3%, mientras que en tercer lugar se ubicó “Bienes de Capital”, con el 16,6%. En términos interanuales, todos los rubros presentaron mermas en comparación con igual mes del año previo, resaltando “Vehículos Automotores de Pasajeros y Resto” con el 58,6% y 45,5%, respectivamente. Luego se posicionó “Combustibles y Lubricantes”, con 41,5%. (Cámara Argentina de Comercio y Servicios., 2019)

Gráfico 1: Composición de las importaciones realizadas por Argentina, año 2018



Elaboración propia de los sustentantes. ***Fuente****: datos de la Cámara Argentina de Comercio y Servicios.* (Cámara Argentina de Comercio y Servicios., 2019)

Argentina concluyó el 2019 una balanza comercial positiva por US$ 15,990 millones, como resultado de las exportaciones por US$ 65,115 millones e importaciones por US$ 49,125 millones. El superávit comercial es el más grande desde 2009, cuando se había logrado un balance positivo por US$ 16,885 millones. (Roset, 2019)

2.6 Principales Socios Comerciales

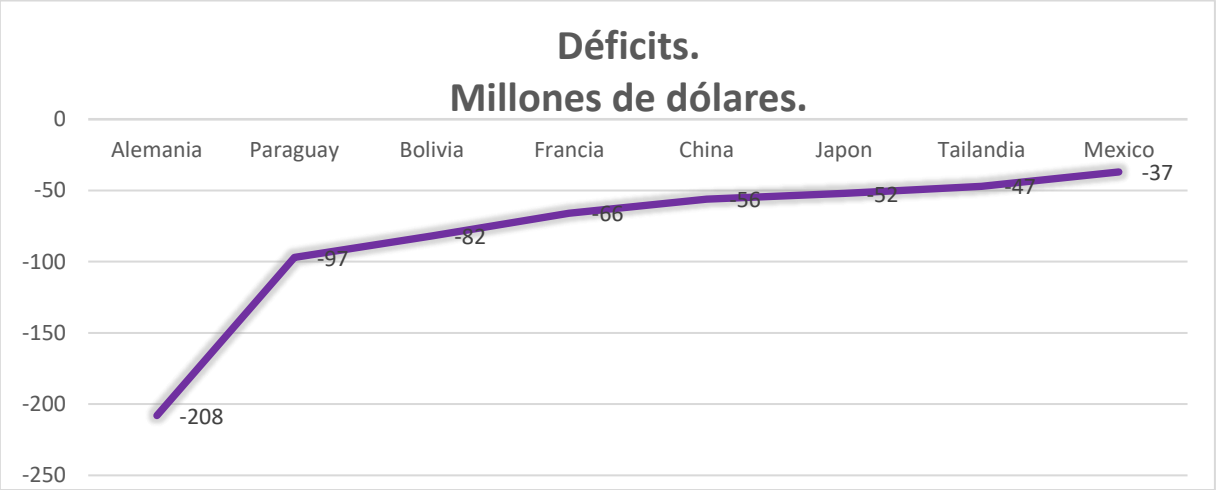
Los principales socios comerciales de Argentina son los países del Mercosur (Brasil, Paraguay, Venezuela y Uruguay) seguidos por China, la Unión Europea y Estados Unidos. Brasil es el principal socio comercial de Argentina tanto para importaciones como exportaciones. (Santander, 2019)

En mayo los principales destinos de las exportaciones argentinas fueron: Brasil, China, Estados Unidos, Vietnam, Egipto, Chile, India, Países Bajos, Perú, e Irán, en ese orden, que en conjunto acumularon el 56,9% del total de ventas externas. Por su parte, los principales países de origen de las importaciones fueron: Brasil, China, Estados Unidos, Alemania, Paraguay, Bolivia, Tailandia, Italia, México y Japón, que representaron el 74,3% del total de compras al exterior.

Los déficits más importantes de mayo se registraron con Brasil (-211 millones de dólares), Estados Unidos (-208 millones de dólares), Alemania (-147 millones de dólares), Paraguay (-97 millones de dólares), Bolivia (-82 millones de dólares), Francia (-66 millones de dólares), China (-56 millones de dólares), Japón (-52 millones de dólares), Tailandia (-47 millones de dólares) y México (-37 millones de dólares).

Los superávits más importantes de mayo correspondieron al comercio con Egipto (262 millones de dólares), Vietnam (230 millones de dólares), Chile (193 millones de dólares), Países Bajos (167 millones de dólares), India (144 millones de dólares), Irán (114 millones de dólares), Argelia (104 millones de dólares), Perú (102 millones de dólares), Arabia Saudita (87 millones de dólares) y Malasia (69 millones de dólares). (Instituto Nacional de Estadisticas y Censos, República de Argentina, 2019)

Gráfico 2: Déficits como resultado de las exportaciones de Argentina



Elaboración propia de las sustentantes. ***Fuente:*** *datos de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Argentina.* (Instituto Nacional de Estadisticas y Censos, República de Argentina, 2019)

Gráfico 3: Superávits como resultado de las exportaciones de Argentina

Elaboración propia de las sustentantes. ***Fuente:*** *datos de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos de Argentina.* (Instituto Nacional de Estadisticas y Censos, República de Argentina, 2019)

2.7 Normas técnicas para la importación en Argentina

Según (Centro Despachantes de Aduana de la República De Argentina, 2018), La OMC redacto un informe en donde Argentina es beneficiaria a una de las economías con menos

restricción del mundo, supliendo las licencias no automáticas de normas técnicas, lo que podrían salir una porción a corto plazo. Argentina posee 705 barreras no arancelarias a diferencia de los demás países y principales socios comerciales, sin embargo, debido a algunas ausencias de tratados de libre comercio, se da a conocer las barreras paraarancelarias, lo que hace más incómodo el proceso de comercio bilateral.

Luego de haber eliminado alrededor de 314 licencias no automáticas, se procedió a armar un plan donde se realizará un cambio para reemplazar una gran variabilidad de normas y reglamentos técnicos. Se tiene como objetivo bajar cantidad las licencias no automáticas siendo reemplazadas por el sistema de normas técnicas, sin embargo, han sido muy escaso dicho objetivo.

- **Procedimientos de la importación:**

Alrededor de los años los procedimientos para la importación han ido cambiando transcurso el tiempo. El importador o exportador deben estar registrado con la Aduana de Argentina a fin de empezar transacciones comerciales internacional. Existe algunos productos con permisos de licencia automáticos, el formulario formativo, lo que nos hace permitir a dichos agentes aduanales los posibles problemas que podían incurrir al importar, entre estos productos se pueden encontrar 600 distintos productos aproximadamente.

Para la inspección de productos existe un sistema que los clasifica mediante tres niveles:

- Verde: Aprobada sin inspección física
- Naranja: Inspección de documentación
- Rojo: Inspección tanto documentos como bienes

Gracias a su pertenencia en el Mercosur, se aplica una (TEC), tarifa externa común, el cual el rango es de 0 a 20% para la mayor cantidad de productos, sin embargo, la industria automotriz puede llegar a pagar hasta un 35% en aranceles, mientras que la industria de tecnología informática y bienes, son exentos del TEC temporalmente.

Existen otras tarifas adicionales a los aranceles:

- Entre el 10,5% y el 21% de IVA sobre el precio CIF. Si los bienes son para reventa la tasa es de 5,5% o 10% de IVA sobre el precio CIF.
- 0,5% de tasa de estadísticas sobre el precio CIF. Hay algunas excepciones.
- 3% del impuesto sobre los beneficios anticipados para los bienes al por menor.
- 1,5% de impuesto sobre el ingreso bruto.

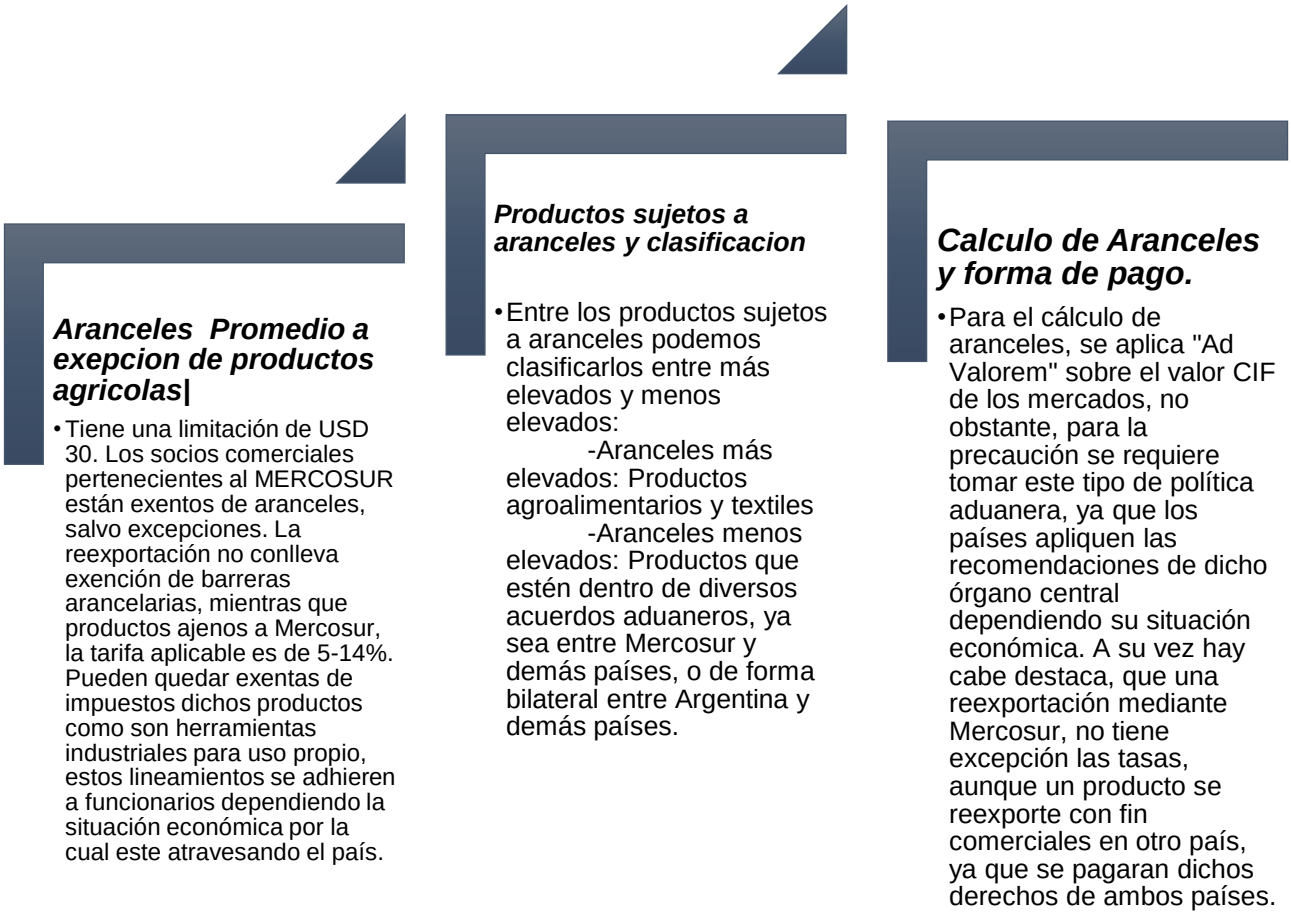
Productos como tabaco, refrescos, bebidas alcohólicas, están bajo el régimen fiscal nacional.

Tabla 8: Procedimientos específicos para la importación

	Procedimientos específicos para la importación
	Es necesaria una licencia previa a la importación para 9 números del sector automovilístico, en donde estos productos están sometidos a cuotas relativamente bajas, no obstante, productos provenientes de Brasil, no aplican. Para productos textiles y de vestir, se requiere estrictamente un certificado de origen (debe ser legalizado por el Consulado Argentino del país exportador).
Embarques Maritimos	Documentos requeridos para la importación de embarques marítimos: o Tres copias de la factura comercial o Una copia negociable del conocimiento de embarque o Los certificados de Los seguros o Una lista de la carga
Embarques Aéreos	Documentos requeridos para la importación de embarques aéreos: o Tres copias de la factura comercial o Una lista de la carga o Una carta de porte aéreo
Importaciones de muestras	El producto debe llevar inscrita un carnet ATA que precise que dicho producto es una muestra sin fines comerciales. El TAR, Régimen de Admisión Temporal, permiten entrar en el territorio nacional sin aranceles aplicados a las muestras sin fines comerciales, a su vez, bajo este régimen, también están el tipo de contenedor, pallets, embalajes con fin de ser transformados y reexportados.

Elaboración propia de los sustentantes. ***Fuente:*** *Informaciones suministradas* (Santander: Trade Markets, 2020)

Tabla 9: Aranceles e impuestos a la importación



Elaboración propia de los sustentantes. ***Fuente:*** *Informaciones suministradas* (Santander: Trade Markets, 2020)

- **Reglas de embalaje y etiquetado**

Entre las normas o reglas de Argentina sobre embalaje y etiquetado del producto de importación podemos encontrar:

Tabla 10: Reglas de embalaje y etiquetado de los productos de importación en Argentina

Embalaje	Debe contener: nombre de país procedente o fabricante del producto, nombre, calidad, pureza y peso neto del producto contenido
Idioma y etiquetado	No existe restricción alguna, sin embargo, el consumidor debe comprender los detalles
Unidades de medidas	Se debe utilizar el sistema métrico decimal, las unidades más utilizadas en ciertos casos es anglosajonas, como, por ejemplo, en productos de fabricación de tornillos
Marcado de origen	Sin excepción alguna, todos los productos deben poseer ‘’Hecho en’’, esto es verificado y controlado por las aduanas. Es considerado como país de origen, el país en donde se empezó la producción.
Normativa relativa al etiquetado	Debido a la ley argentina en vigencia, productos con ciertas prohibiciones para dicho público debe ser mencionado en la etiqueta.

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** *Informaciones obtenidas en diversas páginas Web y esencialmente suministradas* (Santander: Trade Markets, 2020)

- **Normas comerciales e industriales**

Argentina considera varios organismos de normalización a fin de comercio internacional, estos organismos pueden ser tanto nacional como internacional en lo que podemos denotar:

- Instituto Argentino de Normalización y Certificación (IRAM)
- Asociación Electrotécnica Argentina (AEA)

Miembro de:

- La Comisión Panamericana de Normas Técnicas;
- La Asociación Mercosur de Normalización;
- La Unión Internacional de Telecomunicaciones ;
- La Comisión Internacional de Electrónica ;
- La Unión Internacional de Telecomunicaciones.

Conformidad a las normas debe ser de carácter obligatorio en productos como, electrodomésticos, maquinas, equipamientos deportivos, herramientas, juguetes, y demás. Los productos tecnológicamente peligrosos deben pasar por variedades exámenes rigurosos y para su aprobación antes de ser comercializados, acorde a las normas de IRAM.

Argentina estrictamente debe respetar las normas, los certificados ISO 9000 y HACCP, la norma IRAM, siendo bastante conocidas por los argentinos y apreciadas como calidad y seguridad de servicios y productos. El IRAM es una certificación voluntaria, como los

demás sistemas de estándares, conocida como ‘’Sello IRAM’’, debe mostrar la S en su empaque como marca oficial.

2.7.1 Requisitos para la importación de alimentos en Argentina

El INAL, como autoridad sanitaria nacional, es el responsable de verificar las condiciones higiénico-sanitarias, bromatológicas y de identificación comercial de los productos que entren o salgan del país. Cumplidos esos requisitos, pueden comercializarse, circular y expenderse en todo el territorio nacional.

El Anexo II del Decreto 2126/1971 (reglamentario de la Ley 18284 modificado por Decreto 2092/1991), regula los requisitos que deben cumplir los establecimientos y los productos, tanto para los de producción nacional y de exportación, como para los importados. (ANMAT, 2019)

Según el artículo 4 de este decreto, señala que, para los efectos de los trámites para el registro de productos importados, se deberá presentar la siguiente documentación:

- Datos de identificación y domicilio del importador, titular del producto y los de inscripción en términos de una persona jurídicas.
- Marca o nombre propuesto para el producto y denominación correspondiente en el idioma del país, de acuerdo con el artículo 2 del Código Alimentario Argentino. De igual forma, le acompañará modelo de rótulos o etiquetas por triplicado, en idioma del país y el mismo deberá contener el nombre y domicilio del importador.
- Debe poseer una declaración jurada de los componentes dl producto, materiales de envase, volumen o peso neto de la unidad de venta.

❖ Copia del certificado de habilitación del establecimiento o depósito del importador.

❖ Condiciones del ambiente donde el producto ha de ser conservado; periodo durante el cual se mantiene intacto, las variaciones que se podrían producir por el transcurso del tiempo y ensayos realizados para establecer su estabilidad.

❖ Técnicas de elaboración del producto

❖ Descripción detallada de las características y especificaciones de los materiales del envase.

La autoridad sanitaria competente para los trámites de registro para la importación entregará al importador en un plazo de 60 días el Numero del producto Alimenticio de importación en forma transitoria, informando en un plazo no mayor a 30 días, a la Autoridad Sanitaria Nacional dicho número para que le sea otorgado el o los correspondientes registros nacionales para la importación.

El registro de los establecimientos y/o productos importados podrá efectuarse ante la Autoridad Sanitaria Nacional a opción del importador. En caso de la importación de un lote determinado de un producto deberá presentarse a criterio de la Autoridad Sanitaria competente, un certificado oficial de aptitud para el consumo del producto en el país de origen o copia autenticada del protocolo de análisis realizado por un establecimiento, instituto o servicio oficial o privado reconocido oficialmente.

Por otra parte, si la Autoridad Sanitaria competente considera necesaria la verificación analítica de las condiciones higiénico-sanitarias y bromatológicas de determinado producto llegado al país, su circulación, comercialización y expendio no será autorizado hasta tanto se dispongan los resultados. (DECRETO 2126, 1971)

Es importante resaltar que, para importar productos y subproductos de origen vegetal, Argentina requiere de un certificado de importación del Servicio Nacional de Sanidad y Calidad Agroalimentaria (Senasa).

Es emitido el certificado de importación, como resultado de la verificación física y documental de la mercancía, cumpliendo con los requisitos fitosanitarios de importación establecidos en la Autorización fitosanitaria de Importación AFID. (Centro de exportacion e inversion de la República Dominicana, 2019)

2.8 Importación de Manteca de Cacao

Según (TRADE MAP, 2018) El principal proveedor de manteca de cacao para Argentina, es su país vecino Brasil y, en segundo lugar, Ecuador seguido por Colombia e Italia. Durante los últimos 5 años se importaron un total de 43.856 toneladas de manteca de cacao, donde se puede evidenciar que el mercado argentino mantiene una demanda estable y creciente, al iniciar tomando en cuenta que en el año 2014 el total de toneladas importadas por Argentina fue 8.954 y finalmente en el año 2018 un total de 8.924 toneladas.

Tabla 11: Proveedores pasta de Cacao

Paises Exportadores	2014	2015	2016	2017	2018
	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas	Cantidad importada, Toneladas
Mundo	8954	8785	8497	8706	8924
Brasil	8385	8283	7942	8294	8468
Colombia	296	373	392	328	219
Ecuador	149	87	93	65	164

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** *Ilustración basada en informaciones suministradas* (TRADE MAP, 2018)

Podemos observar como las toneladas de manta de cacao importadas por el país de Argentina ha ido fluctuando desde Brasil disminuyendo en los últimos 5 años mientras que las toneladas importadas desde Ecuador y Colombia aumentando.

2.9 Empresas importadoras de manteca de cacao

A continuación, se muestra el listado de empresas importadoras de manteca de cacao.

Tabla 12: Empresas importadoras de pasta de cacao desde Argentina

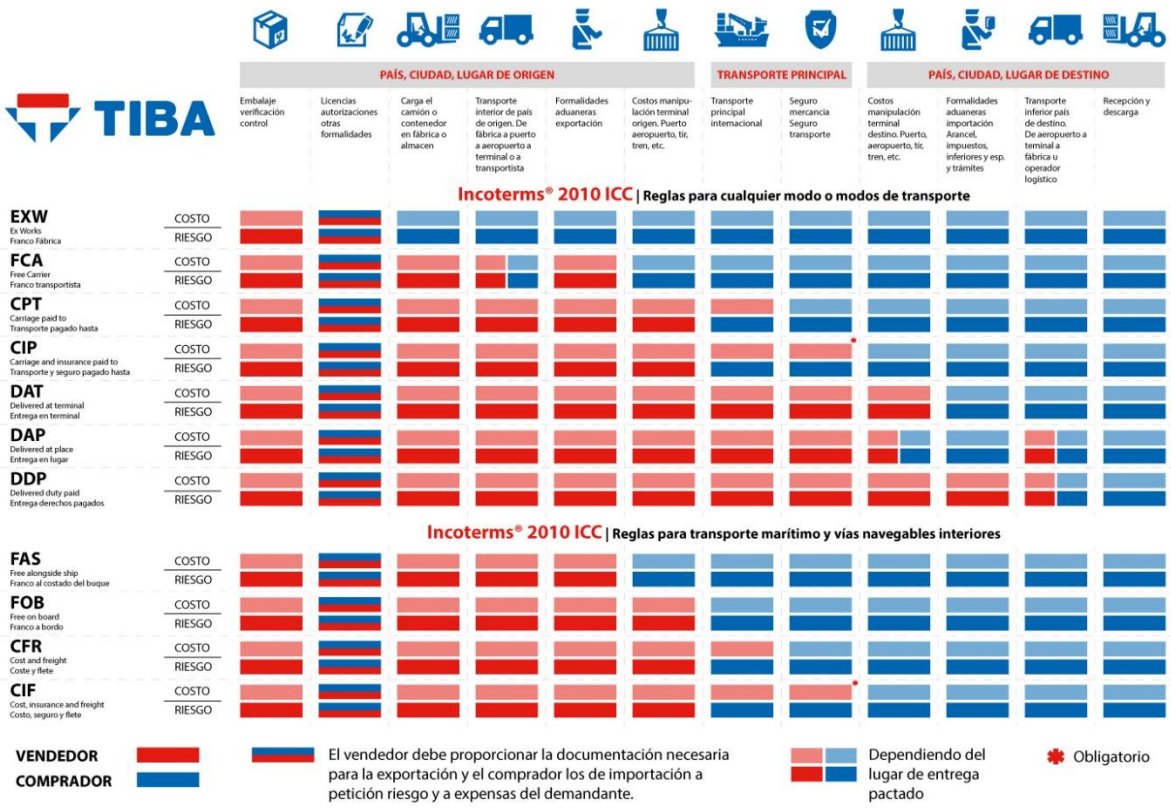
Nombre de la empresa
ALIMESA S.A.
ARCOR S.A.I.C.
BODINI S.A.
BOMPASSY S.A.
CABRALES S.A.
CHOCOLATE COLONIAL S.A.
Chocolates Bariloche S.A.I.C.
Ambrosoli Argentina
CHOCOLATES BLUM S.A.
CHOCOLATES INDUSTRIALES S.A.
CHOCOLATES LACASA ARGENTINA S.A.
COBERTOL S.A. 12 FORTUNATO ARRUFAT S.A.
GEORGALOS HNOS. S.A.I.C.A.
Joaquin Cutchet E Hijos S.R.L.
Joaquin Cutchet E. Hijos Srl
LA CABAÑA DE MENDOZA S.A.
La Delicia Felipe Fort S.A.I.I.C. Y F.
Felfort
MAMUSCHKA S.R.L.
MAPSA S.R.L.
MONDELEZ ARGENTINA S.A.
NESTLE ARGENTINA S.A.
PAULISTA S.A.
Sucesores De Jose Salgado S.A.I.C.
Chocolates Fenix
VEALFE S.A.

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** *Ilustración basada en informaciones suministradas* (TRADE MAP, 2018)

2.10 Términos comerciales

El termino comercial es lo que determina las obligaciones y derechos del importador y el exportador. Dentro de dichas obligaciones se hace especificaciones en los costos que puede incurrir el termino comercial, por lo general, el más usado de forma marítima es FOB, este significa que el vendedor entrega la mercancía a bordo del buque designado en el puerto de embarque. La CCI (Cámara de Comercio Internacional o ICC: International Chamber of 77 Commerce) es el encargado de las regulaciones de los términos comerciales desde 1936 y se ha ido revisando a través del tiempo en los años. Las actualizaciones de los términos se han hecho debido a los cambios que se han generado en el comercio y la última actualización del año 2020 es la que se está utilizando en la actualidad. (López , 2019, pág. 77)

Ilustración 3: Términos para el Comercio Internacional



Fuente: *Ilustración basada en informaciones suministradas* (Aspectos básicos para entender los INCOTERMS, s.f.)

2.11 Relación comercial entre República Dominicana y Argentina

La República Dominicana es un país que posee grandes beneficios por causa de su ubicación geográfica, sirve como puente hacia la región del Caribe, así como también hacia el resto del continente americano y los demás países del mundo. Con el fin de aprovechar aún más estas ventajas, el país desde 1985, ha implementado 5 acuerdos comerciales: Acuerdo de Libre Comercio de Alcance Parcial con la República de Panamá, el Tratado de Libre Comercio con La Comunidad del Caribe (CARICOM), El Tratado de Libre Comercio con Centroamérica, El Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Centroamérica (DR-CAFTA) y el Acuerdo de Asociación Económica entre la Comunidad Europea y sus Miembros y CARIFORO (EPA). Todos estos con la meta de fomentar el comercio entre las partes, permitiendo de esta manera el ensanchamiento y diversificación del intercambio de bienes y servicios.

En la actualidad, la República Dominicana y Argentina no cuentan con ningún acuerdo comercial. En este sentido, dichos países llevan a cabo sus transacciones bajo el principio de la nación más favorecida debido a su membresía en la Organización Mundial del Comercio. (Ministerio de Industria, comercio y MIPYMES, 2019)

Pese a esto, para el 2019, el canciller Miguel Vargas y su par argentino, Jorge Faurie, firmaron tres acuerdos bilaterales, al tiempo en que también propuso que ambos gobiernos negocien la supresión de aranceles de un grupo reducido de productos. Los ministros de Relaciones Exteriores dieron vigencia a un Memorándum de Entendimiento para la Creación de un Consejo Conjunto d Trabajo para la promoción del Comercio, las Inversiones y el Encadenamiento Productivo.

Según el Ministro de Relaciones Exteriores dominicano "*La firma de estos instrumentos manifiestan el deseo de continuar creando bases sólidas que permitan afianzar aún más estos vínculos".* Con relación a un eventual acuerdo comercial, el Canciller explico que actualmente los países latinoamericanos que compiten con la República Dominicana gozan de preferencias arancelarias de hasta 0% por ser miembros plenos del Alianza latinoamericana de Integración (ALADI). (RD y Argentina firman tres acuerdos, 2019)

Tabla 13: Comparación entre los posicionamientos en rankings internacionales entre República Dominicana y Argentina

Indicadores	**Rep. Dominicana**	**Argentina**
Competitividad	82	81
Estabilidad Macroeconómica	77	136
Mercado Laboral	51	116
Dinamismo empresarial	90	84
Facilidad de hacer negocios	102	119
Capacidad de innovación	94	54

Elaboración propia de las sustentantes. ***Fuente:*** *datos del Centro de Exportación e inversiones de República Dominicana*. (Centro de exportacion e inversion de la República Dominicana, 2019)

Se aprecia que en los rankings de competitividad, dinamismo empresarial y facilidad de hacer negocios son muy parecidos entre ambos países. A causa de la relación existente en los factores de competitividad, como son: calidad productiva, viabilidad para hacer negocios, institucionalidad, progreso y educación.

No obstante, existe una diferencia pronunciada en los rankings de estabilidad macroeconómica y mercado laboral, donde la República Dominicana se sitúa por encima de Argentina, la raíz de esto se encuentra mayormente en grandes fluctuaciones y altas tasas de inflación y desempleo que ha experimentado Argentina en los últimos 10 años. Por otro lado, en términos de capacidad de innovación, Argentina se encuentra en una posición muy por encima de la nuestra. Esto se explica por el comportamiento de la inversión y desarrollo de servicios y productos de alta tecnología. Actualmente Argentina cuenta con una cartera de inversionistas tanto local como extranjera en los sectores de softwares, biotecnología y ciberseguridad.

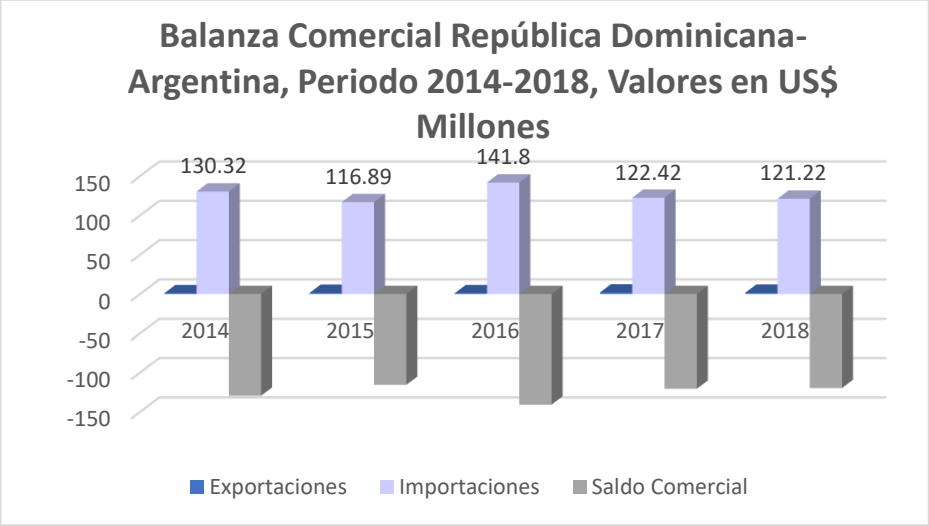
- **Inversión extranjera directa desde Argentina hacia República Dominicana.**

En el país existen de empresas con capital argentino con una inversión acumulada de US$ 745,568.38, de acuerdo con el Director de Empresas del Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE), la misma está distribuida en dos empresas:

GOSOBA, SRL: dedicada a la manufactura de productos agroindustriales, que genera 57 empleos ubicada en la Zona Franca Industrial de Nigua, la inversión acumulada es de US$1,800,000 de los cuales el 35% (US$630,000) es argentino y el restante 65% (US$1,170,000) es dominicano.

G&G Esperanza, SRL: dedicada a la producción de pieles y manufacturas, que genera 30 empleos, ubicada en la Zona Franca Industrial de Esperanza, la inversión acumulada es de US$231,172.76 de los cuales el 50% (US$115,586.38) es argentino y el restante 50% (US$115,586.38) es dominicano. (Centro de exportacion e inversion de la República Dominicana, 2019)

Tabla 17: Balanza Comercial República Dominicana-Argentina.



Elaboración propia de los sustentantes. ***Fuente:*** *datos del Centro de Exportación e inversiones de República Dominicana*. (Centro de exportacion e inversion de la República Dominicana, 2019)

El intercambio comercial entre la República Dominicana y Argentina para el periodo 2014-2018 totalizo en US$US 639.6 millones. De este total, US$ 6.95 millones corresponden a exportaciones dominicanas hacia Argentina, mientras que US$632.65 millones corresponden a importaciones desde Argentina, lo cual equivale a un déficit comercial para la República Dominicana de US$ -625.7 millones. (Centro de exportacion e inversion de la República Dominicana, 2019)

2.11.1Exportaciones de productos dominicanos a Argentina

Tabla 14: Top 10 productos exportados por República Dominicana exportados por República Dominicana hacia Argentina. Periodo 2014-2018; Valores en US$ Miles.

CODIGO DEL PRODUCTO	DESC. DEL PRODUCTO	REPUBLICA DOMINICANA EXPORTA HACIA ARGENTINA				
TOTAL	TODOS LOS PRODUCTOS	VALOR 2014	VALOR 2015	VALOR 2016	VALOR 2017	VALOR 2018
3006.91	Instrumento identificado por el uso astomo	961.0	1,384.0	1,040.0	1,950.0	1,620.1
4302.3	Pieles enteras, trozos y recortes de pieles, curtidos o adobados, ensambladas, sin otras materias	0.0	0.0	0.0	274.0	401.0
2402.1	Cigarros "puros", icl. Despuntados y cigarritos "puritos", que contengan tabaco.	0.0	0.0	0.0	0.0	350.6
2208.4	Ron y otros espíritus obtenidos de productos de caja de azúcar destilados y fermentados.	235.0	143.0	244.0	238.0	241.0
6405.1	Calzado con parte superior de cuero natural o regenerado (exc. Con suela de caucho, plástico)	0.0	95.0	83.0	70.0	106.8
1905.32	Barquillos y obleas, incluso rellenos "gaufrettes, wafers" y "waffles"	107.0	551.0	139.0	137.0	84.2
6802.92	Piedras calizas de cualquier forma (exc, marmol, travertinos y alabastro, losetas, cubos)	0.0	0.0	0.0	148.0	80.4
6115.21	Calzas,"panty-medias" y leotardos, de punto, de fibras sintéticas, de título < 67 decitex.	89.0	0.0	0.0	0.0	64.3
8422.3	Máquinas y aparatos para llenar, cerrar, tapar o etiquetas botellas, botes o latas y cajas.	0.0	0.0	0.0	0.0	45.0
2208.9	Alcohol etílico sin desnaturalizar con un grado alcohólico volumétrico < 80% vol; aguardientes.	0.0	9.0	23.0	31.0	30.2

Elaboración propia de las sustentantes. ***Fuente:*** *datos del Centro de Exportación e inversiones de República Dominicana*. (Centro de exportacion e inversion de la República Dominicana, 2019)

CAPÍTULO III.
CARACTERÍSTICAS Y EXPORTACIONES DEL CACAO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

3.1 Sector Agroindustrial Dominicano

El Asistente Agropecuario del Secretariado Técnico de la Presidencia, Juan Díaz Gómez, (1996), describe el estado actual de la agroindustria dominicana, en la cual identifica que alrededor del siglo XVI es donde se registra el primer molino de caña (trapiche), establecido en el nuevo mundo e instalado en la Ciudad de la Vega en 1536 por los colonos españoles; siendo esta la fecha en la que algunos historiadores consideran como el nacimiento de la Agroindustria en la República Dominicana. No obstante, La primera Agroindustria Dominicana registrada fue el procesamiento de la yuca para producir Casabe, el cual hay día sigue estando consumida por todo el Pueblo Dominicano.

Es importante resaltar que desde comienzos de la década de los 30's y hasta finales de los 70's, la industria azucarera se consideró como la clave de la economía dominicana, cuya producción estuvo fundamentalmente destinada a la exportación. (Agroindustria República Dominicana, 2015) Así mismo, se resalta uno de los complejos agroindustriales más grandes del mundo, el Consejo Estatal del Azúcar, creado tras la muerte de por ese entonces gobernador de la República Dominicana, Rafael Leónidas Trujillo, el cual en sus treinta años de dictadura era dueño de doce ingenios azucareros.

Adicional a esto, la industria procesadora de cacao es una de las actividades agroindustriales con más tradición en el país, con una operación y desarrollo continuados desde 1927. Surge con el objeto de procesar e innovar el cacao en su producción, facilitando así el consumo masivo como producto complementario en la dieta alimenticia de los dominicanos y del resto del mundo. El cacao ha tenido participación en el mercado desde 1936.

Así mismo, la siembra, recolección y transformación del café, ha sido partícipe de la economía de los dominicanos desde tiempos remotos, el cual actualmente es considerado como uno de los renglones de preferencia dentro de los productos de mayor consumo y exportación del país. Las demás agroindustrias catalogadas como "no tradicionales", se encuentran representadas principalmente por aquellas dedicadas a la producción de alimentos: molinería, productos de origen pecuario, procesamiento de frutas, aceites y vegetales, bebidas, alimentos para animales, entre otros.

Patricia Reyes, autora del artículo 'Agroindustrias democratizan la economía de la nación' en el periódico del Listín Diario (2016), determinó que las empresas agroindustriales están llamadas a convertirse en el modelo de industria que debe ser desarrollo en el país, debido a que generan empleos en las comunidades, se nutre de la producción nacional, y los capitales que generan no se escapan hacia el extranjero. Cada sector o subsector agropecuario cuenta con un gran número de agroindustrias distribuidas en todo el país, generan empleos en lugares donde las grandes empresas no suelen decidir instalarse.

Martin Polanco, publica en el periódico del Caribe un artículo acerca de la *Agricultura: la base de la agroindustria alimenticia del país (2018)*, en el cual destaca que por lo general, cuando se realizan mediciones de las actividades que aportan al crecimiento de la economía dominicana no se considera la parte agroindustrial percé, sino que se contempla la agricultura o la agropecuaria como tal, considerando que esta es la base que sostiene el ramo agroindustrial. Por su parte, existen procesos agroindustriales de una diversidad de productos, entre ellos: del arroz, el cacao, plátanos, mangos, guayabas, naranjas, tomates, piña, leche y la caña, que plasman la importancia de la producción agrícola en el país, para el sostén de lo agroindustrial.

El país posee condiciones idóneas para el cultivo de rubros que tienen gran liderazgo a nivel internacional, teniendo como referencia los números que registran y en la aceptación de sus exportaciones. Como parte de ellos figura el cacao. Mediante procesos de industrialización, tanto de manera interna como en el exterior, se obtienen un chocolate de muy alta calidad. Múltiples ocasiones ese chocolate elaborado a nivel internacional entra a la República Dominicana en variadas presentaciones sin que el consumidor tenga idea de que la materia prima es de procedencia de suelos dominicanos. Por su parte, la industria de conservas[2], emplea un conjunto de rubros entre ellos tomates y otros vegetales, en adición, frutas como el mango.

Según datos de la estrategia para el desarrollo agropecuario y agroindustrial sostenible de República Dominicana 2010-2030, elaborado por la Junta Agroempresarial Dominicana, del Producto interno Bruto (PIB) total del país el 16% pertenece al agropecuario ampliado (agrícola, ganadero y agroindustrial).

Según el ministro de Agricultura, Omar Benítez, dijo que República Dominicana posee el potencial para aprovechar el mercado mundial de exportaciones que asciende a más de 1.62 trillones de dólares cada año. También, señaló que la agricultura brinda una oportunidad para adquirir divisas, debido a que cada día el mundo necesita suplir la cantidad de alimentos que se consumen. *"La agricultura orgánica; gourmet o turística; étnica, energética; cosmetológica o medicinal y la tropical son grandes fuentes para generar más divisas a la economía nacional trabajando para seguir incursionando en estos mercados."* añadió el ministro. (Redaccion elDinero, 2019)

[2] Según una publicación hecha por Blog Isla del Carmen "una conserva alimenticia es el resultado del proceso de manipulación de alimentos de tal forma que sea posible preservarlos en las mejores condiciones durante un largo periodo de tiempo."

Resaltó de igual forma los aportes que la agropecuaria ha realizado a la economía nacional, pues aproximadamente 407,000 empleos provienen de los sectores productivos, concurren 300,000 productores y más de dos millones de personas resultan beneficiados de alguna actividad relacionada al campo; con un 38.95% del territorio dedicado a algún cultivo o producción.

Concluyo diciendo que los retos de la agropecuaria dominicana están en aprovechar las oportunidades de estas economías en escala, aumentar el tamaño de las exportaciones agroindustriales, crear esquemas asociativos y de cooperativas que abaraten los costos, mecanización y tecnología de la producción, entre otras novedades que hagan a República Dominicana, competitiva a nivel mundial.

3.2 Análisis FODA del Sector Agroindustrial Dominicano

Para la consideración y análisis del sector agroindustrial dominicano para fines del trabajo de lugar, se realizó en una tabla un análisis FODA que resalta las lo que el sector agroindustrial puede controlar en su entorno y lo que no:

Tabla 15: Análisis FODA del sector agroindustrial dominicano

FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
❖ Más de 407,000 empleos directos provenientes de los sectores productivos. ❖ Existen más de 300,000 productores y más de dos millones de personas que se beneficias de alguna actividad relacionada al campo, con un 38.9% del territorio dedicado a algún cultivo o producción. ❖ La Junta Agroempresarial Dominicana (JAD), ha sido considerada como un modelo para las organizaciones del Caribe. ❖ Del PIB total del país el 16% pertenece al agropecuario ampliado (agrícola, ganadero y agroindustrial). ❖ Las agroindustrias que procesan y exportan frutas frescas han construidos modernas plantas que operan bajo licencias renombradas de certificaciones internacionales.	❖ El país posee condiciones idóneas para el cultivo de rubros que tienen gran liderazgo a nivel internacional evidenciando en los números que registran y en la aceptación de sus exportaciones. ❖ La agricultura le da una oportunidad excelente a los productores y a las agroindustrias para adquirir divisas ya que cada día más el mundo necesita suplir la cantidad de alimentos que se consume, Ramas como: agricultura orgánica, gourmet, étnica, energética, cosmetológica o medicinal, son grandes fuertes para generar más divisas a la economía nacional, trabajando para seguir incursionando en estos mercados. ❖ Hay grupos de productores dominicanos utilizando técnicas muy modernas en la explotación de sus predios. ❖ La creación de vínculos entre la agropecuaria y la industria aumentan la productividad de ambos sectores y obligan a mejorar la capacidad técnica, permiten incrementar las exportaciones y la internacionalización de nuestras marcas.
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
❖ Localmente no se conoce estudio reciente que mida el aporte de la agroindustria al Producto Interno Bruto (PIB). ❖ La falta de políticas públicas que reduzcan las estructuras de costos en los distintos subsectores agropecuarios podría afectar severamente el empleo, producción, el consumo y los ingresos de los dominicanos. ❖ Los rendimientos en la producción de algunos bienes decrecen, se estanca o a pesar de incrementarse se encuentra por debajo del promedio de América Latina, sin embargo, hay otros que alcanzan una productividad mayor que los niveles de América Latina, pero muestran debilidad en cuanto a estabilidad del crecimiento de su productividad, pues esta presenta una alta volatilidad. ❖ Vulnerabilidad del sector debido a efectos climatológicos como huracanes, sequias otras adversidades como las plagas y enfermedades. ❖ Incremento de precios de los fertilizantes e insumos necesarios para la producción.	❖ En los países subdesarrollados que tienen como base principal el sector agroindustrial, se aprecia que dicho sector es uno de los más descuidados en sus reformas y las condiciones de los gobiernos no han sido las esperadas. ❖ Existen políticas de crédito, donde el incentivo de financiación no ha sido tan atractivo para el sector industrial, por la alta tasa de interés. ❖ Limitado desarrollo de la infraestructura vial: puertos marítimos, carreteras, autopistas, marina mercante nacional, puentes, centros de logística óptimos para el adecuado almacenaje y tratamiento de dichos productos. ❖ Países como Alemania, Estados Unidos, España, Chile, Brasil y Costa Rica, han implementado políticas de desarrollo sostenible del sector. Estableciendo las plataformas necesarias que propician un desarrollo eficaz, en el mercado local e internacional.

Elaboración propia de las sustentantes**. Fuente:** datos extraídos de: (Aduanas, 2017), (Agroindustria República Dominicana, 2015), (RD cuenta con potencial para aprovechar el mercado mundial de exportaciones, 2019).

3.3 El Cacao

El cacao es un cultivo clave que mantiene a la República Dominicana como uno de los países líderes en la exportación de productos orgánicos en el mundo, siendo así el cacao dominicano un gran potencial para la exportación debido a la calidad con que a este se le conoce en países de América Latina y en todo el mundo. El cacao es un fruto tropical originario del árbol del cacao, también llamado cacaotero o por su nombre científico, *Theobroma cacao*.

El árbol del cacao o cacaotero es una planta que mide aproximadamente 2 o 3 metros de altura. Las flores y el fruto nacen directamente del tallo y rama y estos crecen de forma inusual y cuyo fruto es denominado como mazorca. El cacao posee una corteza rugosa rellena de una pulpa rosada, dentro de la cual se encuentran los granos o semillas, que pueden ser encontrados entre 20 y 60 en cada mazorca.

El grado de productividad del cacao depende en gran medida de las condiciones ambientales de las zonas en la cual se es cultivado. Este requiere de temperaturas y humedades específicas para poderse cultivar y a menudo requiere de otros arboles cuya sombra lo protejan del sol. (Observatorio del Cacao)

3.3.1 Origen del Cacao

Al ser los granos de cacao utilizados como monedas y los atributos reconstituyentes que los aztecas le otorgaban a la bebida de cacao, Hernán Cortes decidió explotarlo comercialmente, surgiendo así plantaciones en México y las islas del Caribe. (VICINI Interior).

Cortes dio introducción del cacao en el mundo a través de España, en 1528. Fue en el año de 1659 cuando se abrió la primera fábrica de chocolates en Paris. La industrialización arrastró cambios fundamentales para el chocolate, se abrió la primera fábrica de chocolate en Barcelona España en 1780, después Alemania y Suiza siguieron los pasos de España abriendo más fábricas. (Cacao Mexico)

El Instituto Dominicano de Investigación Agroforestal (IDAF) fue la encargada de dar seguimiento a dicha evolución en el experimento del cultivo del cacao en el país, donde se iniciaron en República Dominicana, los trabajos de diferentes variedades cacao en los años 80.

Este es uno de los productos de más exportación de la República Dominicana generando ingresos anuales. Produce alrededor de 400KG que es considerado un rendimiento un poco bajo para el potencial del cultivo, atribuido al inadecuado manejo y falta de mezcla de calidad. (Histora del Chocolate en República Dominicana)

3.3.2 Origen del Cacao

El cacao, en su cualidad de producción, requiere ser sometido a un proceso que bien conducido, garantizaría una mayor producción de este. El cultivo del cacao presenta diferentes etapas que va desde que se realiza la fundación (los cuatro primeros años de la plantación) hasta que los árboles inician su producción. El mantenimiento tiene por finalidad el mantener en buena forma la plantación cacaotera durante toda su época productiva. (Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, 2007)

Para su cultivo, el cacaotero requiere de una temperatura constante entre los 23º y 28ºC, lluvias tanto abundantes como regulares, así como suelos ricos en potasa, nitrógeno y otros elementos. El árbol en sus inicios es particularmente sensible al sol y al viento y ha de desarrollarse bajo la sombra de otros árboles. Dicha sombra debe permitir la entrada de cierta cantidad de luz solar, dependiendo de qué tan avanzado se encuentre en el ciclo de cultivo. (VICINI Interior)

El cacao ha sido y es actualmente un cultivo tradicional de la República Dominicana. Para la década de 1940, el país ya era un gran productor y exportador de este. Actualmente, el país cuenta con una superficie cosechada de 2.4 millones de tareas, que representa un 9.5% de toda nuestra área boscosa. La distribución geográfica se encuentra concentrada en 28 municipios principalmente en las regiones del nordeste, donde se destacan San Francisco de Macorís, Pimentel, Hostos, Castillo, Cotuí y La Vega, concentran más del 60% del área total sembrada. así también, se cultiva el cacao en la región este, ocupando un 12% del total, especialmente en El Seibo, Hato Mayor, El Valle, Miches y Sabana de la Mar y en las regiones norte y central, que aportan un 10% de la producción total. Finalmente, la región norcentral produce un 7% del total del área sembrada. (VICINI Interior)

3.3.2.1 Cultivo del cacao orgánico en la República Dominicana

No es hasta la década del 1980 cuando se inició la producción orgánica en la República Dominicana como una manera de acceder a nichos específicos en los mercados de la Unión Europea. El cacao orgánico es producido en terrenos totalmente agroecológicos donde no se utiliza herbicidas ni abonos químicos, la categoría de orgánico es más saludable y se trata con el mismo proceso de fermentación del cacao en grano. (Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, 2007)

A partir del cacao orgánico se obtienen productos semielaborados del mismo, tales como: licor de cacao, manteca de cacao y polvo de cacao. Dentro de los mayores productores de este, la Confederación Nacional de Cacacultores (Conacado) ocupa un 49.8% en el ranking de la producción orgánica del furto. A este le sigue Nazario Rizek con un 15.8% y luego Comercial Roing con un 13.2%. El resto está compartido entre Munné y Co., J. Paiwwonsky e Hijos, Cortes Hermanos, García y Mejía y la Asociación de Productores de Cacao del Cibao (APROCACI).

Dentro del grupo de los derivados del cacao, se resalta en este trabajo la manteca de cacao, debido a los grandes beneficios para la salud que contrae, así también como su utilización para la elaboración de cosméticos y productos farmacéuticos.

En el mismo informe del perfil económico del cacao dominicano del Centro de exportación e inversión de la República Dominicana (2007), se consignaba que la República Dominicana posee el 60% del mercado mundial de cacao orgánico, 401,553 tareas sembradas, que representan el 16.5% de 2, 436,185 tareas cultivadas del fruto. Estas son distribuidas en 40,000 fincas (grandes, medianas y pequeñas), las cuales están concentrada en cinco zonas productoras del país.

3.3.3 Variedades del Cacao

Existen tres variedades de la planta del cacao, dentro de estas podemos encontrar:

- **Criollo:** Es considerado la de mejor sabor y poseedor de un aroma bastante peculiar. Representa el 5% de la producción debido al bajo rendimiento de su árbol.

- **Forastero:** ocupa el 90% de la producción del cacao que se cultiva. Es el más común de los tres tipos y tiene por característica su sabor amargo. Es cultivado en Colombia, Perú, Ecuador, Etc.

- **Trinitario:** Es la mezcla entre el criollo y forastero, originario en la isla de Trinidad, por lo tanto, consigna parte del sabor típico del cacao criollo con la residencia del forastero.

3.3.4 Exportación del Cacao

"El agricultor dominicano ha sabido sacar provecho a la fertilidad de la tierra donde vive. Sus manos cosechan alimentos que pueden ser enviados al exterior para la elaboración de productos con gran demanda en el mercado, como los derivados del cacao" (Rosa, 2018).

La calidad en la cosecha y proceso de fermentación hacen que el cacao dominicano sea un producto de alto consumo y demanda, y así mismo sea reconocido internacionalmente. Según los datos del Depto. De Cacao del Ministerio de Agricultura, entre 2015-2016 el país genero divisas por US$222.73 millones debido a más de 70,000 toneladas de cacao destinadas a la exportación.

Desde ese entonces, se ha exportado más de 128 mil toneladas métricas de cacao organismo, dentro de los últimos años. Cuando el cacao esta de corte (cortados los granos en dos con el fin de analizar el nivel de fermentación), es cuando se verifica la calidad de este. Dicho proceso toma alrededor de 25 días para ser destinado a la exportación para el consumo final, dentro del cual seis días son para la fermentación, de ocho a diez días para el secado y de 5 días para el despacho final.

‘‘La calidad del cacao que se produce en la República Dominicana, es de las mejores a nivel internacional’’ (Instituto Interamericano de Cooperacion para la Agricultura). Se destaca que el 40% del cacao de producción nacional puede ser vendido como “fino”, de acuerdo con el comité especializado de la Organización Internacional del Cacao.

Por otra parte, la República Dominicana fue incluida dentro de los 15 países productores de cacao gourmet del mundo. El encargado del Clúster del Cacao Dominicano, Gabriel Podestá, denomina al cacao como un gran producto de exportación, a pesar de que no se este no sea explotando a su máximo por falta de un sello de calidad. (Rosa, 2018)

3.3.5 Principales destinos de exportación del Cacao de República Dominicana

El ministro de Agricultura, Osmar Benítez, afirmo que durante el año cacaotero 2018-2019, la República Dominicana exporto 73 mil toneladas métricas de cacao, aportando así 195 millones de dólares a la economía nacional. (Ministerio de Agricultura, 2019). Así mismo, resalto el reconocimiento de la República Dominicana ante la Organización Internacional del Cacao (ICCO), aumentar en un 20% sus exportaciones en la denominación de cacao fino o de aroma.

Atendiendo a los valores exportados del reporte sobre el Comportamiento Comercial del Cacao orgánico del Centro de exportación e Inversión de la República Dominicana (2008), el cacao crudo orgánico es el producto de mayor demanda en los mercados extranjeros, representando así el cacao orgánico un gran aporte en divisas para el país.

La República Dominicana se destaca como el mayor exportador de cacao orgánico y tercer mayor productor del continente y el noveno del mundo. Dentro de los principales destinos del cacao exportado desde la República Dominicana son hacia Europa y Estados Unidos, sin embargo, se ha ido abriendo paso a más mercados como Latinoamérica y Japón.

Dentro de los tipos de cacao que se exportan están Sánchez, Cascarilla, manteca de cacao tradicional y orgánica, cocoa en polvo, cocoa dulce, chocolate, licor de cacao, pajillas cascara, etc. Así mismo, el cacao dominicano es cada vez más demandado en los mercados de Suiza, Alemania, Inglaterra, Bélgica, Estados Unidos y Canadá.

CAPÍTULO IV.
MUNNÉ SRL: EMPRESA PRODUCTORA Y EXPORTADORA DE CACAO

4.1Munné y Co.: su creación

José María y el Sr. Mateo Ramis, constituyeron en Santo Domingo la firma Ramis, Muñe & Co., C por A, el 6 de septiembre de 1934. Mateo Ramis cedió todas sus acciones en la compañía al señor María y le deseo que se eliminara su nombre de la razón social, por consiguiente, en 1935, la Junta Central Extraordinaria, en donde se aprobó el nombre de Munné & Co., C por A, en donde este año se considera el inicio oficial de la compañía.

Fue instalada en el Conde, en donde se utilizó como depósito para almacenar sal en la calle Las Atarazanas. Tuvo por objeto la exportación de cacao a los Estados Unidos de América, incursionando otras actividades, como la exportación de café en grano, cera de abeja, maíz, y a su vez, como importación de mercancías y comestibles y el procesamiento y distribución de arroz.

La compañía adquirió en San Francisco de Macorís la Factoría de Arroz, la cual estuvo bajo su dirección con la asistencia del señor Rafael Irurzun, quien fue ocupado el cargo de administrador por muchos años. Luego fue adquiriendo motores y una locomotora con fin de quemar la cascara del arroz y café y generar el potencial energético más económico que requería la factoría.

Se agregaron dos molinos de café con motores eléctricos y máquina de limpieza, mientras la clasificación de granos fue realizada por mujeres denominadas ‘’trilladoras’’. La Administración de la Exportadora de Cacao se instaló en un local alquilado en la calle Arzobispo Meriño, en la misma calle y a poca distancia de la sede social de Munné & Co., con fines de fijar los precios del cacao en base a la bolsa de Nueva York. (Munnet, 2010)

4.1.1 El Presente y la Misión

Hoy en día, Munné & Co, es presidida por Galo y Antonio Munné Taule, los cuales han sido integrantes de la segunda generación y descendientes directos de su fundador. La tercera generación está constituida por los accionistas, Laura Munné Medrano y Ricardo Eugenio Munné Gómez en Santo Domingo.

Forman parte de la administración los accionistas Luis Francisco Espinal y Eusebio Rogelio Marte, Gerentes de sucursal San Francisco de Macorís, en donde junto a la Sra. Lourdes Canot, Gerente de la Sucursal de Puerto Plata, prestan su asistencia mediante las nuevas tecnologías de administración y fiscalización en las nuevas eras de globalización.

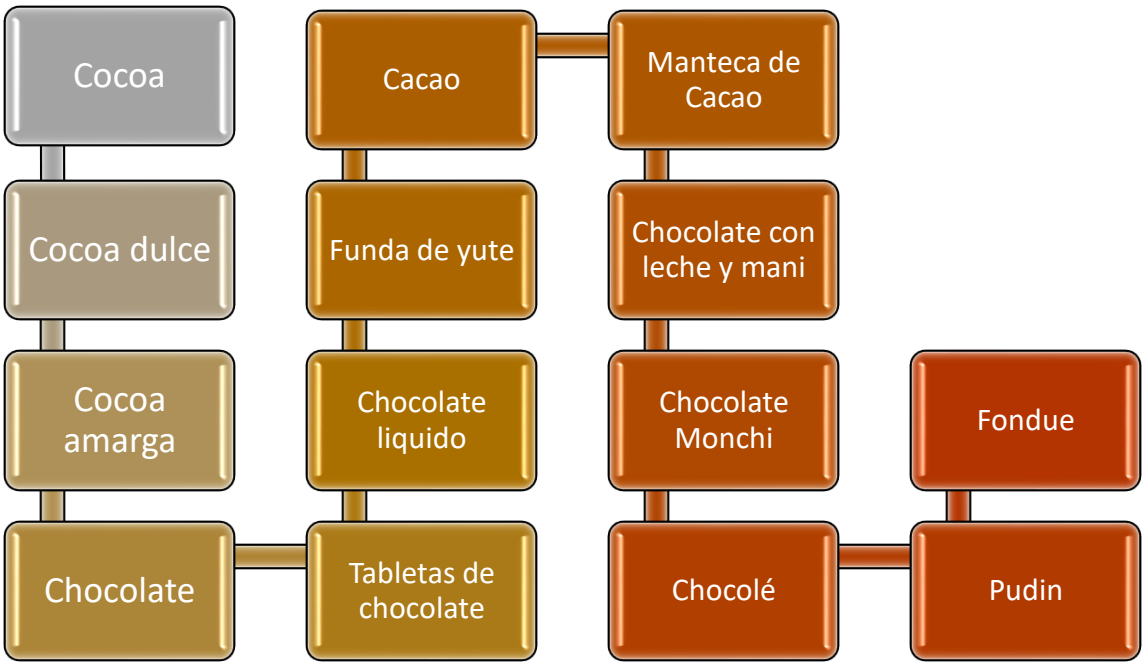
La misión de sus dirigentes es la de seguir trabajando en conjunto del agricultor cacao talero dominicano y sirviendo al consumidor dominicano con productos de consumo masivo, elaborados con alta tecnología y dedicación para obtener una excelente calidad y un servicio esmerado.

El futuro les presenta los retos de la globalización, en un mundo que se transforma vertiginosamente debido a los cambios tecnológicos y científicos, en los que los ayuda a abrir las puertas a nuevas oportunidades considerando el mercado de exportación como un nuevo horizonte de infinitas proporciones. (Munnet, 2010)

4.2 Cartera de productos

Munné SRL, es una empresa que desde sus inicios su objetivo ha sido claro, ofrecer al mercado un producto de demanda masiva con la mejor calidad y variedad el mismo. Dentro de la cartera de productos que produce y comercializa Munné, se encuentran:

Ilustración 4: Cartera de productos Munné



Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** Cartera de productos otorgada en las instalaciones de Munné.

4.3Estrategias de internacionalización

Se define a una estrategia de internacionalización como una decisión con visión a largo plazo, tomada por una empresa que desea expandir el alcance de sus productos hacia otro país, creando así las condiciones idóneas para salir al mercado internacional. (Estrategia de internacionalizacion, 2012)

Cabe resaltar que la estrategia ha de ser elegida por la empresa en consecución con los objetivos de esta, las características del producto o servicio que comercializan y las funciones de la empresa. (OBS Business School, 2017)

Partiendo de esto, se aprecian diversos tipos de estrategias de internacionalización, entre los cuales se destacan:

- **Estrategia global:** es el nivel superior de la internacionalización; se caracteriza por estandarizar las políticas de la mezcla de marketing implementadas en los mercados foráneos donde la empresa opera y/o donde sus productos tienen presencia y a partir de esto crear la homogenización de los productos comercializados. (Diccionario de comercio internacional)

- **Estrategia de localización:** Está orientada a lograr el incremento de la rentabilidad a través de la adaptación de los productos de una marca a las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores que componen cada mercado en el cual tienen participación. (Hill, 2011)

- **Estrategia transnacional:** Resulta de una organización que extiende su propiedad o parte de ella en países foráneos, naciendo de allí las llamadas "sucursales o filiales". Esta estrategia une el alcance global, coordinación de las operaciones, óptima utilización de las ventajas únicas que brinda cada mercado como mecanismo para conducir las ventas, el porcentaje de participación del mercado y los ingresos. (Riquelme, 2018)

- **Estrategia internacional:** Esta estrategia se sustenta en la elaboración de productos, en primera instancia, con fines del disfrute del mercado interno, entonces optan por vender en otros países con una adaptación mínima en concordancia con los parámetros locales del país. (Hill, 2011)

Tomando como referencia estos conceptos, se identifica que la estrategia de internacionalización de Munné & Co. es la internacional.

A través de la historia de la empresa, se ha dado a conocer que, en sus orígenes, en 1935, esta fue creada con el objetivo de exportar cacao en grano e importar mercancías y comestibles. Ágilmente se introdujo en otras actividades comerciales, como la exportación de café en grano, maíz, cera de abejas, así como el procesamiento y la distribución de arroz.

Con el transcurso de las décadas, específicamente en los setenta, el mercado internacional del café empieza a ser regularizado por el convenio internacional del Café, como consecuencia de esto, el gobierno dominicano incurre en el control de cuotas de la exportación de ese grano. Simultáneamente, el instituto de Estabilización de Precios naturaliza el mercado del arroz, tomando dominio de este producto.

Frente a esta situación, la respuesta de Munné es acceder a la industria del chocolate. El 1975, inicia la elaboración de licor con fines de la exportación. Con el paso de los años la empresa lanzó al mercado diversos productos que aun en la actualidad se mantienen posicionados en el mercado local e internacional. (Munnet, 2010)

Munné & Co, cuenta con una vasta experiencia de alrededor de 80 años en el ámbito de las exportaciones. Según informaciones de una fuente directa de la institución, los productos de principal atractivo para sus exportaciones son el Cacao y Manteca de cacao, los cuales son dirigidos de manera estable hacia los Estados Unidos de América.[3]

Como punto diferenciador de los elementos exportados por la empresa, se destaca la excelencia y calidad en sus productos, siendo esto lo que la empresa considera como fortaleza y la premisa que hace a la marca digna de enfrentarse a competidores de mercados foráneos. De igual forma, cuenta con un precio asequible al consumidor, convirtiendo sus productos en rentables para el mercado destino.

El volumen de exportaciones perpetrado por la marca según datos provenientes de fuentes directas es de dos contenedores de manera mensual de sus productos, en particular de la manteca de cacao, el método de transporte internacional empleado es el marítimo para esto haciendo uso del Incoterm FOB[4]. La empresa indica que los puntos a considerar para el momento de un exportación son en primera instancia, el crear una relación de confianza con el cliente, luego, cumplir responsablemente con lo acordado con anticipación en el contrato de compra-venta, en el mismo ámbito, se plantea por lo general, el pago anticipado del volumen a exportar, se debe resaltar que la duración para que la mercancía llegue al puerto de destino es un plazo de 10 días, por tanto, se debe conservar los

[3] Ver anexo entrevista a Laura Munné & Samuel Florián
[4] Incoterm FOB: Los incoterms son términos internacionales de comercio, son normas acerca de las condiciones de entrega de las mercancías. FOB “Free on board”, “Franco a bordo”, el vendedor obtiene la responsabilidad de colocar la mercancía a bordo de una nave en un puerto establecido previamente en el contrato de venta. (¿Qué son INCOTERMS?, 2011)

productos bajo temperaturas controladas, pertinentes para salvaguardar la entrega de estos en sus óptimas condiciones para comercialización y consumo.[5]

La empresa guarda relaciones comerciales con las navieras: Marítima dominicana, Mediterraneam Shipping Company y E.T Heinsen, que son quienes les proporcionan los servicios de transporte internacional.

A partir de su estrategia internacional y/o exportación simple, el mayor reto que la empresa ha de enfrentar es el de crear las condiciones óptimas para ver materializados sus aspiraciones de ensanchar sus horizontes hacia diversos países más allá del mercado que representa su lugar seguro (EE.UU), es decir, en la actualidad el mayor reto de Munné es abrirse camino en el mercado global y lograr posicionarse de manera estable en nuevos puntos geográficos, ciertamente, esto implica un desafío, sin embargo, los deseos de crecimiento y superación son el motor que la empresa necesita para mantener enfocada su visión en cumplir sus objetivos. El potencial de la marca evidenciado en el respaldo obtenido para con sus productos en el mercado local y foráneo, es el soporte que señala que, si están presentes el esfuerzo, la excelencia y la precisión; haciendo uso de las estrategias adecuadas, con certeza la empresa podrá elevarse hasta donde ha determinado llegar. [6]

En otro aspecto, Munné reconoce la oportunidad que representar el expandir su estrategia hacia destinos diversos, conscientes de que con esto dan paso a grandes retos pero de igual forma, a una gran probabilidad de expansión a través de una mayor participación en

[5] Encontrar anexo datos otorgados por el encargado del dpto. de exportación de la empresa Munné, Samuel Florián.
[6] Entrevista realizada a Laura Munné, encargada del área de mercadeo.

el mercado, la compañía se muestra abierta a diversificar sus horizontes y muestra intereses especiales por experimentar la exportación hacia los Países Bajos, apoyándose en el ámbito logístico dominicano, en el cual expresan tener grandes expectativas de crecimiento.

CAPÍTULO V.

ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE MANTECA DE CACAO MUNNÉ HACIA ARGENTINA, AÑO 2020. CASO: MUNNÉ SRL.

5.1 Justificación del estudio de Viabilidad

Las empresas en la actualidad buscan expandir sus horizontes, alcanzar nuevos mercados y darse a conocer en un mundo donde a través de la globalización, las fronteras han quedado atrás. Esta apertura trae consigo grandes oportunidades que el mundo de los negocios está dispuesto a aprovechar.

Este fenómeno impulsa a las empresas a trazar y explotar de manera óptima las estrategias que les permitan alcanzar la meta de posicionarse en el mercado global; existen múltiples mecanismos para lograr este objetivo, sin embargo, la exportación es sin duda un procedimiento que representa un gran potencial para ello.

Munné & Co., C por A., originalmente se fundó con miras a la exportación de cacao en grano, e importación de mercancías y comestibles. Por tanto, desde sus inicios Munné ha reconocido el gran valor que aporta a su marca el expandir sus horizontes; abrirse paso hacia nuevos mercados.

Sin embargo, actualmente su único destino de exportación son los Estados Unidos de América, esto representa una gran ventaja para la empresa pues cuentan con una noción realista acerca de los retos que implica un modelo de introducción hacia nuevos mercados a través de exportación. Así mismo, la empresa reconoce la importancia de abrirse a otros mercados para de esta forma expandir sus ventas, reducir riesgos y adquirir recursos, sin embargo, a la fecha no tiene la estructura necesaria para ubicarse en otros territorios por sí misma.

Se ha considerado a Argentina como mercado objetivo debido a la gran demanda que esta población representa a nivel mundial de Cacao y sus derivados, y considerando que Argentina no produce Cacao dado que no posee las condiciones climáticas necesarias, se ve en la necesidad de importar los ingredientes necesarios para la elaboración del Chocolate como lo son manteca, grasa y aceite de cacao, cacao en polvo, pasta de cacao, entre otros.

Mediante este análisis de viabilidad o factibilidad se pretende estudiar el mercado argentino e identificar nuevas oportunidades comerciales y la viabilidad para la exportación de manteca de cacao hacia este mercado, destacado por ser uno de los principales países importadores de Cacao en la región de América Latina. Por otro lado, se busca también atraer oportunidades de negocios y el fortalecimiento de la relación comercial entre República Dominicana y Argentina, mediante el aprovechamiento de las prioridades que presenta Argentina al momento de importar.

5.2 Objetivos del estudio de análisis de Viabilidad

El objetivo general de este análisis es el de identificar si es posible o viable el desarrollar un plan de exportación de Manteca de Cacao hacia el mercado argentino a través de la empresa Munné SRL a partir del año 2020, con el fin de impulsar la actividad productora y económica de la misma.

El mismo planea ser alcanzado mediante la satisfacción de los siguientes objetivos específicos:

- Analizar las relaciones comerciales existentes entre República Dominicana y Argentina.
- Identificar las rutas existentes para la exportación hacia el puerto de Buenos Aires, Argentina.
- Analizar el proceso logístico idóneo a fin de llevar a cabo el proceso de exportación de Manteca de Cacao hacia el mercado de Argentina.
- Diagnosticar la exportación de Manteca de Cacao desde la República Dominicano a la República de Argentina durante el periodo 2020.
- Cuantificar los productos ofrecidos por Munné SRL.
- Estudiar la proyección para el desglose de llevar la exportación de Manteca de Cacao hacia Argentina.
- Describir los requerimientos para la exportación de Manteca de Cacao a Argentina.
- Determinar las diferentes vías de acceso hacia el mercado argentino.

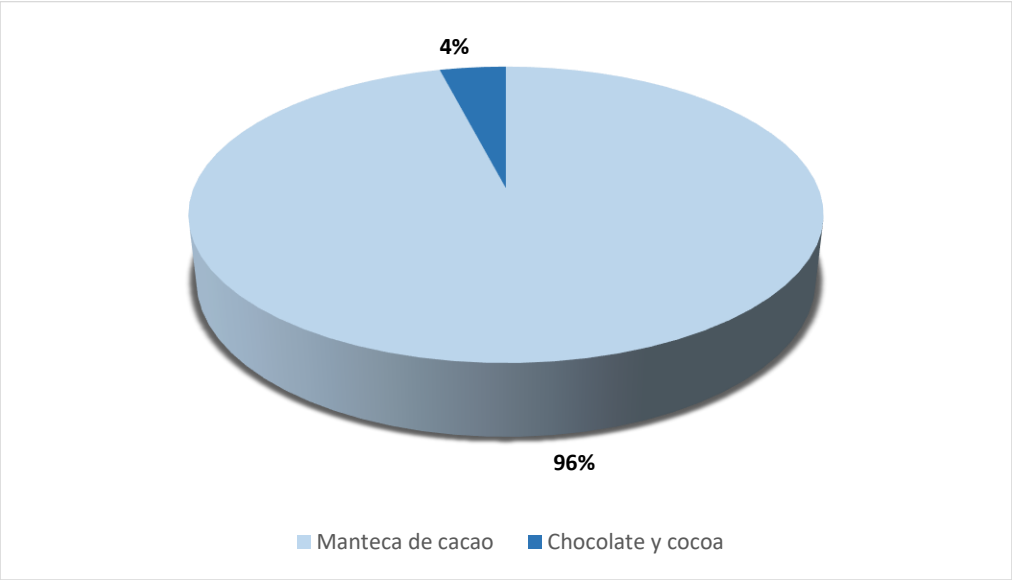
5.3. Presentación y análisis de los resultados obtenidos para la determinación de viabilidad de exportar Manteca de Cacao a Argentina

5.3.1 Volumen de Exportación de la empresa Munné

Tabla 16: Volumen Basado por contenedores y productos

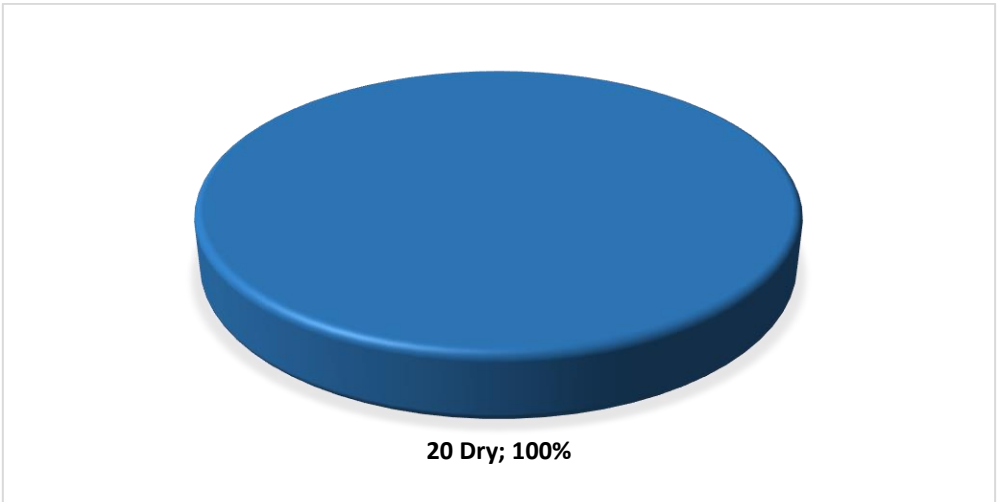
Volumen de Exportación por contenedores y productos			
	20 Dry	40 Dry	45 HC
Manteca de cacao	24		
Chocolate y cocoa	1		
Total	**25**		

Gráfico 4:Volumen Basado por productos



La distribución del volumen de exportaciones de los productos de Munné hacia los Estados Unidos analizado con base a los datos suministrados en la tabla y gráfico anterior permite apreciar que el mayor porcentaje de productos exportados se concentra en la manteca de cacao, representando el 96% de las exportaciones totales y el porcentaje restante corresponde al 4% abarcado por el chocolate y la cocoa. Partiendo de esto, se determina que el producto que posee un mayor flujo de exportaciones, siendo este más atractivo para el mercado internacional.

Gráfico 5: Volumen Basado por contenedores



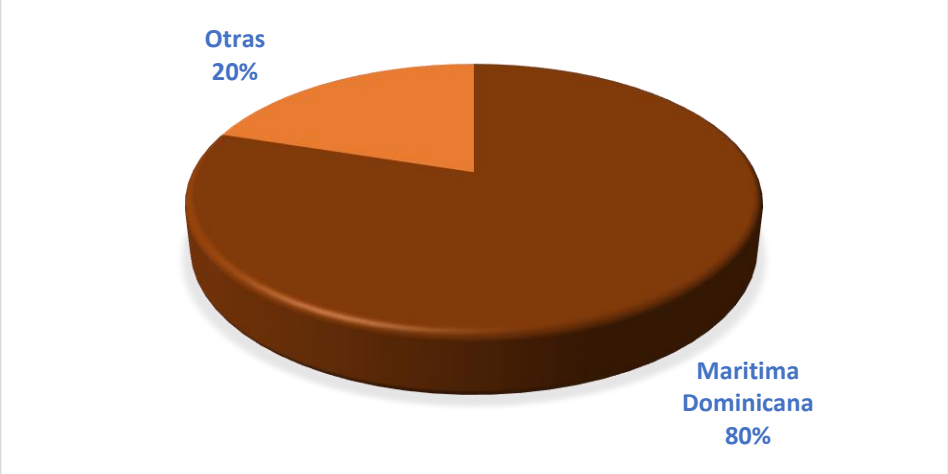
Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** Información suministrada por Samuel Florián, Encargado del depto. de exportaciones en Munné

Los resultados obtenidos arrojan que el único tipo de contenedor utilizado por Munné para transportar sus productos de exportación desde la República Dominicana hacia Estados Unidos es el 20 Dry, haciendo uso de estos dos veces cada mes para movilizar la manteca de cacao y una vez anual para movilizar el chocolate y la cocoa.

Tabla 17: Volumen de exportación por navieras

Volumen de Exportación por Navieras	
Navieras	**Cantidad de contenedores**
Marítima Dominicana	20
Otras	5

Gráfico 6: Porcentaje del volumen de exportación por navieras



Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** Información suministrada por Samuel Florián, Encargado del depto. de exportaciones en Munné

La línea naviera que agrupa el 80% de los procesos de transporte internacional de Munné S.R.L es Marítima Dominicana, siendo la autora de la exportación de 20 de los 25 contenedores comercializados anualmente; por otro lado, perteneciendo el 20% de las exportaciones totales a otras líneas navieras como: E.T Heisen y MSC dominicana. Evidenciando la relación de lealtad/fidelidad entre Munné y Marítima Dominicana.

5.3.2 Propuesta y/o proyección de exportación hacia Argentina

Tabla 18: Propuesta de exportación hacia Argentina

Año 2020	Propuesta 2020
Enero	1
Febrero	1
Marzo	1
Abril	1
Mayo	1
Junio	1
Julio	1
Agosto	1
Septiembre	1
Octubre	1
Noviembre	1
Diciembre	1
Total	**12**

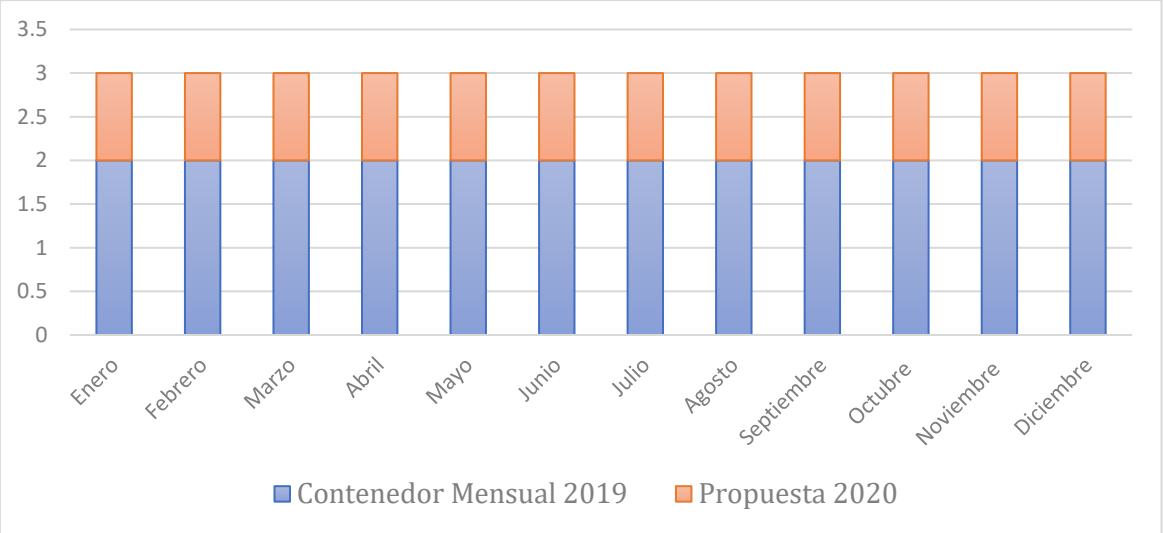
Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** Información suministrada por Samuel Florián, Encargado del depto. de exportaciones en Munné

Tabla 19: Proyección para las exportaciones de Manteca de Cacao hacia Argentina

Proyección		
Año 2020	**Contenedor Mensual 2019**	**Propuesta 2020**
Enero	2	1
Febrero	2	1
Marzo	2	1
Abril	2	1
Mayo	2	1
Junio	2	1
Julio	2	1
Agosto	2	1
Septiembre	2	1
Octubre	2	1
Noviembre	2	1

Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** Información suministrada por Samuel Florián, Encargado del depto. de exportaciones en Munné

Gráfico 7: Proyección para la exportación de Manteca de Cacao hacia Argentina, propuesta 2020



Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** Partiendo de las informaciones suministrada por Samuel Florián, Encargado del depto. de exportaciones en Munné

Se plantea el envío de 1 contenedor de Manteca de Cacao mensual hacia Argentina, aumentando el volumen de exportación anual manteniendo el ritmo constante de la comercialización con los Estados Unidos, pero abriéndose paso hacia nuevos mercados, aportando de esta forma a la diversificación de las exportaciones de la empresa, creciendo de un total de 24 contenedores exportados de Manteca de Cacao a 36 contenedores anuales.

Representando esto, una oportunidad de expansión para Munné, incrementando las posibilidades de posicionamiento en el mercado exterior y la obtención de una mayor utilidad provenientes de las exportaciones; así como también la apertura de nuevas plazas empleo dentro y fuera de la empresa.

5.3.2.1 Propuesta y/o proyección a largo plazo

Fórmula:

$$M = \frac{Y2-Y1}{X2-X1}$$

Datos:

Y1= 24 X1= 0
Y2= 36 X2= 1

Año 2019--> 24 contenedores
Año 2020--> 36 contenedores

$$M = \frac{Y2-Y1}{X2-X1}$$

$$M = \frac{36-24}{1-0}$$

$$M = \frac{12}{1}$$

$$M = 12$$

Y-Y1= M (X-X1)
Y-24=12 (X-0)
Y-24=12X
Y= 12X+24 (Ecuación lineal)

Tabla 20: Proyección de la cantidad de contenedores a exportar hacia Argentina, periodos 2020-2030

Año base 2019		
X	Año	Tendencia Lineal en contenedores
2	2021	48
3	2022	60
4	2023	72
5	2024	84
6	2025	96
7	2026	108
8	2027	120
9	2028	132
10	2029	144
11	2030	156

Gráfico 8: proyección plasmada de la cantidad de contenedores a exportar hacia Argentina para los años 2020-2030

Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** Partiendo de la Información suministrada por Samuel Florián, Encargado del depto. de exportaciones en Munné

Basados en una proyección con una tendencia lineal que representa el incremento de manera constante de 12 contenedores anuales desde el año 2020 se estima que el volumen de exportación de Munné S.R.L para el año 2030 alcanzaría 156 contenedores.

La grasa/manteca de cacao resulta indispensable para la elaboración de chocolates de calidad por esta causa, es el principal producto de importación de la industria chocolatera. Según la Presidencia de Agroindustria de Argentina, el país compró en 2017 materia grasa de cacao desde mercados foráneos por US$ CIF 51,3 millones de la importación total de Cacao y sus preparaciones y confecciones de chocolate, siendo esto el 29% de participación. Partiendo de las proyecciones hasta 2030 con un volumen de 156 contenedores exportados de Munné y esperando un ritmo estable de las importaciones argentinas, tomando como base el volumen de importaciones que para el 2017 fue de 5.8 miles de toneladas, Munné a través de 156 contenedores suple aproximadamente 4,368

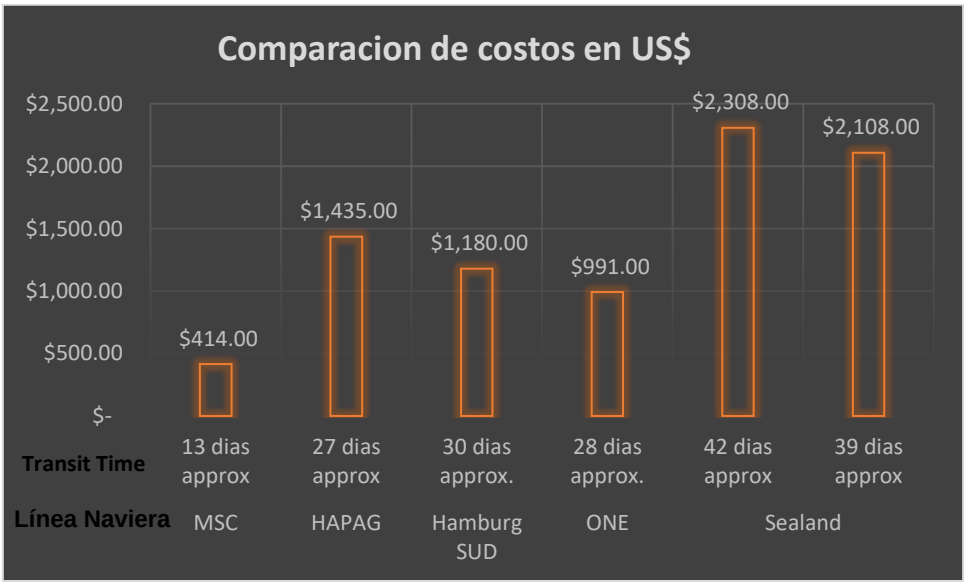
toneladas de la demanda de este insumo, estimando esto como un porcentaje significativo en las importaciones argentinas.

5.4 Análisis de viabilidad para exportar Manteca de Cacao Munné hacia Argentina

Uno de los factores para determinar si era viable el poder exportar Manteca de Cacao Munné hacia Argentina, fue el cotizar con diferentes líneas navieras su tarifa de flete, el tiempo en tránsito del embarque y la identificación de sus rutas para la entrega de este.

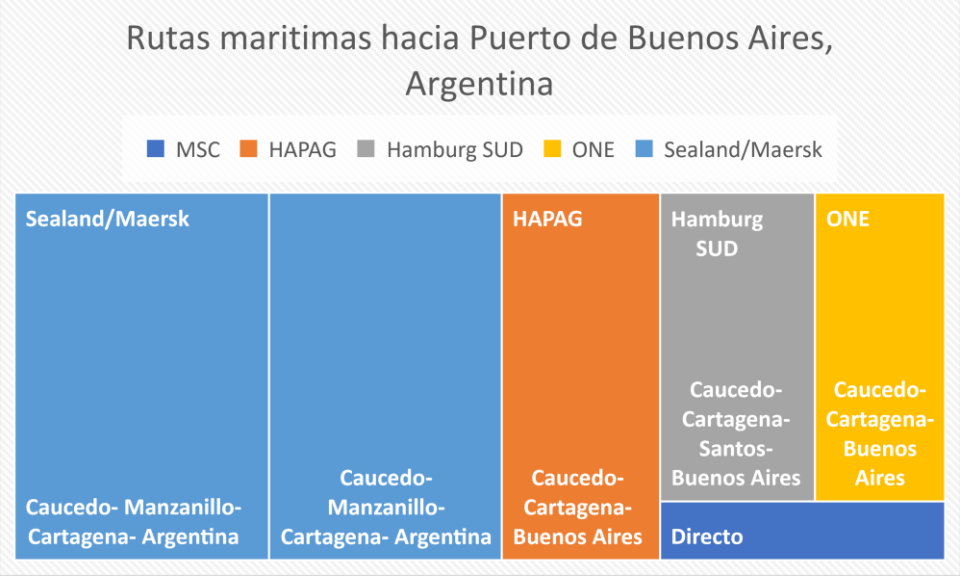
Con los resultados obtenidos, pudimos realizar un análisis sintético y comparativo entre las distintas cotizaciones recibidas de la mismas, los cuales presentaremos a continuación:

Gráfico 9: Grafica comparativa sobre precios US$ y tiempo de tránsito entre las diferentes líneas navieras con destino al puerto de Argentina



Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** cotizaciones reales solicitadas a las navieras participantes.

Gráfico 10: Gráfica comparativa entre las rutas marítimas con destino al puerto de Argentina



Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** Basada en datos otorgados por las distintas líneas navieras

Como se puede observar, la exportación de manteca de cacao Munné hacia Argentina, representa una propuesta viable, partiendo de la existencia de líneas navieras que operan en la República Dominicana cuyas rutas hacen posible la movilidad de la mercancía. Según investigaciones y análisis realizados a las distintas líneas navieras, se aprecia que la opción más factible para esta exportación es llevarse a cabo a través de MSC pues el tiempo estimado del viaje es en gran manera inferior ante otras líneas, siendo este de 13 días aproximadamente con costo de USD$414.00, permitiendo el uso de esta línea, lograr enviar la manteca más rápido y con menor costo frente a las demás, al incurrir en menores costos esto representa un mayor margen de utilidades para Munné y de igual forma para MSC pues haciendo referencia a la ley de demanda, mientras mayor sea el volumen de demanda que obtengan, sus precios de igual forma podrían reducirse al ver sus costos impactados por el incremento de demanda en sus servicios.

De igual forma, se evidencia la factibilidad de esta transacción a través de las relaciones comerciales ya existentes entre República Dominicana y Argentina, pues, así como se ha hecho posible la importación de productos argentinos como:

Tabla 21: Productos importados argentinos

Partida arancelaria	**Producto**
22042100	Vino
43021900	KOLDBY PIEL VACA BLANCO NEGRO
94032090	MESA DE TRABAJO
94032090	GONDOLA DE SUPERMERCADO
94032090	CHECK OUT
22041000	VINO ESPUMOSO
94036000	ESTANTERIA

Elaboración propia de las sustentantes. **Fuente:** (Buscador de productos, 2019)

De igual forma, existen los medios para realizar efectivamente la importación de Manteca de Cacao, generando esto la oportunidad de incrementar los productos exportados hacia Argentina, influenciando para lograr mejorar la balanza comercial dominicana con Argentina. Esto beneficia las relaciones comerciales de ambos países, pero de la misma manera, beneficia la economía local, pues es una fuente de generación de empleos que impacta distintos sectores como: transportistas, consolidadores de carga, navieras, operadores logísticos, entre otros.

De esta forma, influenciando en la reducción de la tasa de desempleo que según el informe Panorama Laboral, de la Organización Internacional del Trabajo (OIT) (Desempleo en la República Dominicana se mantiene en 5,6%, dice la OIT, 2018), es de 5.6%, permitiendo que por cada persona que sea empleado en los sectores que componen la logística de exportación, se brinde la oportunidad de sustento a aproximadamente 5 personas que según la Encuesta Nacional del Banco Central, constituyen en promedio un hogar dominicano.

De manera precisa, se destaca que esta propuesta de exportación es viable pues además de suplir a Argentina un porcentaje significativo del total de sus importaciones de manteca de cacao, beneficia a Munné para con la expansión de sus destinos de exportación, su posicionamiento a nivel internacional, generación de mayor flujo de utilidades pero de igual forma, aporta a la República Dominicana al generar fuentes de empleos, incrementar los volúmenes de exportación hacia Argentina ayudando a estabilizar la balanza comercial, permitiendo la dinamización de la economía a través de la generación de empleos y a su vez, impactando positivamente al sustento de los miembros de los hogares dominicanos.

CONCLUSIÓN

A partir de los objetivos específicos a los que se busca dar cumplimiento y de igual forma basándose en elementos decisivos obtenidos durante el transcurso de la investigación; y como resultado del análisis realizado para determinar la viabilidad de la exportación de manteca de Cacao Munné hacia Argentina en el período 2020, se observan las siguientes conclusiones:

Munné S.R.L, empresa dominicana creada con la firme visión de exportar cacao en granos, con el paso de los años ha diversificado su oferta exportable, realizando en la actualidad transacciones con manteca de cacao, chocolate y cocoa hacia los Estados Unidos a fin de perseguir el cumplimiento de su misión: satisfacer la demanda nacional e internacional a través de productos de consumo de calidad.

Por consiguiente, en Munné S.R.L se ha despertado el interés y la disposición por expandir sus horizontes hacia nuevos mercados, en la búsqueda de diversificación y nuevas alternativas que le permitan explotar de manera óptima las prometedoras características de sus productos.

Luego de haber analizado el panorama actual de Munné en el país, resaltan los medios que respaldan la viabilidad de esta propuesta, partiendo desde la existencia de rutas recorridas por diversas líneas navieras que tienen operaciones en el país, que hacen posible la movilización exitosa de los productos exportados desde República Dominicana hacia Argentina, haciéndose visible a través de las relaciones comerciales previamente existentes entre ambos países.

Esta relación se sustenta a través de los productos importados como: vinos, escritorios, estanterías, mesas de trabajo y demás, que dejan plasmada con certeza la idoneidad de las transacciones entre estos países que buscan obtener cada vez más un mayor nivel de reciprocidad.

En adición, como fruto de las investigaciones realizadas, se ha determinado que República Dominicana tiene la capacidad de cumplir a cabalidad con los requerimientos exigidos para la importación de productos de consumo humano por parte de la República de Argentina.

Conociendo a Argentina como el principal consumidor de chocolate en América Latina y las limitaciones en términos de condiciones climáticas que su territorio posee, las cuales impiden que sea posible el cultivo de los elementos necesarios para la producción del chocolate. Se ha dejado expuesto cuán fuerte es el peso de las oportunidades que esta brecha brinda para ambos países.

Esta propuesta representa para Argentina una opción novedosa de entre su gama de proveedores, brindando oportunidades de diversificar los mercados desde los cuales decide abastecerse y teniendo acceso a una marca que por años ha mantenido estable una imagen de calidad en sus productos. Sobre todo, sabiendo que la grasa/manteca de cacao es el elemento principal para la elaboración de un producto tan importante para la población argentina: el chocolate.

Para la República Dominicana, supone una fuente de generación de empleos induciendo la reducción de la tasa de desocupación en el país, así como produciendo un impacto

significativo en el sustento de los hogares de aquellos que resulten empleados por los diversos sectores que hacen posible la exportación, influyendo esto en la dinamización de la economía. Por otra parte, es una oportunidad que permite al país estrechar las relaciones comerciales ya existentes y de igual forma mejorar la balanza comercial a través del incremento de las exportaciones.

Con la apertura de Munné hacia destinos distintos se da paso hacia nuevos retos que brindan en retribución grandes beneficios que aportan a seguir desarrollando la cara de este producto frente al mundo, creando una aún mayor estabilidad en el mercado local.

Culmina este estudio con el cumplimiento de los objetivos planteados y se espera que el lector pueda obtener con claridad una noción del panorama de Argentina como destino exportable y las bondades de las que Munné S.R.L podría gozar al poner en marcha esta propuesta.

Conociendo que en esta llamada “era de la información” el conocimiento cada día está más cerca, este estudio puede servir como referente si resulta de interés para futuros negociantes internacionales, quedando abierta a investigaciones de mayor profundidad y/o aportes novedosos.

BIBLIOGRAFÍA Y FUENTES DE DOCUMENTACIÓN

(n.d.). From https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1935/5.pdf

Calidad e inocuidad de alimentos. (n.d.). From https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx

(2009). *RD ha exportado 53 mil toneladas de cacao por valor de US$134.5 millones*. From https://hoy.com.do/rd-ha-exportado-53-mil-toneladas-de-cacao-por-valor-de-us134-5-millones/

ADOEXPO. (2018). *Guia de exportacion: Sumate a la Cultura Exportadora.* Santo Domingo. Rep. Dom.

Aduanas. (2017, febrero 17). *La agroindustria: La República Dominicana está a la cabeza.* . From Aduanas Digital : https://aduanasdigital.gob.do/2017/02/17/la-agroindustria-la-republica-dominicana-esta-a-la-cabeza/

Agroindustria República Dominicana. (2015, Septiembre 18). *Agroindustria República Dominicana*. From Scribd: https://es.scribd.com/document/281839188/Agroindustria-Republica-Dominicana

Agroindustria República Dominicana. (2015, Septiembre 18). *Scribd*. From https://es.scribd.com/document/281839188/Agroindustria-Republica-Dominicana

Ambrosini, M. S. (n.d.). *XXV CONGRESO DEL INSTITUTO ARGENTINO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE COSTOS.* From https://www.gestion.org › que-es-la-exportacion

Amparo, C. (2018, Febrero 01). *Exportaciones de productos tradicionales agrícolas dominicanos*. From https://www.analytica.com.do/2018/02/exportaciones-de-productos-tradicionales-agricolas-dominicanos/

ANMAT. (2019, Octubre). *Obtener certificado de libre circulación de alimentos y UPEI*. From Argentina.gob.ar: https://www.argentina.gob.ar/anmat/regulados/tramitespresenciales/comex/alimentos

Aspectos básicos para entender los INCOTERMS. (n.d.). From TIBA MEXICO: https://www.tibagroup.com/mx/incoterms

Ballesteros, A. (2001). *Comercio Exterior*. España: Universidad de Murcia.

Banco Mundial. (2019, Octubre 15). *Argentina: Panorama General*. From https://www.bancomundial.org/es/country/argentina/overview

Bancomext. (2000). *Plan de Negocios de Exportacion.* Mexico.

Bancomext. (2005). *Guia basica del exportador.* Mexico: ECASA.

Batista, L. (n.d.). *Guía Técnica El Cultivo de Cacao.* Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal, Inc., Santo Domingo, Republica Dominicana. From http://190.167.99.25/digital/Guia_Cacao.pdf

Beato, N. (2017). *Apuntes sobre el Comercio Internacional y Aduanas.* Santo Domingo: Editora Alfa y Omega.

Bustillo, R. (n.d.). Informe comercio exterior. From https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGEC2831.pdf

Cacao Mexico. (n.d.). *Historia del Cacao*. From https://cacaomexico.org/?page_id=70

Cámara Argentina de Comercio y Servicios. (2019, Junio). *Informe de actualizacion comercio exterior.* Retrieved Enero 31, 2020 from https://www.cac.com.ar/data/documentos/5_IACE%20Mayo%202019.pdf

Carmona, F. (2005). *Manual del transportista.* España: Diaz de Santos S,A.

Castro, E. D. (1997, Enero). *Distribucion comercial.* Madrid, España: McGraw Hill. From El contracto de franquicia en las transacciones comerciales: http://recursosbiblio.url.edu.gt/tesisjcem/2016/07/01/Romero-Axel.pdf

Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana. (2007). *Perfil economico del cacao.* From https://www.cei-rd.gov.do/estudios_economicos/estudios_productos/perfiles/CACAO.pdf

Centro de exportacion e inversion de la República Dominicana. (2019). *Informe de las relaciones comerciales entre Republica Dominicana y Argentina.* From https://www.ceird.gob.do/wp/wp-content/uploads/2019/07/Informe-Rep%C3%BAblica-Dominicana-Argentina.pdf

Centro Despachantes de Aduana de la República De Argentina. (2018, 02 09). *Para la OMC, la Argentina tiene pocas restricciones a la importación*. From http://www.cda.org.ar/detalle_noticia.php?id=36907

Daniels, J., Radebaugh, L., & Sullivan, D. (2010). *Negocios internacionales: ambientes y operaciones.* mexico: Pearson.

DECRETO 2126. (1971, Junio 30). From Reglamentario de la Ley 18.284: http://www.anmat.gov.ar/webanmat/Legislacion/Alimentos/Decreto_2126-1971.pdf

El cacao. (n.d.). From https://interiorrd.com/el-cacao/

Estrategia de internacionalizacion. (2012, Junio 10). *Descuadrando*. From http://descuadrando.com/Estrategia_de_internacionalizaci%C3%B3n

Estrategia Global. (n.d.). *Diccionario de comercio internacional*. From Global Negotiator: https://www.globalnegotiator.com/comercio-internacional/diccionario/estrategia-global/

FAO. (1996). *El estado actual de la pequeña agroindustria en America Latina.* From Proyecto FAO TCP/DOM/4451: http://www.fao.org/3/x5060S/x5060S0h.htm

Guia para exportar. (2016, Junio). *Ministerio de Industria y Comercio.* From https://micm.gob.do/images/pdf/doc/Guia-para-Exportar.pdf

GUZMAN, J. R. (2017). *EXPORTACIÓN DE MANTECA DE CACAO EN DISPENSADORES INTELIGENTES DE 400 ML PARA LA ELIMINACIÓN DE ESTRIAS AL MERCADO DE DESTINO ESPAÑA CIUDAD DE SALAMACA*.

Hill, C. (2007). *Negocios Internacionales: competencia en el mercado global.* Mexico: McGraw Hil.

Hill, C. W. (2011). *Negocios internacionales, competencia en el mercado global.* . Mexico : McGraw Hill .

Histora del Chocolate en República Dominicana. (n.d.). From https://sites.google.com/site/chocolatesdom/historia

ICEX España, exportacion e inversiones. (2019, Octubre 02). *Las importaciones argentinas cayeron un 27,3% en los primeros ocho meses de 2019.* Retrieved Enero 30, 2020 from Revista "El Exportador": https://www.icex.es/icex/es/Navegacion-zona-contacto/revista-el-exportador/noticias/NEW2019832676.html

INEGI. (2011). *Sistema de Cuentas Nacionales de Mexico.* Mexico.

INFOBAE. (n.d.). *9 fortalezas y debilidades del nuevo ciclo de gobierno*. From Consentino & Asociados: asesores de Negocios: https://cosentino-asociados.com.ar/9-fortalezas-debilidades-del-nuevo-ciclo-de-gobierno/

Instituto Interamericano de Cooperacion para la Agricultura. (n.d.). *EL CACAO, UN CULTIVO CLAVE QUE MANTIENE LA REPÚBLICA DOMINICANA COMO UNO DE LOS PAÍSES LÍDERES EN LA EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS ORGÁNICOS EN EL MUNDO.* From https://www.iica.int/es/prensa/noticias/el-cacao-un-cultivo-clave-que-mantiene-la-republica-dominicana-como-uno-de-los

Instituto Nacional de Estadisticas y Censos, República de Argentina. (2019). *Intercambio comercial argentino.* Retrieved Febrero 1, 2020 from https://www.indec.gob.ar/uploads/informesdeprensa/ica_06_198F36433106.pdf

Lizardo, M., & Guzman, R. (2002). *Crecimiento Económico, Acumulación de Factores y Productividad en la República Dominicana.* Washington, DC.

López , A. (2019). *PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN CONSORCIO ORIENTADO A LA EXPORTACIÓN DE PASTA DE CACAO A LA REPÚBLICA DE ARGENTINA.* QUITO,ECUADOR. From https://repositorio.uide.edu.ec/bitstream/37000/3084/1/T-UIDE-1126.pdf

Merino, J. P. (2010). From https://definicion.de/viabilidad/

Métodos de entrada a los Mercados Internacionales : Licencia. (2018, Mayo 29). *Diario del exportador*. From https://www.diariodelexportador.com/2018/05/metodos-de-entrada-los-mercados_29.html

Ministerio de Agricultura. (2015). *Oficina de Tratados Comerciales Agricolas*. From http://otca.gob.do/acuerdos-bilaterales/dr-cafta/informacion-general/

Ministerio de Industria, comercio y MIPYMES. (2019). *Perfil Comercial Republica Dominicana-Argentina.* Santo Domingo. From https://www.micm.gob.do/images/pdf/direcciones/comercio-exterior/departamento-inteligencia-comercial/perfiles-pais/Argentina.pdf

MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES, COMERCIO INTERNACIONAL Y CULTO ARGENTINA. (n.d.). *EMBAJADA EN PAÍSES BAJOS*. From PERFIL DE LA ARGENTINA: https://epbaj.cancilleria.gob.ar/es/content/perfil-de-la-argentina

Mudial, B. (2005, Marzo 28). *República Dominicana: Evaluacion de la Competitividad Comercial y Laboral.* From Informe no. 30542: http://www.competitividad.org.do/wp-content/uploads/2009/01/competitividad-laboral-y-comercial-en-rd-banco-mundial-2005.pdf

Munnet, A. (2010). *Munne & Co. 75 años de Historia.* Santo Domingo.

OBS Business School. (2017, Abril 8). *Estrategias de internacionalización que debes conocer*. From https://obsbusiness.school/int/blog-investigacion/direccion-general/estrategias-de-internacionalizacion-que-debes-conocer

Observatorio del Cacao . (n.d.). *Origen y cultivo del cacao natural*. From http://www.observatoriodelcacao.com/origen/

OEC. (2018). *Observatorio de Complejidad Economica*. From Argentina: https://oec.world/es/profile/country/arg/

Organizacion de Estados Americanos (OEA). (2015). *ACUERDO PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL ÁREA DE LIBRE COMERCIO ENTRE LA REPÚBLICA DOMINICANA Y LA COMUNIDAD DEL CARIBE*. From http://www.sice.oas.org/Trade/Ccdr/Spanish/ccdrs.asp

Peris.Ortiz, M., Armengot, C., & Benito-Osorio, D. (2013, Julio 18). *Internacionalización: Métodos de entrada en mercados exteriores* . From Universitat Politècnica de València: https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/31217/Internacionalizaci%c3%b3n_submissionb.pdf?sequence=5&isAllowed=y

Polanco, M. (2017, Marzo 02). RD registra auge de franquicias; el 45% es de EE.UU. *El Caribe*.

Polanco, M. (2018, Marzo 21). Agricultura: la base de la agroindustria alimenticia del país. . *El Caribe* . From https://www.elcaribe.com.do/2018/03/21/agricultura-la-base-de-la-agroindustria-alimenticia-del-pais/

ProMexico. (2015). *Decidete a exportar: guia basica.* mexico: EBC.

RD cuenta con potencial para aprovechar el mercado mundial de exportaciones. (2019, Julio 31). *El dinero*. From El dinero: https://www.eldinero.com.do/87581/rd-cuenta-con-potencial-para-aprovechar-el-mercado-mundial-de-exportaciones/

RD y Argentina firman tres acuerdos. (2019, Marzo 22). *El Caribe*. From https://www.elcaribe.com.do/2019/03/22/rd-y-argentina-firman-tres-acuerdos/

RD, C. (n.d.). *COMPORTAMIENTO COMERCIAL DEL CACAO ORGANICO.* From https://www.cei-rd.gov.do/estudios_economicos/estudios_productos/perfiles/cacao_organico.pdf

Redaccion elDinero. (2019, Julio 31). RD cuenta con potencial para aprovechar el mercado mundial de exportaciones. *El dinero*. From El dinero: https://www.eldinero.com.do/87581/rd-cuenta-con-potencial-para-aprovechar-el-mercado-mundial-de-exportaciones/

Reyes, P. (2016, Noviembre 14). Agroindustrias democratizan la economía de la nación. *Listin Diario*. From https://listindiario.com/economia/2016/11/14/443031/agroindustrias-democratizan-la-economia-de-la-nacion

Riquelme, M. (2018, Junio 20). *Empresa transnacional (Ventajas y desventajas)*. From Web y empresas : https://www.webyempresas.com/estrategia-transnacional/

Rosa, R. d. (2018, Junio 11). El cacao dominicano, apreciado en mercados exigentes. *El Dinero*.

Roset, N. (2019, 4 Junio). *¿Se estan sustituyendo importaciones en Argentina?* From El Cronista : https://www.cronista.com/economiapolitica/Se-estan-sustituyendo-importaciones-en-Argentina-20190604-0026.html

Santander. (2019, Mayo). *CIFRAS DEL COMERCIO EXTERIOR EN ARGENTINA*. Retrieved Enero 31, 2020 from https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/argentina/cifras-comercio-exterior

Santander- Trade Markets. (n.d.). *ARGENTINA: POLÍTICA Y ECONOMÍA*. From https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/argentina/politica-y-economia

Santander: Trade Markets. (2020). *Trámites aduaneros en Argentina*. From https://santandertrade.com/es/portal/gestionar-embarques/argentina/tramites-aduaneros-importacion

Schettino, M. (2002). *Introduccion a la economia para no economistas.* Mexico: Pearson education.

TRADE MAP. (2018). *Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Argentina en 2018*. From https://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_Map.aspx?nvpm=3%7c032%7c%7c%7c%7c1804%7c%7c%7c4%7c1%7c1%7c1%7c1%7c1%7c2%7c1%7c1

UNAM. (n.d.). *Instituto de Investigaciones Juridicas.* From https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2951/4.pdf

Vargas, A. (2014). *UF1820: Marketing y plan de negocio de la microempresa.* ic editorial.

VICINI Interior. (n.d.). *El cacao*. From Interior, Cosechas de la República Dominicana: https://interiorrd.com/el-cacao/

WORLD INTEGRATED TRADE SOLUTIONS. (n.d.). From RESUMEN COMERCIO ARGENTINA: https://wits.worldbank.org/countrysnapshot/es/ARG/textview

ANEXOS

ORDEN DE ANEXOS

1. Anteproyecto de Trabajo de Grado
2. Entrevista a Samuel Florián y Laura Munné, encargados del depto. de exportaciones Munné SRL.
3. Cotización de flete para el envió de manteca de cacao en un contenedor 1x20’ por parte de la línea naviera MSC. (Añadiendo al mismo precio el Handling con un valor de US$55.00 y documentación US$60.00)

Anexo 1. Anteproyecto de Trabajo de Grado

UNAPEC
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS SOCIALES

A : ESCUELA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTRENACIONALES

Asunto : **REMISION ANTEPROYECTO DE TRABAJO DE GRADO**

Tema: "Análisis de viabilidad para la exportación de Manteca de cacao Munne hacia Argentina, Año 2020. Caso: Munné SRL".

Sustentantes:	Br. Shayline De Castro	2016-1336
	Br. Ivanessa Sanchez	2016-2194
	Br. Axcelyn Tejada	2016-1979

Resultado de la Evaluación: Aprobado: X Fecha: 11/11/2019.
Devuelto: _____ Fecha: _____

UNIVERSIDAD APEC
DEPARTAMENTO
Santo Domingo, R.D.

Lic. María M. Cordero.
Directora

fg.
11/11/2019.

UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales

Anteproyecto de Trabajo Grado para optar por el Título de:
Licenciatura en Negocios Internacionales.

Tema:

''Análisis de viabilidad para la exportación de Manteca de Cacao Munné hacia Argentina, año 2020. Caso: Munné SRL''

Sustentantes:

Shayline De Castro	2016-1336
Ivanessa Sánchez	2016-2194
Axcelyn Tejada	2016-1979

Santo Domingo, Distrito Nacional, Rep. Dom.

30 de octubre, año 2019

DEPARTAMENTO DE SOCIALES
PROYECTO DE TRABAJO DE GRADO
APROBADO
FIRMA
FECHA 12-11-19

UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales

Anteproyecto de Trabajo Grado para optar por el Título de Licenciatura en Negocios Internacionales.

Tema:

‘’Análisis de viabilidad para la exportación de manteca de cacao desde República Dominicana hacia Argentina. Caso de estudio: Munné SRL. Año 2020’’

Sustentantes:

Shayline De Castro	2016-1336
Ivanessa Sánchez	2016-2194
Axcelyn Tejada	2016-1979

Santo Domingo, Distrito Nacional, Rep. Dom.

Índice

TEMA 3

INTRODUCCIÓN 4

JUSTIFICACIÓN 134

DELIMITACIÓN DEL TEMA Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA..... 6

Delimitación del tema 6

Planteamiento del problema 6

Formulación del problema: 9

Sistematización del problema 9

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN 10

Objetivo General 10

Objetivos Específicos 10

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL 11

Marco Teórico 11

Marco Referencial 12

Marco Conceptual 14

Hipótesis 15

Variables: 15

DISEÑO METODOLÓGICO 16

Tipo de investigación 16

Métodos de investigación 16

Técnicas de investigación 17

Fuentes de investigación..... 17

ESQUEMA PRELIMINAR DE CONTENIDO DE TRABAJO DE GRADO..... 18

TEMA

¨Análisis de viabilidad para la exportación de manteca de cacao desde República Dominicana hacia Argentina. Caso de estudio: Munné SRL. Año 2020. ¨

INTRODUCCIÓN

El cacao es un cultivo clave que mantiene a la República Dominicana como uno de los países líderes en la exportación de productos orgánicos en el mundo, siendo así el cacao dominicano un gran potencial para la exportación debido a la calidad con que a este se le conoce en países de América Latina y en todo el mundo.

El cacao es una fruta de origen tropical que hoy día representa un sin números de oportunidades comerciales y beneficios para la salud y calidad de vida humana. El cacao orgánico es producido en terrenos totalmente agroecológicos donde no se utiliza herbicidas ni abonos químicos, la categoría de orgánico es más saludable y se trata con el mismo proceso de fermentación del cacao en grano. En adición al cacao orgánico se obtienen productos semielaborados del cacao tales como licor de cacao orgánico, manteca de cacao y polvo de cacao, los cuales tienen mayor demanda que el grano crudo.

El producto más directo elaborado a partir de las habas de cacao es la manteca de cacao, la cual posee numerosas propiedades hidratantes. Esta es la parte o materia de grasa natural comestible del cacao. La manteca de cacao es el único componente del cacao utilizado en la preparación del chocolate blanco, y esta también es muy utilizada en la fabricación de numerosos productos farmacéuticos y/o cosméticos.

Munné SRL es una empresa fundada en 1935 cargada de una historia familiar cuya finalidad fue de fomentar el crecimiento del mercado dominicano y sector agrícola, a la vez de incursionar en otras actividades comerciales, como la exportación de diversos productos. Fue en 1975 cuando Munné se adentra a la industria del Chocolate y a la vez iniciando la elaboración del licor de cacao para la exportación. A través del paso de los años ha ido introduciendo y especializándose en la elaboración de los productos derivados del cacao, en este caso haremos enfoque en la manteca de cacao, el cual logra ser aceptado masivamente por la población y se ha visto la necesidad de expandir sus horizontes y en la búsqueda de la necesidad de un mercado, exporta a los Estados Unidos.

Actualmente, Argentina el país de América Latina que más Chocolate consume, sin embargo, este país carece de las condiciones agroecológicas y climáticas que requiere el cultivo de cacao, por lo que el país importa todos los ingredientes necesarios para la elaboración del chocolate y sus derivados. Los productos que se adquieren son pasta de cacao, manteca de cacao y cacao en polvo. Debido a la gran demanda que este mercado representa para la industria del Cacao, se ha visto una oportunidad de negocios para acceder a este a través de la exportación de la manteca del cacao.

En este caso, se busca realizar un análisis de viabilidad para la exportación de Manteca de Cacao para el mercado argentino, en vista de que Munné SRL cuenta con las competencias necesarias para realizar dicha exportación y la facilidad que presenta la República Dominicana para el cultivo y producción del Cacao y sus derivados, aprovechando la demanda de este producto en los mercados internacionales, específicamente Argentina.

JUSTIFICACIÓN

Las empresas en la actualidad buscan expandir sus horizontes, alcanzar nuevos mercados y darse a conocer en un mundo donde a través de la globalización, las fronteras han quedado atrás. Esta apertura trae consigo grandes oportunidades que el mundo de los negocios está dispuesto a aprovechar.

Este fenómeno impulsa a las empresas a trazar y explotar de manera óptima las estrategias que les permitan alcanzar la meta de posicionarse en el mercado global; existen múltiples mecanismos para lograr este objetivo, sin embargo, la exportación es sin duda un procedimiento que representa un gran potencial para ello.

Munné & Co., C por A., originalmente se fundó con miras a la exportación de cacao en grano, e importación de mercancías y comestibles. Por tanto, desde sus inicios Munné ha reconocido el gran valor que aporta a su marca el expandir sus horizontes; abrirse paso hacia nuevos mercados.

Sin embargo, actualmente su único destino de exportación son los Estados Unidos de América, esto representa una gran ventaja para la empresa pues cuentan con una noción realista acerca de los retos que implica un modelo de introducción hacia nuevos mercados a través de exportación. Así mismo, la empresa reconoce la importancia de abrirse a otros mercados para de esta forma expandir sus ventas, reducir riesgos y adquirir recursos, sin embargo, a la fecha no tiene la estructura necesaria para ubicarse en otros territorios por sí misma.

Se ha considerado a Argentina como mercado objetivo debido a la gran demanda que esta población representa a nivel mundial de Cacao y sus derivados, y considerando que Argentina no produce Cacao dado que no posee las condiciones climáticas necesarias, se ve en la necesidad de importar los ingredientes necesarios para la elaboración del Chocolate como lo son manteca, grasa y aceite de cacao, cacao en polvo, pasta de cacao, entre otros.

Mediante este análisis de viabilidad o factibilidad se pretende estudiar el mercado argentino e identificar nuevas oportunidades comerciales y la viabilidad para la exportación de manteca de cacao hacia este mercado, destacado por ser uno de los principales países importadores de Cacao en la región de América Latina. Por otro lado, se busca también atraer oportunidades de negocios y el fortalecimiento de la relación comercial entre República Dominicana y Argentina, mediante el aprovechamiento de las prioridades que presenta Argentina al momento de importar.

DELIMITACIÓN DEL TEMA Y PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Delimitación del tema

El objeto de estudio se centra en el análisis de viabilidad para la exportación de manteca de cacao desde República Dominicana hacia Argentina. Caso de estudio: Munné SRL. Año 2020, con el propósito de determinar qué tan factible o viable es la exportación de uno de los productos más directos elaborados a partir de las habas del Cacao como lo es la Manteca de Cacao en Argentina, debido a la gran demanda que existe sobre este producto en dicho mercado.

La investigación se realizará en las instalaciones de Munné SRL en Santo Domingo, y cubriremos datos relacionados con Argentina y la exportación hacia este mercado a través de artículos, noticias, informes y sitios Web.

Planteamiento del problema

Es un secreto a voces que los negocios son el motor que dinamiza el mundo. Observando esta vital practica para el sustento humano a partir de los lentes de la globalización, da paso a una tendencia constante en las empresas por recorrer un camino hacia la búsqueda de destinos óptimos donde sus bienes y/o servicios puedan suplir a plenitud las necesidades de quienes conforman el mercado.

Si bien existen múltiples mecanismos para alcanzar con éxito la entrada hacia nuevos mercados, sin embargo, la exportación representa una opción con grandes potenciales de estabilidad y firmeza en términos de posicionamiento y rentabilidad.

El país no es indiferente ante la incesante cultura de exportación, al contrario, la Republica Dominicana busca vehementemente alcanzar un significativo porcentaje de participación, así como el incremento de su competitividad y productividad en los mercados internacionales, para esto cuenta con diversas instituciones que impulsan y brindan herramientas para lograr con éxito la exportación. Según EAE Business School, Las ventajas y/o beneficios que la exportación trae consigo se traducen en: crecimiento empresarial, posicionamiento internacional, multiplicación de la presencia de los productos, diversificación de riesgos, promoción de las economías de escala y mejora el prestigio de las empresas.

Este modelo de entrada es compatible con los objetivos que Munne S.R.L., se ha trazado, pues la misma desde sus inicios ha optado por diversificar sus horizontes, siendo evidencia de eso la propia misión de la empresa: “Seguir trabajando con el agricultor cacatalero dominicano con productos de consumo masivo, elaborados con alta tecnología y dedicación, para obtener una excelente calidad y un servicio esmerado. El futuro nos presenta los retos de la globalización, en un mundo que se transforma vertiginosamente, debido a los cambios tecnológicos y científicos. Eso también nos abre las puertas a nuevas oportunidades al considerar el mercado de exportación como un nuevo horizonte de infinitas proporciones.”

Los productos necesarios para la demanda global del cacao y sus derivados han ido aumentando y se prevé que la misma siga viento en popa debido a los numerosos beneficios que los productos derivados del cacao ofrecen.

Según el Centro de Exportación e Inversión de la Republica Dominicana, las exportaciones totales para el 2019 han sido de USD$4.952.5 M. específicamente el renglón de exportaciones de Cacao Manufacturado para el trimestre desde el trimestre Enero- Junio del año 2019, alcanzo los USD$ 4.8 millones. Evidenciando a partir de esto el potencial competitivo que posee el país en este sector.

Un diputado provincial ha llevado hacia la cámara de diputados, una propuesta para la creación de una planta industrial en el Seibo para procesar el cacao, el mismo expone: "Producimos 68% de cacao en la región Este, moviendo ingresos por RD$709 millones al año, involucrando a 4,300 familias. Históricamente El Seibo ha sido una de las provincias que más produce cacao, el problema central que enfrenta la provincia y los productores, es su falta de industrialización, por medio de una planta procesadora, que permita su desarrollo pleno, tanto para abastecer con mayor variedad del producto el mercado local, como el internacional".

El cacao que se produce en República Dominicana entra en nueve de los diez grupos genéticos en los que se clasifica, ofreciendo una variedad de sabores que lo colocan entre los tres primeros lugares del mercado mundial en términos de calidad y el noveno lugar en producción mundial en el 2016, con 81,246 toneladas.

Actualmente el país tiene 2.4 millones de tareas sembradas de cacao, 9.5% de toda su área boscosa; que, del fruto del Cacao, no sólo se obtiene el chocolate y la cocoa, sino que también se aprovecha su manteca en la industria cosmética y la cascarilla de cacao sirve como alimento para el ganado vacuno, y del grano también puede obtenerse vino de cacao y mermelada. Asimismo, República Dominicana fue el primero en ofrecer el fruto con la certificación de orgánico y se mantiene como el principal exportador a escala mundial y el principal destino del cacao que se exporta desde República Dominicana es Europa y Estados Unidos, pero también ha llegado a mercados lejanos como Japón, y algunos países en Latinoamérica.

Todo lo anteriormente expresado proporciona claros indicios de que la industria del Cacao y sus derivados en el país mantiene una constante tendencia al crecimiento en términos de beneficios económicos, así como también ejerce un impacto directo en la dinamización de la economía al influir llanamente sobre los empleos de una muestra de alrededor de 4,300 familias. No se prevé en esta industria ningún tipo de inclinaciones a la ralentización, en su defecto, ciertamente va ganando terreno cada vez más a nivel mundial y con mayor fortaleza.

A nivel general la demanda global del sector "cacao, chocolate y productos de confitería", registró un notable crecimiento durante los últimos quince años, impulsado por el aumento en los ingresos per cápita de las economías emergentes. Dentro del complejo bajo análisis podemos distinguir dos sectores a nivel global, por un lado el de "cacao" y por el otro el de "chocolate y confituras", dado que se trata de mercados diferentes aunque la demanda del primero dependa del segundo. El cultivo del cacao requiere de condiciones climáticas específicas que hacen que se produzca únicamente en una banda geográfica específica cerca del Ecuador, limitando la oferta. La alta concentración

mundial de este mercado se puede explicar en parte por las elevadas inversiones en desarrollo y marketing que realizan las compañías por tratarse de productos de consumo masivo.

Argentina no produce cacao, dado que no posee las condiciones climáticas necesarias. La elaboración de chocolates se realiza mediante la importación de insumos, principalmente de Brasil, Colombia, Ecuador y Venezuela. En cuanto al segmento de chocolate y confituras, en el mercado argentino existen alrededor de 150 empresas dedicadas a la producción de golosinas.

A nivel agregado, en 2016 las exportaciones argentinas del complejo en su totalidad fueron de alrededor de US$135 millones, 23% menos que el año anterior, siendo los principales destinos Brasil, Chile, Australia, Uruguay y Paraguay. El 67% del valor exportado correspondió a “Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao” y el 33% a “Artículos de confitería sin cacao, incluido el chocolate blanco”. Las exportaciones de este rubro están disminuyendo desde el año 2013. Mientras que las importaciones, en términos generales, rondaron los US$203 millones, y fueron mayormente de Brasil. Las compras del exterior se conformaron principalmente por los siguientes segmentos: 29% “Manteca, grasa y aceite de cacao”, 22% “Cacao en polvo”, 20% ,“Chocolate y demás preparaciones alimenticias que contengan cacao”, 17% Pasta de cacao, 10% “Artículos de confitería sin cacao, incluido el chocolate blanco”.

Tomando en consideración todos estos factores previamente analizados, Munné S.R.L, en su imparable búsqueda de crecimiento, ha detectado en Argentina un mercado potencial para el disfrute y pleno aprovechamiento de los productos que estos ofrecen, conociendo la importante posición de este país en términos de transacciones internacionales en la industria del Cacao manufacturado. Es por esto, que a través de sus conocimientos realistas en los riesgos que implica, pero de igual forma en los beneficios que trae consigo la exportación, busca extender sus lazos y mantenerlos firmes hacia el fructífero y prometedor mercado argentino.

Formulación del problema:

¿Qué debe de tomar en consideración la empresa Munné, S.R.L. para exportar la Manteca de Cacao hacia Argentina, año 2020?

Sistematización del problema

¿Quiénes son Munné, SRL cuáles productos ofrecen?

¿Cuáles ventajas posee la República Dominicana sobre los países que exportan Manteca de Cacao a Argentina?

¿Cuál es la relación actual entre República Dominicana y Argentina?

¿Cuál es la logística a utilizar para la exportación de la manteca de cacao?

¿Cuáles estrategias se deben de desarrollar para acceder al mercado argentino?

¿Cuál es el proceso de inocuidad necesario para la exportación de manteca de cacao?

¿Quiénes son las principales competencias en el sector de la industria del cacao?

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo General

Analizar la viabilidad de un plan de exportación de Manteca de Cacao hacia el Mercado Argentino a través de la empresa Munné SRL, año 2020.

Objetivos Específicos

Analizar las relaciones comerciales existentes entre República Dominicana y Argentina.

- Identificar a los competidores de República Dominicana en la producción de cacao.
- Analizar el proceso logístico idóneo a fin de llevar a cabo el proceso de exportación de Manteca de Cacao hacia el mercado de Argentina.
- Determinar la factibilidad de las exportaciones de Manteca de Cacao a Argentina.
- Cuantificar los productos ofrecidos por Munné SRL.

MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

Marco Teórico

En atención a la calidad, el mercado internacional clasifica el cacao dominicano en cuatro categorías básicas: Sánchez, Hispaniola, Orgánico Sánchez y Orgánico Hispaniola. El Sánchez se exporta principalmente a Estados Unidos donde es altamente apreciado por su contenido de manteca y por su bajo precio. En las últimas décadas, el cacao híbrido ha ido ganando participación en el total de las exportaciones del país. (El cacao)

- En el párrafo anterior el autor nos expresa la calidad del cacao dominicana y que ha ido ascendiendo las exportaciones del país.

Según estimaciones de la Organización Internacional del Cacao, la producción mundial del año agrícola 2007/08 será de millones de toneladas, cifra superior a los registrados en el año 2006/07. Aun con los problemas de clima, los principales países productores, obtendrán cosechas superiores a las del año pasado. (RD)

- El autor nos indica que para el año anterior las cifras en cuanto a exportaciones de caco han ido aumentando sin dejarnos destacar los problemas climáticos que padecemos.

El consumo mundial del cacao se mide a base de las moliendas. Las causas principales del aumento en las moliendas han sido: la fuerte demanda de manteca de cacao para reabastecer la existencia de los almacenes de los stocks internacionales; el aumento en el consumo de chocolate en los mercados emergentes y nuevamente industrializados y el cambio en el hábito de consumo de chocolate en los mercados tradicionales con el consumo de productos con mayor contenido de cacao. (Guía Técnica El Cultivo de Cacao).

- En este párrafo, el autor nos indica que las demandas del cacao y sus derivados han sido la principal consecuencia al gran auge y continuo aumento en las moliendas.

La República Dominicana está incluida en un selecto grupo de 15 países exportadores reconocidos a nivel mundial como productores de cacao gourmet. Las exportaciones de los diferentes tipos de cacao y sus derivados durante este año cacaotalero tienen hasta julio último un valor de gran cifra, el ingreso de divisas del país durante el mes de julio último por las exportaciones de los diferentes tipos de cacao han sido de gran crecimiento (sánchez, sámchez orgánico, hispaniola e hispaniola orgánico) y manteca, torta, cocoa, licor, chocolatines y pajilla, entre otros derivados (2009).

- En este párrafo, nos indican que RD está reconocido mundialmente como exportador y productor de cacao, la gran cifra de las exportaciones de dicho producto y sus derivados aumentaron para dicho año.

Marco Referencial

Juan Rene Ramírez Guzmán, 2017, ´´Exportación de Manteca de Cacao en Dispensadores Inteligentes de 400 ML para la eliminación de estrías al mercado de destino España, Ciudad Malaca´´ Lima-Perú.

Esta idea de negocio de exportar Manteca de cacao surge como iniciativa personal de haber trabajado en el área de compras y planificación en dos de las empresas más importantes del país en el sector de maquilas y producción de consumo Masivo Compañía Nacional de Chocolates del Perú y Machupicchu Foods S.A.C, las cuales abarcan el mayor volumen en cuanto a exportaciones de Manteca de cacao para el sector alimenticio, específicamente para el sector de chocolatería. Como propuesta de valor se ofrece un producto Orgánico de alta calidad, el cual servirá para proteger la piel del frio y viento muy característico de esta zona de Europa.

Rizzuto, María (2015) "Productos básicos agrícolas y desarrollo: producción y comercialización de cacao en Venezuela", Venezuela, ULL Universidad Laguna.

En síntesis, el deterioro de la economía cacaotera en Venezuela a lo largo del periodo de estudio, puede vincularse principalmente con el énfasis en la economía rentista petrolera, la carencia de políticas macroeconómicas y agrícolas acertadas, la escasez de insumos, la falta de asistencia técnica, un sistema de financiamiento poco efectivo, prácticas agronómicas tradicionales con escasas innovaciones, envejecimiento de las plantaciones y baja densidad de siembra, debilidad en la organización de productores, insuficientes incentivos para producir, inseguridad jurídica de la tenencia de la tierra, predominio de plantaciones con mosaicos de cacao en las que destacan los tipos Forasteros y Trinitarios, sustitución del cacao por otros cultivos más rentables, poca generación de relevo, incidencia de plagas y enfermedades, manejo postcosecha inadecuado, escaso conocimiento de los mercados de cacao, poca visión de agronegocios y débil manejo administrativo-gerencial, deficiencias en las condiciones de vida en el medio rural y, especialmente una escasa política de calidad diferenciada a lo largo de toda la cadena agroalimentaria del cacao. Con respecto al nivel de transformación de cacao en

Venezuela, las empresas procesadoras de chocolate se pueden clasificar en la industria nacional propiamente dicha y los artesanos chocolateros.

Finalmente, más que respuestas en torno a los sistemas agroalimentarios localizados en Venezuela, con el análisis de la cadena agroalimentaria del cacao en este país como motor de desarrollo territorial, surgen muchas interrogantes a dilucidar en este ámbito de estudio en futuros trabajos de investigaciones, dado que el planteamiento del desarrollo endógeno en este país es muy reciente (desde mediados de la década de 2000). Igualmente, es fundamental la generación de estadísticas al nivel nacional, regional y local en Venezuela (especialmente en estos dos últimos), en el marco de proyectos institucionales, debido a las deficiencias en las fuentes de información

Mejillones, Cristhina y Jaime, V (2015) "Plan Estratégico de Exportación de Cacao Fino producido en el Cantón Guayaquil para el mercado de Shanghái", México, Universidad Politécnica Salesiana Ecuador.

Ecuador exporta varias clases de cacao, como el cacao criollo y el cacao fino de aroma, el producto más exportado es el cacao CCN51 siguiendo el cacao fino de aroma. La producción y venta del cacao genera mayores exportaciones a países como Estados Unidos, grupo de países como Unión Europea, China, siendo para nosotras el principal destino Shanghái en este último caso. En otros países el cacao fino de aroma ecuatoriano es considerado el mejor a nivel mundial, siendo así que actualmente ocupa el quinto lugar en la tabla de exportadores mundiales de cacao. La excelente calidad del cacao fino de aroma ecuatoriano son características únicas y difíciles de igualar por parte de los competidores, representando esto una ventaja competitiva. Mediante un plan estratégico exportador se pueden incrementar las exportaciones a diferentes países, como el caso chino, en especial al mercado de Shanghái. El análisis realizado de la situación actual, objetivo a cumplir para el desarrollo, problemas del sector, ventajas, y exportación del cacao de aroma fino, determinan que el presente proyecto si es viable.
Las estrategias para mejorar la exportación y la producción del cacao ecuatoriano se llevaron a cabo mediante una observación detallada de las causas esenciales de los problemas que tienen los productores del país. Para mejorar cualquier tipo de proceso sin duda se debe hacer esto, mediante una investigación y una inversión por parte del gobierno, que sean y estén enfocadas en la problemática del sector.

Sánchez, Lisbeth (2018), "Estrategias para la iniciación de exportación de cacao hacia Alemania de empresa global" Guayaquil, Universidad de Guayaquil.

La Hacienda Global produce actualmente 60 hectáreas de cacao con un rendimiento de 30 quintales por hectárea, es decir, una producción máxima de 1.800 quintales, equivalentes a su vez a 90 toneladas, que aspiran a ser exportados, los cuales representan el 1,15% de las exportaciones de cacao de Ecuador hacia Alemania, con la expectativa de captar una porción igual del mercado alemán en el futuro inmediato. El Acuerdo Internacional que fue suscrito entre Ecuador y la Unión Europea en el año 2017 fue considerado por los exportadores cacaoteros como una oportunidad para el comercio exterior con Alemania, que es uno de los principales importadores de cacao en el mundo entero, más aún cuando al cacao ecuatoriano se le asigna el fino aroma, espesor, rendimiento, sin embargo, la Hacienda Global está desaprovechando esta oportunidad al comercializar su producción cacaotera solamente a nivel nacional, dejando de percibir mayores créditos con la exportación del mismo. Por esta razón, se diseñó un plan de

acción como propuesta para que la Hacienda Global pueda exportar cacao hacia Alemania en el futuro inmediato, específicamente hacia Berlín, reuniendo todos los requisitos para convertirse en empresa exportadora, comercializando la fruta a través de agentes importadores, que a su vez distribuyan a canales mayoristas y minoristas, de allí al consumidor final, esperando transportar 22,5 pallets mensuales en contenedores desde las instalaciones de la empresa a los clientes, esperando un ahorro arancelario de aproximadamente el 12%.

En consecuencia, el plan de acción puede contribuir con la exportación de cacao hacia Alemania e impactar de manera positiva en la ampliación de la producción de la fruta en la Hacienda Global, para beneficio de sus clientes internos y externo.

Marco Conceptual

- **Viabilidad:** Estudio que dispone el éxito o fracaso de un proyecto a partir de una serie de datos base de naturaleza empírica: medio ambiente del proyecto, rentabilidad, necesidades. (Merino, 2010)

- **Comercio exterior:** El denominado comercio internacional o comercio exterior consiste en un intercambio ordinario, generalmente de productos a cambio de dinero, con la característica diferencial de que para poder realizar el intercambio se ha de atravesar una "frontera" (Bustillo)

- **Importaciones:** Transporte legítimo de bienes y servicios del extranjero, los cuales son adquiridos por un país para distribuirlos en el interior de este. (htt)

- **Exportación:** Es cualquier bien para la economía, es decir, el servicio enviado fuera del territorio nacional. (Ambrosini)

- **Inocuidad**: La inocuidad de los alimentos puede definirse como el conjunto de condiciones y medidas necesarias durante la producción, almacenamiento, distribución y preparación de alimentos para asegurar que una vez ingeridos, no representen un riesgo para la salud. La inocuidad en dichas cadenas agroalimentarias, se considera una responsabilidad conjunta del Gobierno, la industria y los consumidores. (Calidad e inocuidad de alimentos)

- **Origen de manteca de cacao**: Los árboles de cacao crecían en forma natural a la sombra de selvas tropicales en las cuencas del Amazonas y del Orinoco, hace miles de años. Los primeros cultivos conocidos fueron en Centroamérica, unos 1000 años a. C. El cacao simbolizaba para los mayas el vigor físico y la longevidad, y consistía de un brebaje amargo que consumían exclusivamente los nobles; también se utilizaba en ritos religiosos. Al ver que los granos de cacao se usaban como monedas y que los aztecas le atribuían a la bebida de cacao virtudes reconstituyentes, Hernán Cortés decidió explotarlo comercialmente, surgiendo así plantaciones en México y las islas del Caribe. (El cacao)

- **Economía:** Es la ciencia que estudia de qué manera los recursos escasos son empleados para la satisfacción de las necesidades de los hombres en sociedad; por una parte, está interesada en las operaciones especiales de la producción, distribución y consumo de los bienes, y por la otra, en la instituciones y actividad es cuyo objeto es facilitar estas operaciones. (Schettino, 2002).

- **Aduanas:** Es toda oficina en la cual puede ser realizadas las formalidades previstas en la Reglamentación Aduanera. (Ballesteros, 2001).

- **Comercialización:** Es poner a la venta un producto o servicio y darle las condiciones y vías de distribución adecuadas para su venta. En definitiva, es un conjunto de funciones que se desarrollan desde que el producto sale del establecimiento de un productor hasta que llega al consumidor. (Vargas, 2014).

- **Embarque:** Es el documento clave del transporte marítimo establecido entre el transportista, según la declaración del cargador, expedidor o fletador. (Carmona, 2005).

Hipótesis

La manteca de cacao, empresa Munné SRL es un producto exportable.

Variables:

- Manteca.
- Exportación.
- Catálogos de productos de Munné.
- Productos con capacidad de exportación.
- Indicadores.
- Cantidad de productos exportados.
- Cantidad de manteca a exportar.

DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de investigación

El tipo de investigación a utilizar es explicativo. Es explicativa puesto que su propósito es analizar y desarrollar las oportunidades que ofrece el mercado argentino para la exportación de Manteca de Cacao a través de la empresa Munné SRL, a la vez que explica las condiciones actuales de la empresa y su estrategia de Negocios.

También será de campo debido a que se recopilaran y se analizaran los datos obtenidos sobre las exportaciones e importaciones del Cacao y sus derivados que sustentaran el estudio de viabilidad.

Métodos de investigación

En la investigación se utilizaron varios métodos:

- **Analítico:** Para llevar a cabo la identificación de cada una de las partes que participan en nuestra investigación. Así mismo, servirá para establecer la razón causa y efecto de nuestra problemática.

- **Sintético:** este nos permitirá reunir cada uno de los elementos necesarios en el estudio y agruparlos en la información más relevante y/o importante para determinar las oportunidades que ofrece el mercado argentino.

Técnicas de investigación

Las técnicas por utilizar serán la entrevista y la encuesta, las cuales estarán dirigidas a productores y exportadores dominicanos de Manteca de Cacao o del Cacao y sus derivados, para así conocer o determinar cómo se encuentra el mercado nacional en la actualidad.

Fuentes de investigación

- **Fuentes primarias:** tenemos información de documentos originales de investigación o escrito en el que se puede hallar la información completa, referente a un informe de investigación.

- **Fuentes secundarias:** tenemos información de libros y revistas en donde se encuentra información relacionada con el tipo de estudio que estamos llevando a cabo.

Fuentes de documentación

(s.f.). Obtenido de https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/4/1935/5.pdf

Calidad e inocuidad de alimentos. (s.f.). Obtenido de https://www.minsalud.gov.co/salud/Paginas/inocuidad-alimentos.aspx

(2009). RD ha exportado 53 mil toneladas de cacao por valor de US$134.5 millones. Obtenido de https://hoy.com.do/rd-ha-exportado-53-mil-toneladas-de-cacao-por-valor-de-us134-5-millones/

Ambrosini, M. S. (s.f.). XXV CONGRESO DEL INSTITUTO ARGENTINO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE COSTOS. Obtenido de https://www.gestion.org › que-es-la-exportacion

Ballesteros, A. (2001). Comercio Exterior. España: Universidad de Murcia.

Batista, L. (s.f.). Guía Técnica El Cultivo de Cacao. Centro para el Desarrollo Agropecuario y Forestal, Inc., Santo Domingo, Republica Dominicana. Obtenido de http://190.167.99.25/digital/Guia_Cacao.pdf

Bustillo, R. (s.f.). Informe comercio exterior. Obtenido de https://web-argitalpena.adm.ehu.es/pdf/UWLGEC2831.pdf

Carmona, F. (2005). Manual del transportista. España: Diaz de Santos S,A.

El cacao. (s.f.). Obtenido de https://interiorrd.com/el-cacao/

GUZMAN, J. R. (2017). EXPORTACIÓN DE MANTECA DE CACAO EN DISPENSADORES INTELIGENTES DE 400 ML PARA LA ELIMINACIÓN DE ESTRIAS AL MERCADO DE DESTINO ESPAÑA CIUDAD DE SALAMACA.

Merino, J. P. (2010). Obtenido de https://definicion.de/viabilidad/

RD, C. (s.f.). COMPORTAMIENTO COMERCIAL DEL CACAO ORGANICO. Obtenido de https://www.cei-rd.gov.do/estudios_economicos/estudios_productos/perfiles/cacao_organico.pdf

Schettino, M. (2002). Introduccion a la economia para no economistas. Mexico: Pearson education.

Vargas, A. (2014). UF1820: Marketing y plan de negocio de la microempresa. ic editorial.

ESQUEMA PRELIMINAR DE CONTENIDO DE TRABAJO DE GRADO

Dedicatorias

Agradecimientos

Resumen ejecutivo

Introducción

Capítulo I. La exportación y el Comercio Exterior en República Dominicana

1.1. Comercio Exterior de la Republica Dominicana

1.1.1 Características del Comercio Exterior de R.D.

1.2 Acuerdos en los que la República Dominicana es signatario

1.2.1 DR-CAFTA

1.2.2 DR-CARICOM

1.2.3 Acuerdo de Alcance Parcial con Panamá

1.2.4 Acuerdo de Asociación Económica (AAE)

1.2.5 Convenio de SOLAS

1.3 Modelos de Entrada al mercado internacional

1.3.1 Exportaciones

1.3.2 Joint Venture

1.3.3 Licenciamientos

1.3.4 Franquicias

1.3.5 Llave en Mano

1.4 La exportación

1.4.1 Conceptos de exportación

1.4.2 Características

1.4.3 Requisitos Generales para exportación de bienes desde Republica Dominicana

1.4.3.1 Documentación requerida

1.4.3.2 Procedimiento de exportación

1.4.3.3 Régimen Aduanero

1.4.4 Exportación de productos agrícolas en la Republica Dominicana

Capitulo II. Argentina y su relación con la República Dominicana

2.1. Argentina

2.2. Situación Económica Comercial de Argentina

2.2.1. Indicadores socioeconómicos

2.3. Análisis FODA de Argentina

2.4. Exportaciones de Argentina

2.5. Importaciones de Argentina

2.6. Principales socios comerciales

2.7. Normas técnicas para la importación en Argentina

2.7.1. Requisitos para la importación de alimentos en Argentina

2.8. Relación comercial entre Argentina y República Dominicana

2.8.1 Exportaciones de productos dominicanos a Argentina

Capitulo III. Características y exportación del Cacao desde la Republica Dominicana

3.1. Sector Agroindustrial Dominicano

3.2. Análisis FODA del sector agroindustrial dominicano

3.3. Cacao

3.3.1 Origen

3.3.2 Cultivo

3.3.3 Variedades del Cacao

3.4. Exportación del Cacao

3.4.1 Principales destinos de exportación del Cacao de Republica Dominicana

Capítulo IV. Munné SRL.

.1. Identidad corporativa

.2. Cartera de productos

.3. Estrategias de internacionalización

Capítulo V. Aspectos metodológicos

Conclusiones

Recomendaciones

Anexos

Bibliografía

Anexo 2: Entrevista a Samuel Florián y Laura Munné, encargados del depto. de Exportaciones Munné SRL

1 **¿Podrías mencionarnos cual es la cartera de productos que elabora Munné?** Cocoa, Cocoa dulce, Cocoa amarga, Chocolate, Tabletas de chocolate, Chocolate líquido, Funda de Yuta, Cacao, Manteca de Cacao, Chocolate con leche y maní, Chocolate Monchi, Chocolé, Pudin, Fondue, entre otros.

2 **¿Cuáles son los productos que actualmente exportan y hacia donde son exportados los mismos?** Actualmente exportamos el Cacao y la Manteca de cacao, y nuestro único mercado externo ha sido Estados Unidos

3 **¿Qué crees que hace a Munné diferente a la competencia?**
La Calidad

4 **¿Cómo evaluaría la producción y exportación de la manteca de cacao en cuestión de calidad y precios?** Tenemos una calidad excelente y con un precio asequible al usuario.

5 **¿Qué debemos de tomar en cuenta para exportar su manteca de cacao?**
Primero es ser clientes, es decir, conocer el producto, conocer a la competencia, analizar su proceso de producción y comercialización. Así mismo, ser responsable, ya que usualmente el tiempo de tránsito ocurre dentro de los 10 días Marítimo, y con temperatura controladas.

6 **¿Cuáles consideras son los principales retos como empresa dentro del mercado en la actualidad**? Expandir nuestro producto a nuevos mercados, así también como el de mejorar nuestra estrategia de mercadeo y publicidad en el territorio nacional.

7 **¿Cómo visualiza el futuro del sector logístico en el país?** Con grandes avances ya que se están haciendo proyecto para que las empresas de Logística tengan un mayor alcance del mercado.

8 **¿Qué tiempo tiene exportando? ¿Hacia cuales mercados?**

Hace poco más de 80 años. Por el momento solo exportamos hacia los Estados Unidos.

9 **¿Cuál es su volumen de exportación?**

Usualmente dos contenedores de manteca de cacao al mes.

10 **Modalidad de exportación, ¿aéreo o marítimo?**

Marítimo.

11 **¿Cuál es el término de ventas y/o negociación (Incoterm) usualmente utilizado?**

FOB.

12 **- Tienen negociaciones de flete con navieras? ¿Cuales?**

Si, con Marítima Dominicana, MSC, y E.T HEINSEN.

13 ¿Están dispuestos a explorar otros mercados? De ser si, ¿Cuáles? ¿Por qué? ¿Tienen establecidos un presupuesto anual para dicho fin?

Si. Uno de nuestros objetivos es el de incursionar a nuevos mercados, principalmente hacia países Latinoamericanos y del Caribe o hacia Mercados Europeos, que son quienes principalmente demandan productos elaborados a partir del Cacao. Actualmente estamos considerando la posibilidad de exportar hacia Países Bajos, debido a un análisis de mercado hecho por el dpto. de exportación. No, actualmente no contamos con un presupuesto anual preestablecido pata dicho fin.

14 **¿Cuáles consideras podrían ser los beneficios que obtendrían como empresa abrirse a otros mercados?**

Dar a conocer nuestro producto, ganar mayor rentabilidad y conocimiento en el mercado, abrir nuevas puertas y satisfacer la demanda existente de los productos que producimos.

15 **¿Cuáles son los productos que más producen y que porción ocupa en sus niveles de producción, dígase, que porcentaje ocupa dentro de su cartera de productos?**

Los productos que más producimos son Chocolates y Cocoa los cuales representa el 3% de nuestras explotaciones, también tenemos la manteca que es un derivado del cacao representando el 95% de nuestras exportaciones.

16 **¿Cuáles son los retos que consideran asumen con los productos que exportan?**

1- Dar un buen servicio a nuestro cliente.
2- Que nuestro producto sea de calidad.
3- Que le gustes a los demás consumidores.
4- Que sean conocido en otros países
5- Tener mayor nivel de exportación.
6- Poder exportar a más países.

17 **¿Cómo suelen enviar sus contenedores? ¿Suelen están Paletizado? ¿Cajas en el piso o Float louden? ¿Productos que van en los mismos, dígase si envían un solo producto por contenedor?**

Los Enviamos de dos formas: paletizadas y cajas en el piso.

18 **¿De acuerdo con la información suministrada, exportan hacia Estados Unidos? ¿Qué volumen han estado manejando desde que empezaron como empresa exportadora?** Dos contenedores al mes.

19 ¿Volumen exportado por producto?

Manteca de cacao exportamos dos Contenedor al mes fijo y en cuanto al Chocolate y la Cocoa no le tengo una información exacta porque no es nuestro fuerte en las exportaciones, en estos últimos tres años es que estamos exportándolos al exterior. Podría ser un contenedor cada año.

Anexo 3: Cotización de flete para el envió de manteca de cacao en un contenedor 1x20' por parte de la línea naviera MSC. (Añadiendo al mismo precio el Handling por un valor de de US$55.00 y documentación US$60.00)

MEDITERRANEAN SHIPPING COMPANY DOMINICANA SRL

Fecha: 10-Mar-20

Cotizacion No: MSCDOM200328083

Telefono:	809 381-1006 Fax: 809 381-1076	A:	PUMA LOGISTIC SRL
Direccion:	CALLE RAFAEL AUGUSTO SANCHEZ #38 EDIF. MALAGA VII, NACO, STO. DGO	Contacto:	N/A
RNC:	101-23232-2	Telefono:	N/A
Correo:	do344-info@msc.com	Departamento:	N/A
Hecho por:	Ivette Pelletier		

Terrestre Origen	N/A	Tiempo Transito	13 dias aprox
Terrestre Destino	N/A	Frecuencia de	semanal
Tipo de carga	Manteca de cacao	Validez de la tarifa	Desde 10-Mar-20 Hasta 31-Mar-20
Ruta/Nota	servicio directo/BRC Vatos		

Cargos	Puerto de carga	Puerto de descarga	I/E	Contenedor	Moneda	Precio
SEAFREIGHT	CAUCEDO,DOMINICAN REPUBLIC	BUENOS AIRES,ARGENTINA	E	20DV	USD	240.0
BUNKER RECOVERY COST SURCHARGE	CAUCEDO,DOMINICAN REPUBLIC	BUENOS AIRES,ARGENTINA	E	20DV	USD	150.0
CARRIER SECURITY FEE	CAUCEDO,DOMINICAN REPUBLIC	BUENOS AIRES,ARGENTINA	E	20DV	USD	11.0
ISPS - INTERN. SHIP AND PORT SECURITY CHARGE ORIGIN	CAUCEDO,DOMINICAN REPUBLIC	BUENOS AIRES,ARGENTINA	E	20DV	USD	5.0
SEAL FEE	CAUCEDO,DOMINICAN REPUBLIC	BUENOS AIRES,ARGENTINA	E	20DV	USD	8.0

USD	$414.00