



UNAPEC

UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Mercadotecnia

Proyecto de grado para optar por el Título de
Licenciatura en Negocios Internacionales

**“Análisis de factibilidad para la exportación de ron dominicano hacia China año
2019. Caso de estudio: Brugal & CO, S.A.”**

Sustentantes:

Anabel Dotel	2016-1226
Haydee Larissa Soto	2016-1242
Estefanía Florentino	2016-0344

Asesor:

Cinthia Zabala

Los conceptos emitidos en el presente trabajo de grado son de la exclusiva responsabilidad de sus autoras.

Noviembre 2019

Distrito Nacional, República Dominicana.

Índice

Agradecimientos	i
Resumen ejecutivo	v
Introducción	1
CAPITULO I	3
ANTECEDENTES DEL RON EN REPUBLICA DOMINICANA	3
1.1 ¿Qué es el Ron?	4
1.2 Etimología de la palabra Ron	4
1.3 Historia del Ron en República Dominicana.....	4
1.3.1 Origen, evolución y desarrollo de la palabra ron.	5
1.4 Proceso de elaboración del Ron	5
1.4.1 Materia prima en la elaboración del ron.....	5
1.4.2 Cosechando manualmente	6
1.4.3 Extracción	7
1.4.4 La fermentación	8
1.4.5 Destilación	10
1.4.6 Destilación en alambique.....	10
1.4.7 Destilación continúa en columna	11
1.5 El envejecimiento	12
1.5.1 Toneles para ron.....	13
1.6 Mezclado y embotellado	15
1.7 Tipos de Ron.....	16
1.7.1 Ron Industrial Blanco	16
1.7.2 Ron agrícola envejecido.....	17
1.7.3 Dorado/ámbar.....	17
1.7.4 Negro/Oscuro	17
1.7.5 Con especias/con sabor.....	18
1.7.6 Over proof	19
1.7.7 Premium.....	19
CAPITULO II.	20
ANALISIS DEL ENTORNO – CHINA.....	20
2.1 Datos demográficos.....	21

2.1.1 Ubicación y extensión territorial.....	21
2.1.2 Estado de la población.....	23
2.2 Cultura.....	23
2.2.1 Idioma.....	28
2.2.2 Religión.....	28
2.3 Transporte.....	29
2.4 política y forma de gobierno.	32
2.5 Economía.....	34
2.6 política Comercial.	37
2.6.1 Exportaciones e Importaciones.	39
2.6.2 Acuerdos Comerciales.	42
CAPITULO III.....	45
RELACIONES COMERCIALES ENTRE REPUBLICA DOMINICANA Y CHINA.	45
3.1 Panorama económico de china.....	46
3.2 Intercambio comercial bilateral.....	49
3.2.3 Contexto actual.....	53
CAPITULO IV.....	54
ESTATUS COMERCIAL DEL RON EN CHINA.....	54
4.1 Comportamiento.....	55
4.2 Comercio del ron en China.....	57
4.3 Regulaciones o barreras al comercio.....	59
4.3.1 Licencia de importación.....	61
4.3.2 Contingentes arancelarios.....	61
4.3.3 Inspección y certificación.....	62
4.4 Tarifas.....	62
4.5 Etiquetado.....	63
4.5.1 Estándares GB para etiquetado.....	65
4.5.2 Proceso para registrar etiquetas.....	66
4.5.3 Inspección CIQ de etiquetas.....	67
CAPITULO V.....	68
ASPECTOS METODOLOGICOS Y ANALISIS DE RESULTADOS.....	68
5.1 Tipo de investigación.....	69
5.2 Método de investigación.....	69

5.3 Población	70
5.4 Muestra.....	70
5.4.1 Tamaño de la muestra.....	70
5.4.2 Tipo de muestra.....	70
5.5 Análisis de la encuesta	71
Conclusión.....	96
Recomendaciones	99
Bibliografía.....	100
ANEXOS.....	103

Agradecimientos

Primero quiero dar gracias a Dios, por estar conmigo en cada paso que doy, iluminar mi mente y por fortalecer mi corazón y por haber puesto en el camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante toda mi carrera.

A mi madre, sin su esfuerzo y dedicación nada de esto fuera posible, por siempre orientarme, guiarme y darme el mejor ejemplo, por su gran amor

Y todo su apoyo, mami gracias por siempre creer, y estar incondicionalmente para mí, las palabras serían poca para agradecerte y honrar todo lo que día a día hacer por mí, gracias a ti soy quien soy, te amo.

A mi abuelo, por su amor incondicional y ser más que mi abuelo, mi padre.

A mi abuela, que siempre la he sentido presente en mi vida y sé que está orgullosa en la persona que me he convertido.

A toda mi familia por aportar un granito de arena, su gran amor y estar siempre para mí, trasmitiéndome su alegría y creer en mí en todo momento.

A José Dotel por su apoyo incondicional en mi carrera.

A mi amiga Estefanía gracias estar conmigo en este camino estoy muy agradecida de que formes parte de este proceso, y a mi hermana de la vida Larissa por ser incondicional y siempre estar para mí, y a todos mis amigos.

Por último, a todos mis profesores durante mi carrera profesional porque han aportado con un granito de arena a mi formación, en especial a nuestra asesora de tesis Cinthia Zabala.

“Gracias Dios, porque en cuanto soy, cuanto puedo y cuanto recibo es regalo tuyo”.

Anabel Dotel Noboa

Agradecimientos

A Dios, por haberme dado fuerza y valor para culminar esta etapa en mi vida.

A mis padres, que son el motor y motivación para seguir adelante, por su apoyo, dedicación, comprensión y sacrificio. Gracias a ustedes que durante todos estos años de carrera han sabido impulsarme a continuar y nunca renunciar. Por ustedes, Ysaura y Arturo, he logrado todo en la vida.

A mis hermanos por ser parte importante en mi vida y mi sobrino Harold, por alegrarme los días con su sonrisa y ocurrencias.

A mi hermana de la vida, Anabel, por siempre estar ahí para mí y aguantarme cada día. Agradecida por haberte conocido y tener esta experiencia juntas.

A Estefanía, por haber formado parte especial de mi experiencia en la universidad y por ser esa amiga que siempre da alegría entre nosotras.

A todas mis amigas, compañeras de tesis y de la vida, gracias por su amistad, apoyo y risas en este proceso.

Por último, a todos mis profesores que durante mi carrera profesional han aportado con un granito de arena a mi formación, en especial a nuestra asesora de tesis Cinthia Zabala.

Haydee Larissa Soto

Agradecimientos

No existiría esto sin la persona que me motivo a hoy en día estar aquí, su nombre es Ruth María Martínez y debería llamarse el motor de Estefanía, es la persona que se merece toda la gratitud del mundo por traerme al mundo y por qué ella sola a base de mucho esfuerzo y trabajo pudo pagarme una universidad tan privilegiada como UNAPEC, absteniéndose de cosas que quizás para ella eran necesarias pero no más que llevar a su hija a ser una profesional.

Te agradeceré eternamente por ser una madre ejemplar, luchadora, motivadora, por sacrificarte estos 4 años sin ningún otro apoyo y llevarme a poder estar a muy pocos pasos de lograr mi meta de ser licenciada en negocios internacionales

Otra de las personas que merece cariño y respeto por ser un de gran apoyo y motivación para mí durante este tiempo es mi abuela Flora, muchas gracias por empujarme cuando yo necesitaba esas palabras de que debía continuar, y por siempre haber estado para animarme en los momentos en los que necesitaba.

A José Joel, por ser otro que me incentivaba a continuar y me decían que sí podía cuando yo dudaba de mis capacidades para seguir adelante en mi carrera.

Gracias a Anabel, Larissa, y Adriana, por ser mis compañeras de batalla y soportarme durante estos 4 años, definitivamente son personas que siempre estarán marcadas en mi vida como esas amigas que nunca podré alejar de mí, espero que todas continuemos juntas después de finalizar este camino.

Estefania Florentino

Resumen ejecutivo

El presente trabajo de investigación tiene como objetivo analizar la factibilidad de la empresa Brugal & Co. Para la exportación de su ron en el mercado de China. El análisis en cuestión consiste en investigar y plasmar las características principales con las que cuenta la empresa y que son necesarias para poder alcanzar el mercado asiático.

El primer paso consistió en el análisis del mercado del ron en la República Dominicana para determinar sus características, cualidades principales y potencial de internacionalización. Una vez estudiada esta parte, se procedió a determinar el mercado destino en donde Brugal & Co. no tuviera participación directa y se concluyó que China era el mercado idóneo para analizar la factibilidad de la empresa en dicho mercado.

Una vez determinado el mercado objetivo, se procedió a determinar las principales características que conforman al país (cultura, población, economía, política) y que impactan de manera directa en la venta del ron en dicho mercado.

Luego de analizar el entorno del país destino se procedió a detallar un punto de gran importancia que es la recién relación comercial iniciada entre la República

Dominicana y China, donde se da a conocer el panorama actual de dicha relación de intercambio comercial.

Después de conocer la situación comercial de ambos países, se procedió a estudiar el estatus en el que se encuentra el producto pensado para exportación al mercado de China que es el ron, en esta parte se dio a conocer el comportamiento de dicho producto en el mercado asiático, el segmento que más opta por este tipo de bebidas en dicho mercado, y su forma de comercio y regulaciones.

Posterior a todo lo antes señalado se procedió a desarrollar una serie de encuestas para poder determinar la ventaja que posee Brugal & Co frente a sus competidores, y las principales razones por las que Brugal es la empresa idónea para penetrar de manera efectiva el mercado del ron en China.

Introducción

Hoy en día las empresas cuentan con la oportunidad de poder abrir su horizonte y optar por mercados que, aunque son lejanos en distancia son lo suficiente cercanos en oportunidades gracias a la apertura comercial con la que hoy en día se relacionan los países.

La República Dominicana ha adquirido a través de los años la oportunidad de entrada a grandes mercados que cuentan con el deseo y capital suficiente para adquirir los productos fabricados en este país, y China no quedó exento de esto, ya que para el 2018 el país optó por iniciar las relaciones comerciales con el gigante asiático, lo que a su vez trajo como consecuencia el interés de los asiáticos por productos de origen dominicano entre los que se encuentran el ron.

Para poder lograr los estándares de calidad que hoy en día el mercado demanda es necesario poder controlar todos los factores que inciden en la producción del producto. El acceso a nuevos mercados y la calidad, están determinadas por una buena selección de los distribuidores, costos y la entrega a tiempo lo cual fideliza al cliente.

La empresa productora y exportadora de ron dominicano Brugal & Co. con una historia de más de 130 años en el mercado siendo líderes a nivel nacional y regional, al igual que busca expandirse por todo el mundo estando presente en más de 50 países siendo una de las 5 marcas de mayor venta a nivel mundial y una de las 16 bebidas espirituosas de mayor crecimiento.

Esta investigación busca determinar si la empresa fabricante de ron Brugal & Co. Tiene la capacidad y cualidades necesarias para poder satisfacer la demanda del mercado chino. Se basa en dicha empresa debido a que su ron es una marca país a nivel internacional, y uno de los más solicitado gracias a su gran calidad.

La presente investigación consta de cinco capítulos, el primer capítulo con los antecedentes del ron en la República Dominicana, el segundo explica el análisis del entorno de China, el tercer capítulo se refiere a todo lo relacionado con las relaciones comerciales entre China y República Dominicana, el cuarto habla sobre el estatus comercial del ron en China, y el quinto y último capítulo es la metodología utilizada y el análisis de los resultados donde a través de encuestas aplicadas a exportadores de ron Dominicano hacia mercados internacionales se analiza las principales variables que determinarían el éxito Brugal & Co en el país asiático.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL RON EN REPUBLICA DOMINICANA

1.1 ¿Qué es el Ron?

Es un licor, o también conocido como aguardiente que se obtiene de la destilación de las melazas y/o jugos fermentados de la caña de azúcar. Alcanza 80° de contenido alcohólico, pero se rebaja añadiendo agua destilada. Este licor generalmente se añeja en barricas de cobre por periodos de tiempo diverso.

La noción hace mención a una bebida con alcohol que se elabora al fermentar y destilar la caña de azúcar. (Gardey., 2016)

1.2 Etimología de la palabra Ron

Este término en su etimología es de origen inglés bajo denominación «rum» del mismo significado.

1.3 Historia del Ron en República Dominicana

Historia y tradición La historia del ron dominicano se remonta a los tiempos en los que el almirante Colón descubre las Américas y lleva, desde España, un producto desconocido en el Nuevo Mundo: la caña de azúcar. Según las crónicas, hacia el año 1630, los colonos ingleses inician la elaboración del ron en la Isla de Barbados y en, 1651 el viajero Richard Ligon califica a esta bebida de “embriagadora y de extremadamente fuerte”. “Rumbullion” viene de un antiguo vocablo inglés que significa “Tumulto”. (Edicion 40, 2016)

1.3.1 Origen, evolución y desarrollo de la palabra ron.

Esta bebida se menciona por primera vez en documentos provenientes de Barbados en 1650. Se le llamaba "kill-devil" ('mata-diablo') o "rumbullion" (una palabra de Devonshire, Inglaterra, que significa 'un gran tumulto'). En las colonias antillanas francesas, se le llamó guildive (modificación de "kill-devil") y posteriormente tafia, un término africano o indígena.

Ya en 1667 se le llamaba simplemente "rum", de donde proviene la palabra española ron y la francesa rhum. La primera mención oficial de la palabra "rum" aparece en una orden emitida por el Gobernador General de Jamaica con fecha 8 de julio de 1661. (Barman in red, 2017)

1.4 Proceso de elaboración del Ron

1.4.1 Materia prima en la elaboración del ron

Los rones se elaboran por fermentación del jugo de caña (vesou en francés) o de la melaza que es el líquido residual que queda luego de la cristalización del azúcar en el jugo de la caña; la melaza contiene alrededor de un 5% de azúcar. Algunos países tienen que importar la melaza para producir ron. Donde no hay desarrollo de la industria azucarera o se usa melaza impura, se produce un licor de baja calidad llamado tafia que no es considerado como un verdadero ron y que no es exportado.

El azúcar necesario para la fermentación ya se encuentra en el material crudo (melaza), y el ron conserva más del sabor original del material crudo que la mayoría de los licores. El sabor característico de rones específicos está determinado por el tipo de levaduras empleado para la fermentación, el método de destilación, las condiciones de envejecimiento y las mezclas.

La caña de azúcar, *Saccharum officinarum*, es una especie de la familia de las gramíneas oriunda de Asia Suroriental (posiblemente de Nueva Guinea). Luego de sembrarse, las plantas toman de 12-18 meses para alcanzar la madurez y son cosechadas cuando el contenido de azúcar alcanza su máximo. (Barman in red, 2017)

1.4.2 Cosechando manualmente

La cosecha se realiza cortando las cañas tan cerca del suelo como sea posible. En algunos lugares, primero se incendian los campos para eliminar las hojas secas, o para espantar las serpientes, lo cual facilita el corte de las cañas. El método de corte depende del tamaño de la finca y la naturaleza del terreno - el corte manual con machetes todavía se usa mucho en la actualidad donde, por ejemplo, el campo es muy irregular o muy pequeño para beneficiarse de la mecanización. La planta se regenera emitiendo retoños que crecen para convertirse en nuevos tallos.

Una vez cosechada, a las cañas se les quita las hojas y el extremo superior ("cogollo") y se transportan hacia el molino. Las cañas deben molerse tan pronto como sea posible para evitar la deshidratación y el deterioro de los azúcares.

1.4.3 Extracción

En el molino, las cañas son lavadas para quitar los restos de tierra y cortadas en pedazos pequeños para facilitar la extracción del jugo. Los pedazos se hacen pasar por una serie de molinos que extraen el jugo de los tallos. (Barman in red, 2017) Luego de la primera molienda, se agrega una pequeña cantidad de agua para facilitar las extracciones siguientes del jugo. El residuo sólido, llamado bagazo, es frecuentemente reciclado como combustible.

El jugo de la caña (guarapo, "vesou" en francés), de color verde, es filtrado para eliminar los residuos de caña y luego se clarifica para eliminar los sólidos en suspensión. Entonces se calienta y se pasa a evaporadores para retirar el exceso de agua.

En la fabricación del rum agricole se usa el guarapo para la fermentación, pero para los ronones industriales el proceso de extracción continúa para obtener la melaza.

Los derivados de la caña de azúcar, como su jugo, la "miel" virgen (sirope de caña) y las melazas, contienen un gran número de minerales y compuestos orgánicos

aparte de la sacarosa. Estos compuestos son esenciales en la producción del ron ya que mucho de los sabores y aromas característicos de los rones se originan de ellos. Dicho de una manera simple, ¡sin caña de azúcar, no hay ron!

Luego de una ebullición se produce un líquido espeso del cual se obtiene el azúcar que se consume corrientemente. El líquido oscuro marronizo que resta se conoce como "melaza ligera" (ligera tanto en sabor como color) o "miel de primera". Luego de una segunda ebullición, la melaza es más oscura y más espesa y se llama "miel de segunda" o "black treacle" en inglés.

La melaza (palabra que proviene de "miel") - conocida como "blackstrap molasse" en inglés, y que es la materia de donde se hace el ron industrial, resulta de la tercera ebullición y es muy espesa, pegajosa, oscura y algo amarga, aunque todavía contiene aproximadamente 55 por ciento de azúcar no cristalizado junto con un gran número de minerales y compuestos esenciales para el aroma y el sabor. Se necesita aproximadamente 1.5 galones de melaza para hacer un galón de ron.

1.4.4 La fermentación

Antes de que puedan ser destilados, el guarapo o la melaza deben ser convertidos en un líquido alcohólico (mosto o "vino de caña") por medio de la fermentación. La fermentación, efectuada por levaduras, convierte el azúcar (sacarosa) en dióxido de carbono y alcohol (alcohol etílico, en este caso). (Barman in red, 2017).

Primero, se prepara una solución con un contenido aproximado de 15% de azúcar diluyendo la melaza con agua cuya calidad es realmente importante. Sin embargo, es frecuente fermentar el jugo de caña, para el "rhum agricole", sin agregar agua siempre que el contenido natural de azúcar sea bajo.

Aunque es posible usar las levaduras silvestres presentes en el aire para inducir la fermentación, la mayoría de los productores utilizan cepas mejoradas de levaduras para contribuir a desarrollar las características de los diferentes rones.

La tasa de fermentación puede controlarse por medio de la temperatura y depende enteramente del tipo de líquido fermentado requerido por el destilador. Si se desea un ron ligero, la fermentación puede completarse en tan corto tiempo como 12 horas, aunque la práctica normal es de uno o dos días.

La fermentación lenta - que puede tomar hasta 12 días - produce un tipo más pesado, especialmente cuando el mosto inicial se refuerza con los residuos de destilaciones previas (vinaza o '*dunder*') y/o las despumaciones ('*limings*') que se producen en las pailas de producción del azúcar.

Al completarse la fermentación, el mosto resultante tiene un contenido alcohólico entre 5 y 9 por ciento.

1.4.5 Destilación

Parece irónico que haya que eliminar por destilación el agua que se agregó a la melaza para la fermentación. Pero esa es la razón de la destilación: separar el alcohol del agua en un mosto. Pero también hay un segundo objetivo que es eliminar indeseables agentes de sabor en forma de ésteres, aldehídos, congéneres (impurezas en el alcohol luego de la destilación) y ácidos, al tiempo que se retienen los deseables. (Barman in red, 2017)

Hay dos métodos de destilación usados en la producción del ron: la destilación en alambique y la destilación continúa en columnas. En ambos el principio es el mismo: cuando se calienta el mosto, el alcohol se evapora a una temperatura inferior que el agua y estos vapores son recogidos y condensados para originar el licor.

1.4.6 Destilación en alambique

La destilación en alambique es la práctica más tradicional y antigua, y usualmente está reservada para la producción de rones 'premium' de gran complejidad y sutileza. (Barman in red, 2017)

Se vierte el mosto en una olla circular de cobre que ayuda a eliminar las impurezas. Se aplica el calor y, luego de alrededor de una hora, el alcohol empieza a evaporarse. El vapor es transportado por un tubo a un condensador. El líquido resultante se conoce como 'destilado simple' (en francés, también como clairin - "clerén").

Para obtener un mayor contenido alcohólico y un producto final más puro, este líquido es procesado por segunda vez, produciendo así un 'destilado doble', que puede contener hasta 85-90 por ciento de alcohol por volumen. En la actualidad, la mayoría de los rones producidos con este método de destilación se hacen a partir del 'destilado doble' (Barman in red, 2017).

1.4.7 Destilación continua en columna

En su forma más simple, la construcción comprende dos columnas llamadas el "analizador" y el "rectificador". Gracias a un diseño ingenioso que utiliza la física del intercambio de calor, el mosto es separado en sus vapores constituyentes ("analizado") en el analizador y los vapores son condensados selectivamente ("rectificado") en el rectificador. (Barman in red, 2017)

Es posible controlar la fortaleza de un ron producido por destilación continua ya que puede retirarse el condensado del rectificador a varias alturas - a mayor altura del rectificador, más fuerte es el licor y es posible lograr un destilado con 95 por ciento de alcohol por volumen.

En ambos métodos de destilación, el licor producido es incoloro. Cualquier color en el producto finalizado proviene del envejecimiento en toneles y/o de caramelo.

Uno de los preceptos fundamentales de la destilación es que mientras mayor es el contenido alcohólico del destilado, más puro será. Por lo tanto, los rones destilados

en columna, altamente rectificadas tienden a ser vigorosas, limpias y secas con aromas sutiles y apenas se nota la melaza original (algunos incluso se aproximan al vodka en cuanto a su neutralidad) y se les describe como "ligeros". En contraste, los rones producidos en alambiques, que no pueden ser destilados con un contenido mayor de 85 por ciento de alcohol por volumen, son relativamente "pesados" en cuanto a agentes saborizantes.

Algunos fabricantes utilizan mezclas de licores obtenidos por los dos tipos de destilación. Esto se hace tratando de reunir en el producto comercial características de los dos tipos de filtrado.

1.5 El envejecimiento

Sin dudas que poner un nuevo licor claro en una barrica o tonel de roble y dejarlo ahí por unos pocos años lo mejora dramáticamente. Y esto no solamente es aplicable a los rones oscuros; también los rones blancos pueden beneficiarse grandemente. (Barman in red, 2017)

Al igual que muchos otros procesos, las ventajas del envejecimiento en barricas de roble fueron descubiertas por accidente. En los primeros tiempos, el licor crudo se embotellaba directamente después de destilado, lo cual todavía sucede con algunos rones blancos actuales (aunque lo usual ahora es primero filtrarlos y diluirlos). Cuando los productores empezaron a hacer más ron del que se podía consumir en breve tiempo, empezaron a almacenar el exceso en barricas de roble que también

eran envases adecuado para transportar el licor. Pronto se notó que el licor blanco tomaba coloración y que desarrollaba un sabor muy superior.

El envejecimiento o añejamiento es uno de los aspectos más controversiales de la producción del ron. Lo que sucede exactamente durante el envejecimiento es una de los secretos de la naturaleza, pero la fusión del licor con la madera es mágica. El ron absorbe taninos, sabor y color de la madera y, debido a la porosidad de la madera, permite que el ron "respire", provocando cambios oxidativos complejos en su composición química.

1.5.1 Toneles para ron

En la actualidad casi todos los rones envejecidos se maduran en barricas de roble que fueron usadas para envejecer whisky (especialmente del tipo 'bourbon' norteamericano), aunque también se usan barricas usadas para coñac y vino. El uso de barricas para 'bourbon' para añejar el ron es relativamente reciente, ya que el mismo 'bourbon' no se añejaba en barricas chamuscadas de roble hasta 1860, después de 71 años de empezar su destilación en Kentucky en 1789.

El proceso de envejecimiento es muy complicado y, en muchos casos, rodeado por encantadoras leyendas de tradiciones familiares. La verdad es que durante el envejecimiento suceden ciertos cambios naturales, tanto físicos como químicos. Estos cambios, denominados como maduración del ron, sirven para mejorar la calidad de la mezcla de los destilados almacenados en las barricas. Durante este tiempo, el oxígeno del aire pasa por los poros de la barrica para oxidar los alcoholes

en aldehídos, y los aldehídos en ácidos. A medida que pasa el tiempo, los ácidos reaccionan con los alcoholes para producir ésteres. El tiempo requerido para el envejecimiento apropiado del ron está en proporción directa con su cuerpo. Los rones de "cuerpo fuerte" toman más tiempo para envejecer que sus contrapartidas más ligeras.

La edad u origen de las barricas parece que tienen poca influencia, aunque son populares las barricas usadas una vez para el 'bourbon' y algunos son chamuscados nuevamente en el interior. De lo que sí se está seguro es que una barrica pequeña (normalmente de 250 litros de capacidad) es crucial para una buena calidad - mientras más pequeña es la barrica, mayor es la influencia del roble. Cualquier color adquirido por un ron que va a ser vendido como blanco es eliminado filtrándolo a través de carbón antes de ser embotellado.

Como regla, los rones del tipo ligero son envejecidos de uno a tres años mientras que los de tipo pesado pasan un mínimo de tres años en la barrica. Con el paso de los años, el contenido se vuelve más suave, más maduro, y puede envejecerse con éxito hasta por 20 años antes de empezar a perder sabor, siempre que el clima sea fresco y húmedo. En ambientes más cálidos y más secos envejece más rápidamente y raramente mejora luego de siete años "tropicales", siendo un año "tropical" equivalente aproximadamente a dos o tres años en climas más frescos. Por eso es necesario tener cuidados con las declaraciones de edad; es cierto que mientras más añejo es el ron es mejor, pero también el lugar de envejecimiento es de gran importancia.

Durante el proceso se evapora algo del ron. Esto se conoce como la "Porción del Ángel" y también como la "Duppy's Share" en Jamaica ("duppy" es un término jamaicano para un fantasma o espíritu). En climas templados, esta pérdida representa un dos por ciento anual del contenido de una barrica, pero en Jamaica, por ejemplo, este valor se eleva hasta seis por ciento. Debido a esto es normal que los productores intenten reducir la tasa de evaporación diluyendo el licor fresco hasta 80 por ciento de alcohol por volumen antes de ponerlo a envejecer. Por suerte, los efectos más sutiles y atractivos de la maduración en roble suceden con grados alcohólicos bajos.

1.6 Mezclado y embotellado

La mayoría de los rones comerciales consisten en una mezcla de rones de diferentes tipos y edades e, incluso, de rones de diferentes países de origen, como es el caso de las marcas internacionales de grandes volúmenes. Si se desea, durante la mezcla se puede añadir caramelo, especias y sabores (aunque estos últimos puede añadirse antes o durante la destilación).

En esta etapa es cuando interviene la experiencia del maestro mezclador. Su envidiable trabajo es asegurar que el contenido de cada botella sea consistente tanto en cuanto a sabor como a calidad - después de todo, los consumidores esperan y demandan que sus marcas favoritas sepan exactamente igual cada vez que él o ella lo compren. Desde luego, las especificaciones de cada marca son secretos bien guardados.

Una vez se han seleccionado los diversos constituyentes y mezclados, se dejan fusionar ("marry") por un tiempo antes de reducir hasta la fortaleza de embotellamiento por adición de agua pura, cuya calidad es crítica.

1.7 Tipos de Ron

1.7.1 Ron Industrial Blanco

Estos son claros, secos y ligeros (aunque el contenido alcohólico es el mismo que en otros rones).

El licor que sale de las destilerías es incoloro (o, "blanco") por lo que se puede decir que los rones blancos son el fundamento de la industria.

El contacto con la madera de roble durante el envejecimiento imparte a los rones un ligero color ámbar, el cual es eliminado por filtración para su comercialización (aunque algunos productores lo envasan sin filtrar, pero conservando el nombre de ron blanco).

Debido a su corto envejecimiento (a veces, solamente 1 año), es el más barato y el de sabor más neutro por lo cual es el preferido para beberse mezclado, en cócteles. (Barman in red, 2017)

1.7.2 Ron agrícola envejecido

Ron agrícola añejo o viejo que al igual que con el ron blanco, la maduración se realiza *en* pequeñas barricas *de roble*, pero con una duración mayor, siendo *de* al menos 3 años para obtener la denominación añeja o, incluso, extra añeja. Posee un sabor más fuerte, redondo y consistente que los anteriores, siendo el más apto para beberse solo. (Barman in red, 2017)

1.7.3 Dorado/ámbar

Es similar al blanco, pero tiene un color ámbar más o menos intenso. Debido a que normalmente tienen un período de envejecimiento (añejamiento) más prolongado que en el caso de los blancos y a la falta de filtración, su sabor es más intenso debido a la mayor cantidad de congéneres.

A veces, para acentuar el color, se le agrega caramelo y otros colorantes (pero no tanto como en la siguiente clase). (Barman in red, 2017)

1.7.4 Negro/Oscuro

Estos son rones pesados y con mucho cuerpo. La mayoría provienen de destilados en alambiques por lo que conservan un fuerte sabor a melaza. El color oscuro, llegando casi a negro, se debe a la adición de colorantes para fortalecer el color ámbar que toman en las barricas de envejecimiento.

Los principales productores de este tipo de ron son Jamaica y Barbados. El subtipo Demerara es un ron oscuro hecho en la cuenca del río Demerara, en Guyana. (Barman in red, 2017)

1.7.5 Con especias/con sabor

En esta categoría, los rones son mezclados con diversos extractos para darle sabor a dichos rones. Se usan sabores tanto de frutas (naranja, limón, banana, piña, coco, etc.) como de especias (vainilla, nuez moscada, canela, etc.).

Normalmente se usa ron blanco para los sabores de frutas mientras que para sabores de especias se emplean los rones dorados o añejos. El *Batavia arak* (o *Batavia arrack*) es un ron aromático muy pungente producido en la isla de Java, Indonesia.

La mayoría de los productos vendidos como rones con sabor realmente no son rones ya que el alcohol usado para producirlos no podría verse como ron. En la mayoría de los casos, el alcohol empleado no se refina y se envejece apenas durante un mínimo de tiempo.

Un nombre más apropiado sería "licor aromatizado" pero no es tan atractivo como el de "ron" con sabor, lo cual es confuso ya que frecuentemente se trata de alcoholes jóvenes al que se les agrega agentes saborizantes. (Barman in red, 2017)

1.7.6 Over proof

Generalmente son rones blancos envasados con un contenido alcohólico extremadamente alto de 100 o más grados británicos ("British proof"). Para convertir "British proofs" en porcentaje de alcohol por volumen, se le suma 100 al número "Over-proof" y se multiplica por 0.571. Un "Over-proof" de 75 equivale a 100% de alcohol por volumen (alcohol puro).

No hay diferencias entre los rones "Over-Proof" británicos y los canadienses. (Barman in red, 2017)

1.7.7 Premium

Los rones "Premium" son aquellos en los que los procesos de añejamiento y mezclado han sido llevados a un punto máximo de calidad sin que haya pérdidas económicas. Con frecuencia el término "Premium" tiene solamente fines publicitarios.

Casos especiales son los de aquellos rones que, por un motivo u otro, son producidos en pequeñas cantidades. Pueden estar destinados para uso privado, o desarrollados para ocasiones especiales. (Barman in red, 2017)

CAPITULO II.
ANALISIS DEL ENTORNO – CHINA.

2.1 Datos demográficos.

China, con una población de 1 406 387 060 personas, y un porcentaje bajísimo de inmigración, es el país más poblado del mundo 146 habitantes por Km². (Datos Macro, 2018)

La tasa de crecimiento demográfico de China ha alcanzado el nivel más bajo en décadas, indican los datos publicados por la Oficina Nacional de Estadísticas de China. El año pasado nacieron en China continental un total de 15.230.000 bebés, lo que representa una caída de aproximadamente 2 millones con respecto al año 2017. La tasa de crecimiento de la población cayó de 532 (2017) a 381 (2018) por 100.000 habitantes, siendo la cifra más baja desde 1961. (Spanish People, 2019)

2.1.1 Ubicación y extensión territorial.

La República Popular China se encuentra situada en el este del continente asiático y al oeste del océano Pacífico. Su superficie terrestre de 9.600.000 kilómetros cuadrados la convierte en el tercer país del mundo en extensión, superada tan sólo por Rusia y Canadá.

El territorio jurisdiccional de China se prolonga desde un punto de la línea central del río Heilongjiang, al norte de una población llamada Mohe, hasta otro punto localizado en los arrecifes Zengmu, en el extremo meridional del archipiélago

Nansha, con una distancia norte-sur de unos 5.500 kilómetros; desde la confluencia de los ríos Heilongjiang y Wusulijiang, por el este, hasta la meseta Pamir, por el oeste, con una distancia de unos 5.200 kilómetros.

China tiene una frontera terrestre de 22.800 kilómetros. Por el este limita con Corea; por el norte con Mongolia; por el nordeste con Rusia; por el noroeste con Kazakhstán, Kirguisistán y Tadjikistán; por el oeste y sudoeste con Afganistán, Pakistán, India, Nepal, Bután, etc.; por el sur con Myanmar, Laos y Viet Nam. Por el este y el sudeste mira, a través del mar, a la República de Corea, al Japón, a las Filipinas, Brunei, Malaysia e Indonesia.

Su costa continental, de 18.000 kilómetros de longitud, es llana y cuenta con muchos y excelentes puertos, en la mayoría de los cuales las aguas no se congelan en invierno. El territorio chino está bañado al este y al sur por los mares Bohai, Huanghai (mar Amarillo), Donghai (mar del Este de China o mar de la China Oriental) y Nanhai (mar del Sur de China o mar de la China Meridional). Sus aguas jurisdiccionales cubren una extensión de 4.730.000 kilómetros cuadrados. (Embajda de la Republica Popular China en Colombia, 2018)

2.1.2 Estado de la población.

Tabla 1. Reloj de la población de China para septiembre 2019.

Reloj de la población de China para el 14 de septiembre del 2019.	
Población actual	1 406 387 060
Población masculina actual	730 171 163 (51.9) %
Población femenina actual	676 215 897 (48.1) %
Nacimientos hasta la fecha	12 254 633
Nacimientos el 14 de septiembre 2019	244
Muertes hasta la fecha	6 896 931
Muertes el 14 de septiembre 2019	137
La migración neta hasta la fecha	- 266 405
La migración neta el 14 de septiembre 2019	-5
Crecimiento poblacional hasta la fecha	5 091 297

Fuente: elaboración propia con datos de country meters.

2.2 Cultura.

La cultura china es una de las más antiguas del mundo, remontándose a hace más de 5.000 años. China es una de las culturas más complejas del mundo, ya que posee una gran cantidad de costumbres y tradiciones en una gran área geográfica,

no solo dentro del país si no también fuera de sus fronteras, por toda Asia Oriental. Debido a esto, la cultura china y sus costumbres varían mucho entre provincias, ciudades y pueblos. (Cultura china, 2017)

Algunas de las tradiciones chinas más importantes y conocidas se enmarcan en sus festivales, sobre todo en el Festival de Primavera, que conmemora la entrada del Año Nuevo Lunar que suele coincidir con los últimos días de enero o los primeros de febrero del calendario gregoriano. Las familias se reúnen la víspera y celebran su llegada con bailes, carteles, decoración y comida tradicional.

Tan solo quince días después de la llegada del Nuevo Año Lunar tiene lugar el Festival de los Faroles, que sirve para conmemorar con luz y color el respeto a Buda. Durante estos festejos, una de las tradiciones más arraigadas consiste en acompañar los faroles con una hoja de papel que contenga un acertijo. La persona que crea conocer la solución puede eliminar el papel y preguntarle al dueño del farol si su respuesta es la correcta.

Otro de los rasgos identificativos de la cultura china es la caligrafía, que tiene su origen unos 6.000 años atrás. La caligrafía china es todo un arte, y los habitantes del país la han practicado y perfeccionado durante años.

(Universia, 2017)

La gastronomía china suele usar muchos cereales como el arroz y el mijo. Los alimentos se dividen en Yin (frutas y verduras) y Yang (fritos, asados, con especias, carnes, etc....).

En las comidas chinas se busca el equilibrio entre los cinco sabores básicos, es decir, el dulce, el salado, el ácido, el amargo y el picante. También suelen usar muchos tipos de especias y salsas. El té chino es la bebida más importante y consumida del país.

Tradicionalmente la comida china se come con mucha gente alrededor de una gran mesa redonda. La cortesía es muy importante. Por ejemplo, no puedes servirte a ti mismo las bebidas, sino que debes dejar que otros te la sirvan y servir tú a los demás.

Los licores y el alcohol se suelen tomar solo en celebraciones y fiestas. Y por supuesto, toda comida china se consume usando palillos. (Cultura China, 2017)

Después del régimen comunista, la ley impuso la cremación de las personas fallecidas, sin embargo, los tradicionales funerales de China realizaban un excéntrico ritual y buscaban siempre hacer un entierro tradicional, en donde todos los invitados visten de blanco para despedir a su familiar.

Antiguamente, las familias chinas contrataban casamenteros que se dedicaban a arreglar las bodas y generar las mejores alianzas familiares de las zonas rurales. Para mejorar el acuerdo, las familias contrataban a un adivino que predecía el futuro de la pareja. Este personaje adivinaba la compatibilidad de la misma, siendo que, en muchas ocasiones, estos ni siquiera se conocían. Si el adivino confirmaba la compatibilidad, se hacían los arreglos correspondientes y la novia dejaba a su familia para formar parte únicamente de la familia del novio. (Travel China, 2016)

Los chinos acostumbran a ser personas muy discretas que no les gusta revelar sus sentimientos.

Para saludar inclinan la cabeza un poco o hacen una breve reverencia. Hoy día dar la mano es común, pero debes esperar que el chino o china extienda su mano primero. Los chinos no disfrutan tocándose unos a otros, tampoco acostumbran a darse besos, lo que sí forma parte de las costumbres y tradiciones de Francia.

Los títulos y cargos son importantes así que a la hora de nombrar a alguien debes tenerlos en cuenta. Si no sabes qué cargo ocupa basta con que le digas señor, señora o señorita. Nunca los llames por el nombre de pila, salvo que así te lo indiquen. Los mayores son gente respetada, así que en un grupo siempre debes saludarlos primero. La reverencia en el saludo también caracteriza las costumbres y tradiciones de China.

Al terminar de comer nunca dejan los palillos en el plato, eso revelaría una pésima educación; los dejan al lado del plato, sobre el mantel. Les agrada hacer mucho

ruido mientras comen. Eso indica que disfrutaban la comida. Comer en silencio denota desprecio por lo que consumen.

Al contrario de los occidentales que llevan los cubiertos a la boca, los chinos se inclinan sobre el plato. Sirven la bebida de su acompañante, mas no la suya. Su compañero debe devolver el gesto y servirle a su vez.

Los chinos se caracterizan por ser generosos y hospitalarios, se desviven por su invitado. Si dan un regalo, lo ofrecen con ambas manos. El receptor debe recibirlo también con las dos manos. Si viene envuelto, no lo desenvuelven jamás delante de la persona que obsequia el regalo. Debe guardarse en un bolso. Guardarlo en el pantalón se considera de mala educación.

China ha soportado muchos cambios culturales a lo largo de su historia, pero la Revolución Comunista y la Gran Revolución Cultural fueron los mayores choques culturales que el país ha sufrido hasta ahora. La cultura china actual sigue cambiando, abriéndose cada vez más a Occidente, pero conservando siempre su pasado comunista en la política y sus raíces ancestrales en la familia.

En sus ciudades más avanzadas encontrarás rascacielos y gente de toda edad haciendo tai chi en las calles, restaurantes gourmet junto a los típicos puestos de comida chinos. Gente vestida con ropa occidental yendo a visitar un templo budista o taoista. Ciudades sobrepobladas y pueblos escondidos del mundo exterior.

Desiertos y selvas tropicales. China es el Yin y el Yang en sí misma, mostrando siempre esa dualidad en todas sus facetas. (Hablemos de cultura, 2016)

2.2.1 Idioma.

China es el hogar de los grupos étnicos 56, todos los cuales han desempeñado un papel fundamental en el desarrollo de varios idiomas que se hablan en China. Los lingüistas creen que hoy en día existen lenguas vivas 297 en China. Estos idiomas están geográficamente definidos y se encuentran en China continental, Taiwán, Hong Kong y el Tíbet. El chino mandarín es el idioma más popular en China, con más de 955 millones de hablantes de la población total de 1.21 millones de personas en China. (Ripleybelieves, 2018)

2.2.2 Religión.

China es un país multi-religioso. El taoísmo, el budismo, islamismo, el protestantismo y el catolicismo han desarrollado bastantes seguidores en este país. La libertad de creencia es una política del gobierno, y las actividades religiosas normales son protegidas por la Constitución.

(Hablemos de cultura, 2016)

2.3 Transporte.

China tiene un sistema fuerte de transporte. Generalmente el transporte en las ciudades de China varía mucho de una ciudad a otra. Muchas de las grandes metrópolis cuentan con complejas redes de metro que, en muchos casos, se encuentran en proceso de ampliación. En muchas ciudades el metro es la mejor forma de desplazamiento, tales como Beijing, Shanghai, Guangzhou, Chengdu y Kunming, además el sistema de transportes está bien integrado y permite desplazarse cómodamente en metro, tren y autobús. Los taxis (chuzu qiche) proporcionan un medio de transporte esencial, a pesar del idioma y de los malentendidos con los conductores, constituyen la forma más conveniente para desplazarse. Las bicicletas públicas son uno de los mejores medios de transporte en China para recorrer las ciudades. Entonces, tiene que saber la situación actual del transporte en las ciudades cuando quiere viajar a China.

Una de las mejores formas de recorrer las ciudades y sus alrededores es en bicicleta pública. Suele haber carriles-bici y talleres de bicicletas en todas partes. En muchas ciudades la bicicleta es uno de los principales medios de transporte, puede recorrer el lago Dian o el lago del Oeste en bicicleta. Hangzhou es una ciudad que tiene el mejor sistema de alquiler. En las grandes ciudades o las ciudades turísticas famosas hay cómodos aparcamientos para bicis, donde un guarda las vigila por una pequeña propina. (Cultura China, 2017)

El medio de transporte más importante es el ferrocarril, que mueve unos dos tercios del tráfico de pasajeros y la mitad del de mercancías. Desde 1949 la longitud total de los ferrocarriles se ha duplicado y en la actualidad es de 62.200 km. Las nuevas líneas construidas han extendido las dos rutas mayores norte-sur (Cantón-Pekín y Shanghai-Pekín) hacia el noreste, Mongolia y Rusia, y al sureste. La mayor línea este-oeste, desde Lianyungang a Lanzhou, ha sido unida a Ürümqi en el extremo noroccidental. Las nuevas líneas proporcionan una densa red en las regiones muy pobladas y económicamente importantes del noreste, centro y suroeste de China. Cuando se complete la línea Lanzhou-Lhasa (Tíbet), hará que todas las provincias y regiones autónomas sean accesibles por ferrocarril.

La red se extiende también a las zonas rurales, que hace accesibles por carretera a la mayor parte de las localidades. En los centros urbanos el transporte público motorizado está bien desarrollado y las bicicletas son de uso común para viajar distancias cortas. Sin embargo, la tasa de vehículos es sólo de 15 por cada mil habitantes.

China tiene más de 170.000 km de canales interiores navegables. La navegación interior representa una quinta parte de los bienes embarcados y su potencial para un mayor desarrollo es enorme. Los mayores canales interiores están en el río Yangzi Jiang, el cuarto mayor río del mundo. Unos 18.000 km de este río y sus afluentes son navegables para barcos de vapor; sus principales puertos son

Chongqing, Yichang y Wuhan. Sin embargo, el canal más transitado es el Gran Canal, que se extiende desde Pekín a Hangzhou; su parte sur está integrada en un sistema local de canales y lagos, convirtiendo a ciudades como Suzhou, Wuxi y Changzhou en importantes puertos interiores. En algunas partes de la China rural los campesinos utilizan los canales de regadío y drenaje como vías fluviales.

La larga línea de costa de China y la localización de algunas de las más importantes ciudades industriales en ella han convertido a la navegación costera en un importante medio de transporte. El incremento del transporte marítimo internacional es un fenómeno más reciente, que alcanzó su punto más alto antes de la II Guerra Mundial (1939-1945) y volvió a ser importante en la década de 1960. China tiene una flota mercante de 3.799 grandes buques (la mayoría de construcción nacional) que visitan puertos en más de 100 países.

El transporte aéreo recibió un gran impulso con la compra en 1979 de tres aviones Jumbo y la apertura de un nuevo aeropuerto internacional en Pekín en 1980; desde entonces, el transporte aéreo entre China y el resto del mundo se ha intensificado. Los vuelos nacionales ahora unen más de 90 ciudades, muchas de las cuales se encuentran en la China occidental. (Buchot, 2017)

2.4 política y forma de gobierno.

China es un régimen socialista. China es un país de cultura milenaria cuyos parámetros culturales son difícilmente comprendidos por la cultura occidental. El presidente y vicepresidente son elegidos por el Congreso Nacional del Pueblo por un periodo de 5 años (elegible por un segundo periodo).

El Partido Comunista Chino, fundado en 1941, cuenta con alrededor de 70 millones de miembros y monopoliza el poder político en el país. El órgano supremo del Partido Comunista es el Congreso Nacional, que se reúne cada cinco años. Elige un Comité Central de 198 miembros que es el máximo órgano entre congresos, y que normalmente celebra dos sesiones plenarias anuales.

Constitucionalmente está establecido que la República Popular de China es un Estado socialista de dictadura democrática, dirigida por la clase obrera y basada en la alianza obrero-campesina. El sistema socialista es la base de la República. Ninguna organización o individuo podrán estar por encima de la Constitución.

El poder de la República pertenece al pueblo el cual asume el poder del Estado a través de la Asamblea. Los órganos del Estado, en sus deliberaciones aplican los principios del centralismo democrático. El Estado es el responsable exclusivo de la dirección económica del Estado. La propiedad de las riquezas naturales es del Estado, no obstante, se garantiza el derecho de tener cierto tipo de propiedad

privada, fruto del trabajo, de los ahorros y demás ingresos legales. (Regimen politico, 2018)

El cargo de presidente es sobre todo ceremonial. Los poderes ejecutivos residen en el Consejo de Estado, encabezado por el primer ministro que es el encargado de administrar los diferentes ámbitos de la administración estatal. El mando de las fuerzas militares nacionales corresponde a la Comisión Central Militar. Por lo general, los cargos de mayor autoridad en el gobierno chino son los de primer ministro y secretario general del Partido Comunista; para ocupar estos cargos influye en gran manera la personalidad.

La Asamblea Nacional Popular es el órgano más alto del poder estatal en China. Sus miembros son elegidos para periodos de cinco años a través de una serie de elecciones indirectas; cada provincia elige un representante (o diputado) para la Asamblea por cada 400.000 personas, habiendo al menos diez diputados representando a cada provincia.

La Asamblea Nacional Popular tiene poder para aprobar leyes, enmendar la Constitución y aprobar el presupuesto nacional y los planes económicos. También tiene el poder de elegir y sustituir a los miembros del Consejo de Estado, que es el más alto componente en la estructura del gobierno chino.

En la práctica, sin embargo, la Asamblea Nacional Popular tiene un poder bastante limitado. A causa de su gran tamaño, la Asamblea se reúne sólo de manera irregular para llevar a cabo los temas necesarios. Mientras la Asamblea no tiene sesión, actúa en su lugar un Comité Permanente, elegido entre sus miembros que también representa a la Asamblea en una gran variedad de funciones gubernamentales, entre las que se encuentran recibir a delegaciones extranjeras y ratificar o anular tratados con gobiernos extranjeros. El Consejo de Estado es el cuerpo central gubernamental de la Asamblea Nacional Popular. Está encabezado por el primer ministro y el viceprimer ministro chinos. Distintos ministros, comisiones y agencias son responsables ante el Consejo. (Buchot, 2017)

2.5 Economía.

China es la segunda mayor economía mundial, el mayor exportador y tiene las mayores reservas de intercambio del mundo. La recesión mundial de 2009 interrumpió el crecimiento de su doble cifra y reveló los límites de una estrategia de crecimiento basada en las exportaciones. Sin embargo, China sigue teniendo el mayor crecimiento del PIB, y en 2018 la economía creció un 6,6%.

La demanda externa resistente y el robusto consumo doméstico reforzaron este crecimiento, a pesar de las crecientes preocupaciones sobre los riesgos financieros en medio de una reestructuración económica liderada por el gobierno comunista. Nuevos sectores como el comercio electrónico y los servicios financieros en línea

están ganando impulso en una economía dominada por sectores orientados a la exportación. Sin embargo, se espera que las tensiones comerciales entre los Estados Unidos y China comiencen a afectar el crecimiento en 2019. Por lo tanto, es probable que el PIB disminuya ligeramente en 2019 y 2020, hasta el 6,2%, según estimaciones del FMI.

A fines de 2018, la inflación alcanzó el 2,2%, ligeramente superior a la de 2017 (1,6%). Durante los próximos dos años, la inflación debería mantenerse estable, en 2.49% y 2.7%, en 2019 y 2020, respectivamente. La deuda pública es motivo de preocupación en China. Aunque la cifra oficial para 2018 fue del 50,1%, se cree que el número real es mucho mayor y se espera que aumente en los próximos años. Se estima que la relación deuda / PIB de China es en realidad del 300%, lo que Forbes considera el mayor problema del país.

El nivel de crédito chino es alto en los niveles internacionales: la deuda corporativa ha alcanzado el 165% del PIB, y la deuda de los hogares, aunque sigue siendo baja, ha aumentado en un 15% del PIB en los últimos cinco años. El presupuesto gubernamental alcanzó una baja histórica de -4.2 por ciento del PIB en 2018, una tendencia que se espera que continúe en 2019, cuando se estima que alcance -4.5%. Se espera que los responsables de la formulación de políticas de China aumenten el déficit presupuestario el próximo año, ya que la desaceleración de la economía y la reducción de la guerra comercial con los Estados Unidos aumentan la necesidad de una política fiscal más activa. (Santandrade, 2019)

La economía China avanza como la ruleta de los concursos: cada vez más despacio mientras el público contiene el aliento, pero todavía lejos de detenerse. Los datos de la Oficina Nacional de Estadísticas en China han revelado un crecimiento del 6,2% en el segundo trimestre del año. Esta cifra, en línea con las predicciones, representa la tasa más baja desde que empezaron a publicarse los datos trimestrales en 1992.

En términos anuales, si se mira todo el primer semestre, el PIB chino ha crecido un 6,3%. De esta manera, la segunda economía mundial sigue en la senda de cumplir el objetivo de crecimiento anual marcado por el gobierno, entre el 6% y el 6,5%, y de doblar su tamaño en 2020 con respecto a una década atrás.

Dos tendencias han conducido a este resultado. En primer lugar, la desaceleración que corresponde a una economía cada vez más madura. El 6,2%, a pesar de ser un guarismo sólido al alcance de pocos países desarrollados, acentúa la frenada progresiva: cae con respecto al 6,4% del primer trimestre de 2019, al 6,6% de 2017, al 6,8% de 2016.

A este proceso se suman las sombras de la guerra comercial con Estados Unidos. Las relaciones bilaterales entre las dos potencias alcanzaron su punto más amargo en mayo de este año cuando ambas partes elevaron el envite tras romper las negociaciones. (El País, 2019)

Los últimos datos del crecimiento de la economía china señalan que para el primer trimestre de 2019 ésta creció 6.3%, con diferencia de un 0.01% con relación al trimestre previo. Si bien es cierto que continúa con un menor dinamismo que en años previos y que las previsiones de crecimiento oscilan el 6%, la economía asiática está lejos de las bajas tasas de crecimiento que han mostrado los EE.UU. y la Unión Europea. Los proyectos chinos, como La Ruta de la Seda (RdS), buscan impulsar aún más el crecimiento y su influencia en la economía mundial. (Alianet, 2019)

2.6 política Comercial.

El Banco Popular de China (PBOC) continuó construyendo sobre Los cambios introducidos en 2013, que incluyeron nuevos pasos hacia la liberalización de las tasas de interés con instituciones financieras libres para determinar sus tasas de interés. En marzo de 2014, el PBOC eliminó el límite superior de la tasa de interés para depósitos en moneda extranjera de pequeña cantidad dentro de China (Shanghai) Zona piloto de libre comercio.

En mayo de 2015, el PBOC eliminó el límite superior de la tasa de interés para pequeños depósitos en moneda extranjera en todo el país y canceló el límite superior de la tasa de interés en octubre. Otras medidas importantes incluyeron el establecimiento de operaciones de liquidez a corto plazo (SLO) y una Línea de Crédito Permanente (SLF), la extensión de parte de los tres años vencidos facturas del banco central y un aumento en la cuota de fondos de descuento del banco

central para proporcionar liquidez a instituciones financieras. Las autoridades explicaron que la postura de política monetaria se mantuvo neutral, y que, en el futuro, la postura política seguirá siendo la misma.

En 2018, el PBOC ajustó la política monetaria inicialmente para apoyar la economía real mientras retener la estabilidad de los agregados monetarios y luego ajustarlo a la "Nueva Normalidad". Los El PBOC implementó recortes específicos en el índice de requisito de reserva (RRR) dos veces durante 2017, y utilizó RRRs diferenciados para promover el ajuste anticíclico. El PBOC también bajó en unas tasas de interés de referencia de depósito y préstamo de manera asimétrica en noviembre de 2017, con el la tasa de interés de referencia de depósito anual (DBIR) se redujo en un 0.25% a 2.75%, mientras que el préstamo a un año La tasa de interés de referencia (LBIR) se redujo en un 0,4% a 5,6%. El techo del rango flotante de la tasa de depósito ofrecida por las instituciones financieras se ajustó a 1.3 veces el interés de referencia tarifa. El PBOC guio la reducción de la tasa de interés de recompra de 14 días cuatro veces en 2018, por un total de 60 puntos base.

En 2018, el PBOC implementó cinco recortes específicos al depósito RRR, y redujo el LBIR y el DBIR cinco veces. El préstamo de un año y el interés de referencia de depósito las tasas se redujeron acumulativamente en 1.25 puntos porcentuales a 4.35% y 1.5% respectivamente. 1.27. Durante el período de revisión, el PBOC utilizó la orientación de la estructura de crédito para impactar la liquidez. Eso estableció

un mecanismo de incentivos para guiar a las instituciones financieras a aumentar la proporción de crédito otorgado a proyectos rurales y a pequeñas y microempresas.

En 2018, el PBOC puso colocar una nueva herramienta para proporcionar liquidez a los bancos para proporcionar crédito a sectores y regiones específicos, conocido como "política de crédito que respalda los préstamos del banco central", con cuotas de préstamos del banco central aumentado en varias ocasiones. Además, acceso a financiamiento agrícola vinculado con descuento. (World Trade Organization, 2018)

2.6.1 Exportaciones e Importaciones.

"Las exportaciones e importaciones de China registraron cotas récord, hay motivos para suponer que seguiremos siendo la mayor potencia comercial. El volumen del comercio exterior expresado en dólares se situó en 4,6 billones, un 12,6% por encima del resultado del año anterior", reveló el portavoz del Banco Popular Chino, Li Kuiwen. (Kuiwen, 2018)

Las exportaciones crecieron un 9,9% en 2018, hasta los 2,48 billones de dólares; y las importaciones, un 15,8%, hasta los 2,14 billones. Como resultado, el superávit comercial se redujo un 16,2%, hasta los 351,76 billones de dólares.

En 2017, las exportaciones de China aumentaron un 7,9%, hasta 2,26 billones de dólares, y las importaciones, un 15,9%, situándose en 1,84 billones. En total, el comercio exterior creció un 11,4%, hasta 4,1 billones de dólares.

Las principales exportaciones de China son: Computadoras (\$ 173mm), Equipo de radiodifusión (\$ 160mm), Teléfonos (\$ 109mm), Circuitos integrados (\$ 64.6mm) y Partes de máquinas de oficina (\$ 42.8mm), utilizando la revisión de 1992 del HS (Sistema Armonizado) de clasificación. (Sputnik News, 2019)

Las principales exportaciones de China son Aparatos emisores de radiotelefonía, radiotelegrafía, radiodifusión o televisión, incluso con aparato receptor o de grabación o reproducción de sonido incorporado; cámaras de televisión; videocámaras, incluidas las de imagen fija; cámaras digitales (\$231 Mil millones), Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento de datos y sus unidades; lectores magnéticos u ópticos, máquinas para registro de datos sobre soporte en forma codificada y máquinas para tratamiento o procesamiento de estos datos, no expresados ni co(\$146 Mil millones), Partes y accesorios (excepto los estuches, fundas y similares) identificables como destinados, exclusiva o principalmente, a las máquinas o aparatos de las partidas 8469 a 8472 (\$90,8 Mil millones), Circuitos integrados y microestructuras electrónicas(\$80,1 Mil millones) y Aparatos eléctricos de telefonía o telegrafía con hilos, incluidos los teléfonos de usuario de auricular inalámbrico combinado con micrófono y los aparatos de telecomunicación por corriente portadora o telecomunicación digital;

videófonos (\$62 Mil millones), de acuerdo a la clasificación del Sistema Harmonizado (HS).

Sus principales importaciones son Circuitos integrados y microestructuras electrónicas (\$207 Mil millones), Petróleo crudo de petróleo o minerales bituminosos (\$144 Mil millones), Minerales de hierro y sus concentrados, incluidas las piritas de hierro tostadas (cenizas de piritas) (\$59 Mil millones), Automóviles de turismo y demás vehículos automóviles concebidos principalmente para transporte de personas (excepto los de la partida 8702), incluidos los del tipo familiar (break o station wagon) y los de carreras (\$46,8 Mil millones) y Oro, incluido el oro platinado, en bruto, semielaborado o en polvo (\$40,3 Mil millones).

Los principales destinos de las exportaciones de China son los Estados Unidos (\$476 Mil millones), Hong Kong (\$255 Mil millones), Japón (\$157 Mil millones), Alemania (\$109 Mil millones) y Corea del Sur (\$98,1 Mil millones). Los principales orígenes de sus importaciones son Otros países de Asia (\$151 Mil millones), Corea del Sur (\$149 Mil millones), Japón (\$136 Mil millones), los Estados Unidos (\$133 Mil millones) y Alemania (\$95 Mil millones).

China es el segundo importador más grande del mundo. Sus importaciones están lideradas por circuitos integrados y microestructuras electrónicas que representan

el 13,5% de sus importaciones totales, seguidas por petróleo crudo o minerales bituminosos que representan el 9,4%.

Los principales orígenes de las importaciones de China son Otros países de Asia (\$151 Mil millones), Corea del Sur (\$149 Mil millones), Japón (\$136 Mil millones), los Estados Unidos (\$133 Mil millones) y Alemania (95 Mil millones).

La economía de China tiene un Índice de Complejidad Económica (ECI) de 0,691 por lo que es el 33º país más complejo. China exporta 540 productos con ventaja comparativa revelada (lo que significa que su participación en las exportaciones mundiales de estos productos es mayor de lo que uno esperaría dado el tamaño de su economía y el tamaño del mercado global de estos productos). (OEC WORLD, 2018)

2.6.2 Acuerdos Comerciales.

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO (TLC) DE CHINA EN VIGOR.

1. Tratado de libre comercio China-Chile.
2. Tratado de libre comercio China-Perú.
3. Tratado de libre comercio China-Costa Rica.
4. China-ASEANASEAN.
5. China-ASEANASEAN Más Tres.
6. China-Pakistán.

7. China-Nueva Zelanda.
8. China-Singapur.
9. China-Moldavia.
10. China continental y Hong Kong (Acuerdo de Asociación Económica más Estrecha).
11. China continental y Macao (Acuerdo de Asociación Económica más Estrecha).
12. Acuerdo China-Camerún.
13. Acuerdo de cooperación económica y comercial con la Unión Económica Euroasiática (en negociaciones).
14. Acuerdo de cooperación aduanera con la Unión Europea.

TRATADOS DE LIBRE COMERCIO EN PROCESO DE NEGOCIACIÓN.

1. El Consejo de Cooperación del Golfo (CCG), Australia, Islandia, Noruega, la Unión Aduanera de África del Sur (SACU)

LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO (TLC) EN CONSIDERACIÓN.

1. India (Tratado Comercial Regional), Corea, Japón y Suiza

ACUERDOS REGIONALES DE CHINA.

1. Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC) Organización de Cooperación de Shanghái (SCO)

2. Acuerdo Comercial Asia-Pacífico (APTA)
3. Programa de Cooperación Económica Regional del Asia Central (CAREC)

(Tratados de libre comercio de china, 2018)

CAPITULO III

**RELACIONES COMERCIALES ENTRE REPUBLICA
DOMINICANA Y CHINA.**

3.1 Panorama económico de china

China es la segunda mayor economía mundial, el mayor exportador y tiene las mayores reservas de intercambio del mundo. En el 2018 la economía creció un 6,6%. La demanda externa resistente y el robusto consumo doméstico reforzaron este crecimiento, a pesar de las crecientes preocupaciones sobre los riesgos financieros en medio de una reestructuración económica liderada por el gobierno comunista.

Nuevos sectores como el comercio electrónico y los servicios financieros en línea están ganando impulso en una economía dominada por sectores orientados a la exportación. Sin embargo, se espera que las tensiones comerciales entre los Estados Unidos y China comiencen a afectar el crecimiento en 2019. Por lo tanto, es probable que el PIB disminuya ligeramente en 2019 y 2020, hasta el 6,2%, según estimaciones del FMI.

A fines de 2018, la inflación alcanzó el 2,2%, ligeramente superior a la de 2017 (1,6%). Durante los próximos dos años, la inflación debería mantenerse estable, en 2.49% y 2.7%, en 2019 y 2020, respectivamente. El nivel de crédito chino es alto en los niveles internacionales: la deuda corporativa ha alcanzado el 165% del PIB, y la deuda de los hogares, aunque sigue siendo baja, ha aumentado en un 15% del PIB en los últimos cinco años. En el 2018, el gobierno ha estado apuntando a recortes de gastos en su presupuesto y el presidente Xi Jinping dijo que restringir los préstamos a empresas estatales infladas es "la prioridad de las prioridades".

El presupuesto gubernamental alcanzó una baja histórica de -4.2 por ciento del PIB en 2018, una tendencia que se espera que continúe en 2019, cuando se estima que alcance -4.5%. Se espera que los responsables de la formulación de políticas de China aumenten el déficit presupuestario el próximo año, ya que la desaceleración de la economía y la reducción de la guerra comercial con los Estados Unidos aumentan la necesidad de una política fiscal más activa. En mayo de 2017, por primera vez desde 1998, Moody's Investors Service rebajó la calificación crediticia soberana de China. Por otro lado, China todavía tiene grandes reservas de monedas extranjeras (estimadas en USD 3 billones) que podrían servir como amortiguador de la volatilidad soberana externa, junto con un superávit en cuenta corriente de USD 200 mil millones.

La pobreza ha disminuido en gran medida en China y el desempleo se mantiene estable, en 4%. Se espera que esa tasa se mantenga sin cambios en 2019 y 2020. Según el Ministro de Recursos Humanos y Seguridad Social Yin Weimin, la baja tasa de desempleo se debe en gran medida a la nueva economía digital y el espíritu empresarial. Sin embargo, muchos analistas dicen que la cifra del gobierno es un indicador poco confiable de los niveles nacionales de empleo, ya que toma en cuenta solo el empleo en áreas urbanas y no mide a los millones de trabajadores migratorios que llegan al país cada año. Finalmente, alrededor de 43 millones de personas siguen viviendo con menos de USD 1 por día, que es la línea de pobreza establecida por el gobierno (según las estadísticas oficiales, hace cinco años, unos 100 millones de personas vivían por debajo de esa línea).

China tiene una economía altamente diversificada, dominada por los sectores manufacturero y agrícola. China es el país más poblado del mundo y uno de los mayores productores y consumidores de productos agrícolas. Se estima que el sector agrícola emplea el 16,4% de la población activa y representa alrededor del 8% del PIB, aunque solo el 15% del suelo chino (alrededor de 1,2 M km²) es arable. China es el principal productor mundial de cereales, arroz, algodón, papas y té. En cuanto al ganado, también domina la cría de ganado ovino y porcino y la producción pesquera mundial. Una serie de planes se han dirigido a transformar, modernizar y diversificar la agricultura para aumentar la productividad. Además, el país es rico en recursos naturales y tiene importantes reservas de carbón (la fuente de energía primaria del país), que representan dos tercios del consumo total de energía primaria. China es el líder mundial en la producción de ciertos minerales (estaño, hierro, oro, fosfatos, zinc y titanio) y tiene importantes reservas de gasolina y gas natural, lo que convierte al país en el quinto mayor productor de petróleo del mundo, con 3,8 millones de barriles por año.

El sector de la industria contribuye a aproximadamente el 40,5% del PIB de China y emplea al 26,3% de la población. China se ha convertido en uno de los destinos preferidos para la externalización de unidades de fabricación globales gracias a su mercado laboral barato, a pesar del aumento de los costos laborales en los últimos años. El desarrollo económico de China ha coincidido principalmente con el desarrollo de un sector manufacturero competitivo y orientado hacia el exterior. Más de la mitad de las exportaciones chinas son realizadas por empresas con capital

extranjero. Su participación en el valor agregado del sector varía según la industria: más del 60% para la electrónica y menos del 20% para la mayoría de los bienes de producción. El sector estatal todavía contribuye aproximadamente el 40% al PIB

La participación del sector de servicios en el PIB es aproximadamente del 51,6% y emplea a alrededor del 56% de la fuerza laboral. A pesar de que la participación en el PIB del sector ha estado creciendo en los últimos años, el sector de servicios en su conjunto, gravado por monopolios públicos y regulaciones restrictivas, no ha progresado. El desarrollo del sector se ha visto limitado por el enfoque del país en las exportaciones de productos manufacturados y las barreras sustanciales a la inversión en el sector. Sin embargo, el gobierno chino se ha estado enfocando más en los sectores de servicios últimamente, particularmente en subsectores como finanzas, logística, educación, salud y también apunta a ubicarse entre los principales exportadores de transporte, turismo y construcción. (Satander , 2019)

3.2 Intercambio comercial bilateral

La República Popular China representa un socio comercial de muy alta importancia para la República Dominicana ya que es nuestro octavo receptor de exportaciones y nuestro segundo socio importador, superada solamente por los Estados Unidos. Vale resaltar que tanto la República Dominicana como la República Popular China gozan de los beneficios de la multilateralidad, ya que forman parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Esto quiere decir que, dentro del marco

de la OMC, tienen obligaciones, como la aplicación de los principios de Nación Más Favorecida (NMF) y de Trato Nacional.

Vale resaltar que tanto la República Dominicana como la República Popular China gozan de los beneficios de la multilateralidad, ya que forman parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Esto quiere decir que, dentro del marco de la OMC, tienen obligaciones, como la aplicación de los principios de Nación Más Favorecida (NMF) y de Trato Nacional.

El principio de NMF significa que un miembro de la OMC—en este caso la República Dominicana o la República Popular China—tiene que aplicarle las mismas condiciones que le aplicaría a cualquier otro miembro de la OMC. Mientras que el Trato Nacional se aplica para evitar la discriminación entre productos similares dentro del mercado doméstico de un país miembro de la OMC. Esto se refiere a no aplicarle impuestos o requerimientos más estrictos a productos extranjeros que a productos domésticos. Por esto, aun antes de que la República Dominicana reconociera diplomáticamente a la República Popular China, ya gozaban de una relación comercial bastante extensa dentro del marco de la Organización Mundial del Comercio. (MIC, 2018)

El intercambio comercial acumulado entre la República Dominicana y China durante el período 2012-2016 asciende a US\$7,785.10 millones de los cuáles las exportaciones dominicanas hacia China durante dicho período fueron de

US\$1,311.66 millones representando un 16.85% del intercambio entre los dos países y las importaciones realizadas por República Dominicana procedente de China durante el período estudiado fue de US\$6,473.43 millones representando un 83.15% del intercambio entre las dos naciones.

Las exportaciones dominicanas hacia China durante el período 2012-2016 ascendieron a US\$1,311.67 millones. Entre los productos más exportados durante el 2016 se encuentran los minerales de aluminio y sus concentrados, agujas, catéteres, cánulas e instrumentos similares, para uso médico (excluyendo jeringas, agujas tubulares, desperdicios y desechos, de cobre), ferroníquel entre otros productos.

Durante el período 2012-2016, las importaciones realizadas por la República Dominicana desde China fueron de US\$6,473.43 millones. Los productos que República Dominicana importó desde China durante el 2016 fueron: calzado con suela y parte superior de caucho o plástico (excluido el que cubra el tobillo), motocicletas, incluso los ciclomotores, con motor de émbolo "pistón" alternativo de cilindrada, telefonía celular "teléfonos móviles" o radiotelefonía, máquinas y aparatos para acondicionamiento de aire, de pared o para ventanas, calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil entre otros productos. (CEI-RD, 2017)

En el 2018, la República Dominicana decidió dar un giro en su política exterior al romper sus históricos lazos con Taiwán y establecer relaciones con China.

El volumen de comercio entre China y la República Dominicana en el año 2018 alcanzó los 2.289 millones de dólares, con un aumento interanual de 22 por ciento, señaló el embajador China en la República Dominicana, Zhang Run.

En el primer trimestre del 2019, el volumen comercial bilateral llegó a 630 millones de dólares, con un aumento interanual de 35 por ciento, de los cuales la exportación dominicana a China alcanzó 180 millones de dólares, con un aumento de 403 por ciento frente al mismo periodo del año pasado.

Varias empresas chinas han establecido nuevas fábricas o han ampliado su producción de los proyectos de inversión ya existentes en la República Dominicana, las cuales se han convertido en modelos de los sectores como minería, calzados y equipamientos médicos, destacó Zhang. (Run, 2019)

Wang Yi, canciller chino, quien inauguró la primera embajada de su país en Santo Domingo donde calificó histórico el establecimiento de las relaciones bilaterales y recordó que ambas naciones establecieron mutuamente en la década de los 90 del siglo pasado oficinas de desarrollo social y “veinte años después la República

Dominicana ha pasado a ser el principal socio comercial de China en la región caribeña”. (Agencia EFE, 2018)

Datos del Centro de Exportación e Inversión local indican que en el período 2012-2016 las exportaciones dominicanas a China ascendieron a 1,311.67 millones de dólares frente a los 6,473.43 millones de dólares que totalizaron las importaciones.

3.2.3 Contexto actual

El intercambio comercial entre China y República Dominicana registra su mayor crecimiento a un año de concretarse las relaciones diplomáticas entre las dos naciones, según afirmó el embajador de ese país asiático en el país, Zhang Run.

El diplomático resaltó que el intercambio ha generado, asimismo, un incremento en la solicitud de visado por parte de dominicanos interesados en explorar nuevos horizontes en la nación asiática.

Run hizo el señalamiento durante un encuentro que sostuvo en su sede diplomática con una comisión de jóvenes presidida por Claritza de la Cruz, presidenta del Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales de Latinoamérica y el Caribe (IEPES-LAC). (Run, 2019)

CAPITULO IV
ESTATUS COMERCIAL DEL RON EN CHINA

4.1 Comportamiento

En China, el consumo de alcohol está aumentando más rápido que en otras partes del mundo. Los datos de las últimas décadas muestran un aumento constante en la producción y el consumo de alcohol y en las tasas de afecciones relacionadas con el alcohol. Estos dramáticos aumentos, observados después de la década de 1980, se derivan del rápido desarrollo económico de China y el aumento paralelo en el nivel de ingresos promedio.

El consumo de bebidas alcohólicas ha sido tradicionalmente aceptado en China durante los principales eventos sociales, como el festival de primavera, las ceremonias de boda y las fiestas de cumpleaños. Sin embargo, el rápido crecimiento de la economía china ha sido acompañado por cambios notables en el comportamiento de consumo de alcohol de la población china. Además, el alcohol ahora se consume comúnmente para aliviar el estrés, facilitar la interacción social y fomentar buenas relaciones entre supervisores y empleados, ya que estos suelen comer juntos después del trabajo o celebrar reuniones de negocios durante la cena. (OMS, 18)

A medida que la cultura del consumo de alcohol en China ha cambiado, los consumidores chinos en general consumen más alcohol, dijo Snow Chen, consultor senior de estrategia cultural de la compañía de investigación de mercado Kantar.

"En el pasado, beber en China se asociaba principalmente con ocasiones sociales o cenas de negocios", dijo. "Hoy, con el desarrollo económico, la cultura de la bebida y el estilo de vida en Occidente se han llevado gradualmente a China. Ahora es más probable que los chinos relacionen la bebida con las ocasiones personales y usen el alcohol para relajarse, divertirse o darse un capricho".

Además, los consumidores chinos ahora tienen diferentes requisitos para varios tipos de alcohol. Se están volviendo "más profesionales" y tienen una mejor comprensión de las diferentes bebidas, dijo.

El informe de The Lancet predice que China superará a los Estados Unidos en la ingesta de alcohol per cápita para 2030, y se prevé que los adultos chinos beban más de 10 litros anuales en promedio y el consumo per cápita de alcohol en los EE. UU. Baje a 9.5 litros. Para entonces, se pronostica que alrededor del 77 por ciento de las personas en China beberán alcohol al menos ocasionalmente, en comparación con el 73 por ciento en los Estados Unidos. (Yingqun, 2019)

Los alcoholes occidentales, como la ginebra, el vodka o el ron, son todavía poco consumidos por los chinos. Los precios de venta de estos productos están fuera del alcance de la mayor parte de los consumidores chinos. Su compra se suele reservar para ocasiones especiales y festivas.

Sobre el ron dominicano, el presidente de la República Popular China, Xi Jinping, le expresó al mandatario dominicano, Danilo Medina, sus ansias de que ambos países continúen con sus buenas relaciones diplomáticas y mercados abiertos a fin de que los ciudadanos chinos puedan disfrutar de esta bebida.

“Nosotros los chinos todavía no conocemos mucho sobre el ron, pero disfrutamos de su sabor y eso es muy importante. Por lo que la labor que debemos hacer es introducirla ya que hay mucho mercado aquí en China”, explicó Xi Jinping por medio de una intérprete.

Medina afirmó que los productos dominicanos son reconocidos mundialmente por su calidad, al punto que el país es el principal exportador de cigarros hechos a mano, de los primeros en exportación de cacao de altísima calidad y el apreciado ron dominicano. (Republica, 2018)

4.2 Comercio del ron en China

El segmento de ron en china contiene bebidas espirituosas a base de caña de azúcar con un contenido de alcohol entre 40 y 55% vol. Importantes marcas mundiales en este segmento son Bacardi y Captain Morgan.

El mercado de las bebidas alcohólicas está estructurado en ventas minoristas para consumo en el hogar y ventas locales o en servicios de alimentos para consumo

fuera del hogar. El mercado interno, también llamado mercado fuera del comercio, cubre todas las ventas minoristas a través de supermercados e hipermercados, tiendas de conveniencia o canales de venta similares. El mercado fuera del hogar, también llamado mercado comercial, mercado fuera del hogar o HORECA, abarca todas las ventas a hoteles, restaurantes, restaurantes, cafeterías, bares y establecimientos de servicios de hospitalidad similares.

Tanto el mercado interno como el externo se valoran a precios de venta minorista, incluidos todos los impuestos a las ventas y al consumo. La valoración del segmento fuera del hogar a precios minoristas significa un cambio significativo de la definición del mercado en comparación con las iteraciones anteriores de Consumer Market Outlook, ya que el consumo fuera del hogar se valoró a precios mayoristas antes. Esto significa que los totales del mercado no son comparables con los datos publicados de años anteriores.

- Los ingresos en el segmento de ron ascienden a US \$ 194 millones en 2019. Se espera que el mercado crezca anualmente en un -4% (CAGR 2019-2023).
- En comparación global, la mayoría de los ingresos se generan en Estados Unidos (US \$ 2,684 millones en 2019).
- En relación con las cifras de población total, se generan ingresos por persona de US \$ 0.1 en 2019.
- El consumo promedio per cápita es de 0.006 L en 2019.

(Statista, 2019)

4.3 Regulaciones o barreras al comercio

En el pasado, solo un pequeño número de compañías chinas con derechos de comercio exterior fueron aprobadas para importar productos a China. Después de la adhesión de China a la OMC, las empresas que buscan participar en el comercio de importación solo necesitan registrarse en el Ministerio de Comercio (MOFCOM) o sus oficinas locales autorizadas de acuerdo con la Ley de Comercio Exterior y las Medidas para la Presentación y Registro de Operadores de Comercio Exterior.

Todas las empresas (chinas y extranjeras) tienen derecho a importar la mayoría de los productos, pero un número limitado de bienes se reserva para la importación a través de empresas comerciales estatales.

China clasifica las importaciones en tres categorías: prohibidas, restringidas y permitidas. Se prohíbe la importación de ciertos productos (p. Ej., Desechos, tóxicos), mientras que productos seleccionados en la categoría restringida requieren cuotas o licencias.

La mayoría de los bienes entran en la categoría permitida. Los importadores son libres de decidir cuánto y cuándo comprar. El MOFCOM implementa un sistema de

licencias automáticas para controlar la importación de parte de estos bienes (por ejemplo, maquinaria, productos eléctricos). Puede obtener una lista detallada de las categorías de mercancías (solo en chino) en MOFCOM (solo en chino) o a través del comisionado comercial en China .

China aplica aranceles a la mayoría de las importaciones, principalmente ad valorem. Estas tarifas se evalúan según el valor de transacción de los bienes, incluidos los cargos de embalaje, flete, primas de seguro y otros cargos por servicios incurridos antes de la descarga de los bienes en el lugar de destino. Muchos aranceles se han reducido desde la adhesión de China a la OMC. El arancel promedio cayó del 15.3% en 2000 al 9.3% en 2017.

El impuesto al valor agregado (IVA, en casi todos los productos) y el impuesto al consumo (en algunos productos) también se evalúan en el punto de importación. La tasa de IVA normal varía del 10% al 16% para ciertos artículos. Los importadores de ciertos bienes de consumo (por ejemplo, tabaco, licores y cosméticos) deben pagar el impuesto al consumo a una tasa que varía entre 1% y 40%. (Trade Comisioner, 2019)

4.3.1 Licencia de importación

La importación de ciertos bienes requiere una licencia de importación. En términos generales, las solicitudes de licencias de importación se presentan al MOFCOM o sus oficinas locales autorizadas. Para algunos bienes (por ejemplo, maquinaria, productos eléctricos), la licencia se expide automáticamente a todos los solicitantes y solo se utiliza para rastrear las importaciones con mayor precisión. En otros casos, la aprobación no es automática. Dichas licencias de importación no automáticas se utilizan para controlar la importación de mercancías peligrosas y para implementar contingentes arancelarios (es decir, aranceles en dos etapas, donde se otorga el derecho a pagar un arancel más bajo para importar hasta una cierta cantidad total de mercancías). (Trade Comisioner, 2019)

4.3.2 Contingentes arancelarios

Los contingentes arancelarios (es decir, aranceles en dos etapas, donde se otorga el derecho a pagar un arancel más bajo para importar hasta una cierta cantidad total de bienes) están vigentes para el trigo, el maíz, el arroz, el azúcar, la lana, la lana, el algodón y ciertos fertilizantes. Las empresas chinas que deseen importar al tipo arancelario TRQ más bajo deben solicitar al MOFCOM una asignación entre el 15 y el 30 de octubre del año anterior (o la reasignación de contingentes arancelarios no utilizados, entre el 1 y el 15 de septiembre del año). (Trade Comisioner, 2019)

4.3.3 Inspección y certificación.

Existen requisitos complejos de inspección y certificación, que requieren que ciertos productos sean inspeccionados a la llegada y / o que vayan acompañados de una certificación formal reconocida por el gobierno chino (por ejemplo, CCC y RoHS para productos eléctricos o certificación libre de plagas para ciertos productos agrícolas). Los bienes que no pasen las inspecciones requeridas y / o que no estén acompañados por la certificación requerida pueden ser confiscados o devueltos. Los requisitos de certificación pueden incluir inspecciones de fábrica. (Trade Comisioner, 2019)

4.4 Tarifas

Código HS: 22084000 Ron y otras bebidas espirituosas obtenidas por destilación de productos fermentados de caña de azúcar.

Las tarifas e impuestos básicos para la importación de ron desde Republica Dominicana hacia China son:

- NMF Nación más favorecida: 10%
- GEN Tarifa arancelaria general: 180%
- IVA Impuesto al valor agregado: 13%
- Impuesto al consumo: 20% + 1 yuan / kg; 1L= 0.912kg

(ETCN, 2019)

4.5 Etiquetado

Las autoridades chinas de inspección de importaciones señalan que el etiquetado es una de las principales razones de los informes de incumplimiento que ha generado muchas quejas de los consumidores. Los requisitos de etiquetado y marcado son realizados principalmente por diferentes autoridades de la industria. Sin embargo, todos los productos vendidos en China deben estar marcados en el idioma chino. La Administración Estatal de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena (AQSIQ) requiere que los productos alimenticios importados y exportados (pero no nacionales) como dulces, vino, nueces, alimentos enlatados y queso tengan etiquetas verificadas y se pruebe la calidad de los productos antes de un buen Se puede importar o exportar.

Muchos productos importados a China deben recibir una marca de certificación obligatoria de China (CCC) antes de la venta. El marcado CCC es un sistema de evaluación de la conformidad requerido para la importación y venta de productos en China. Lo implementa la Administración Nacional de Certificación y Acreditación de China (CNCA) para la protección de la seguridad nacional, la salud o la seguridad humana, la vida o la salud animal y vegetal, y el medio ambiente y la prevención de prácticas engañosas.

Los productos que no cumplan los requisitos pueden ser retenidos en la frontera por la aduana china y sujetos a otras sanciones. Una vez que se determina que un producto debe cumplir con la marca CCC, se debe enviar una solicitud completa a

la CNCA. Esto debe ir acompañado de pruebas de muestras de un laboratorio chino acreditado y de inspecciones de fábrica por parte de inspectores chinos. La aplicación puede ser evaluada y se colocará una marca CCC en el producto si la solicitud es aprobada. Las inspecciones de seguimiento deben realizarse cada 12-18 meses. (Export.gov, 2019)

Existen regulaciones nacionales generales emitidas por AQSIQ, MOFCOM y otras autoridades, a menudo denominadas "anuncios" o "decretos".

Estos se emiten para proteger los derechos e intereses de los consumidores, los usos de los aditivos, el etiquetado y la calidad del producto, por mencionar algunos.

Los estándares GB emitidos por SAC (Administración de Normalización de China) pero administrados por AQSIQ (Administración General de Calidad, Supervisión, Inspección y Cuarentena).

En pocas palabras, GB significa Guobiao (国 标) que se traduce como 'estándares nacionales' en chino. Estos estándares no solo se utilizan para el etiquetado, sino también para las pautas de pruebas de laboratorio, empaque, seguridad del producto y más.

En comparación con Occidente, los estándares GB son similares al estándar ISO, de hecho, muchos de ellos se han derivado de los estándares ISO que utilizamos. (Sohlberg, 2018)

4.5.1 Estándares GB para etiquetado

Los estándares GB varían según los productos que desea exportar.

Si bien hay estándares GB que explican cómo se debe etiquetar una botella de bebida alcohólicas, con requisitos para mostrar el contenido de alcohol, por ejemplo, hay un estándar GB específico para el etiquetado de productos cosméticos, con el requisito de incluir instrucciones de uso.

Los estándares comunes de GB para el etiquetado de productos de interés incluyen:

- GB 10344
Pautas de etiquetado para bebidas preenvasadas
- GB 10344-2005
- Norma general para el etiquetado de bebidas alcohólicas preenvasadas

Las regulaciones nacionales generales para vinos y bebidas son:

- Orden de AQSIQ 27 de 2012
Emitido para el etiquetado de alimentos y vinos preenvasados
- Anuncio 59 de AQSIQ (2011)
Se utiliza para el registro de etiquetas de productos importados por primera vez. (Sohlberg, 2018)

4.5.2 Proceso para registrar etiquetas.

En primer lugar, se debe registrar la empresa con AQSIQ que es la Administración General de Supervisión de Calidad, Inspección y Cuarentena que otorga la aprobación para las importaciones de una amplia gama de productos. Este es uno de los primeros pasos a manejar en el proceso de exportación. Cuando se apruebe el registro, se recibe un número de registro válido para la empresa.

Posteriormente, se debe registrar la etiqueta, tanto en chino como en inglés, y proporcionar otros documentos relacionados a CIQ (Inspección y cuarentena de china). Cuando la etiqueta haya sido revisada y aprobada, se obtiene un número de archivo de los productos que se pueden exportar.

Normalmente se deben presentar los siguientes documentos:

- a. Versión original de la etiqueta en chino (versión en papel)
- si. Una versión digital de la etiqueta (se puede obtener después del registro en línea en AQSIQ)
- C. Una copia de la etiqueta original en inglés.

Se debe tener en cuenta que se pueden solicitar otros documentos, por ejemplo, una lista que muestre los ingredientes (si no se indica en la etiqueta). En caso de que desee resaltar que el producto ha ganado algún premio, se debe proporcionar certificaciones que lo demuestren. (Sohlberg, 2018)

4.5.3 Inspección CIQ de etiquetas

CIQ trabaja directamente bajo AQSIQ y es responsable de manejar las inspecciones de las mercancías que llegan a los puertos y aeropuertos. Los elementos que se verificarán durante la inspección incluyen:

- El etiquetado de sus productos.
- Embalaje
- Comprobaciones visuales de los productos.
- Otros

El incumplimiento con el etiquetado correcto es el problema que el CIQ trata principalmente, por lo tanto, es importante que se haga correctamente.

Se pueden adjuntar las etiquetas a los productos en dos etapas diferentes, antes de enviarlos a China o cuando los productos lleguen a China.

Si se decide optar por la última opción, CIQ mantendrá los productos en un almacén supervisado cerca del puerto o aeropuerto, esperando que su importador (u otra persona) adhiera las etiquetas, antes del despacho de aduana.

Pegar las etiquetas antes del envío es la opción preferible para evitar cualquier problema con el personal de CIQ. Teniendo en cuenta que los diferentes puertos a veces tienen diferentes procedimientos, los resultados también pueden variar dependiendo del personal de CIQ con el que termine tratando. (Sohlberg, 2018)

CAPITULO V

**ASPECTOS METODOLOGICOS Y ANALISIS DE
RESULTADOS**

5.1 Tipo de investigación

El tipo de investigación a utilizar será mixto abordando la investigación de campo explicativa. Se considera de tipo explicativa porque se analizará la viabilidad que tiene Brugal en el mercado chino para la exportación de sus productos.

Al igual será de campo, porque se analizarán y recopilaran datos obtenidos de las exportaciones de ron que sustentan el trabajo de investigación.

5.2 Método de investigación

La investigación constara de 3 métodos: analítico, sintético y deductivo.

Se utilizará el método analítico, ya que se basa en la observación, y análisis desintegrando las partes de la empresa Brugal y el mercado chino para estudiar de forma intensiva cada uno de sus elementos, así como la relación que existe entre la empresa y el país ya mencionado.

El método sintético, para analizar mejor y concertarse en las informaciones importantes de la investigación, y así poder determinar las oportunidades y beneficios que ofrece el mercado chino.

También se encuentra el método deductivo ya que se partirá de la información general a lo específico.

5.3 Población

Para este estudio sobre la factibilidad de exportación de ron Brugal a China se tomará como población a los exportadores y productores de ron en la república dominicana.

5.4 Muestra

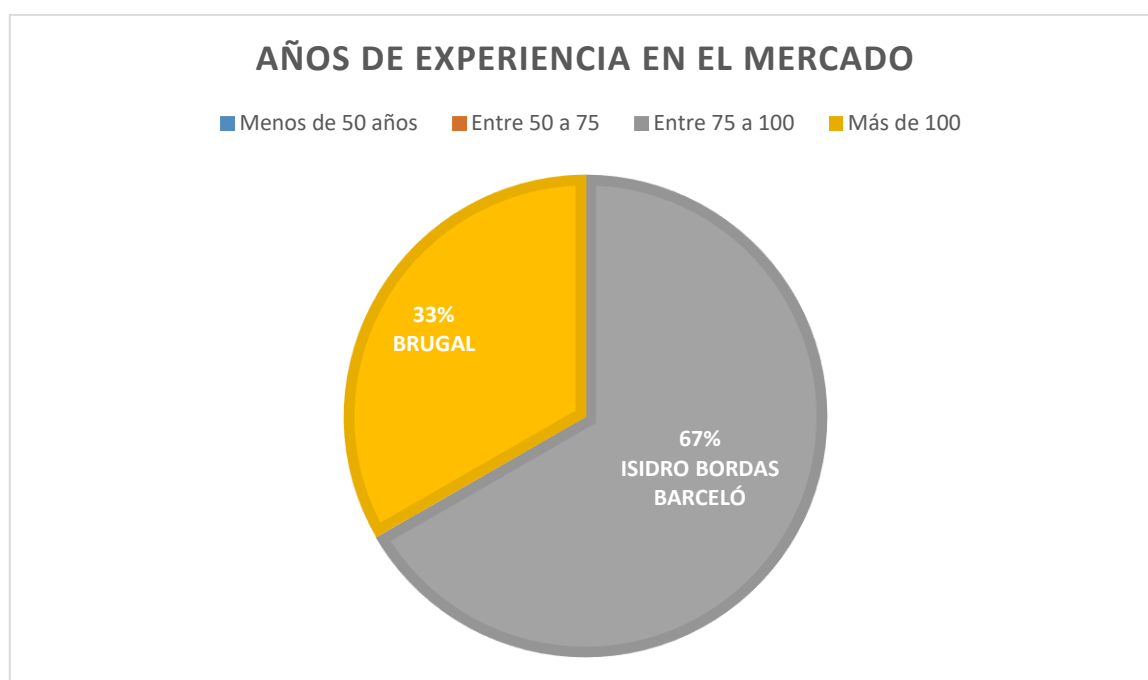
5.4.1 Tamaño de la muestra

Para el cálculo de la muestra utilizaremos como población a las empresas exportadoras de ron en República Dominicana.

5.4.2 Tipo de muestra

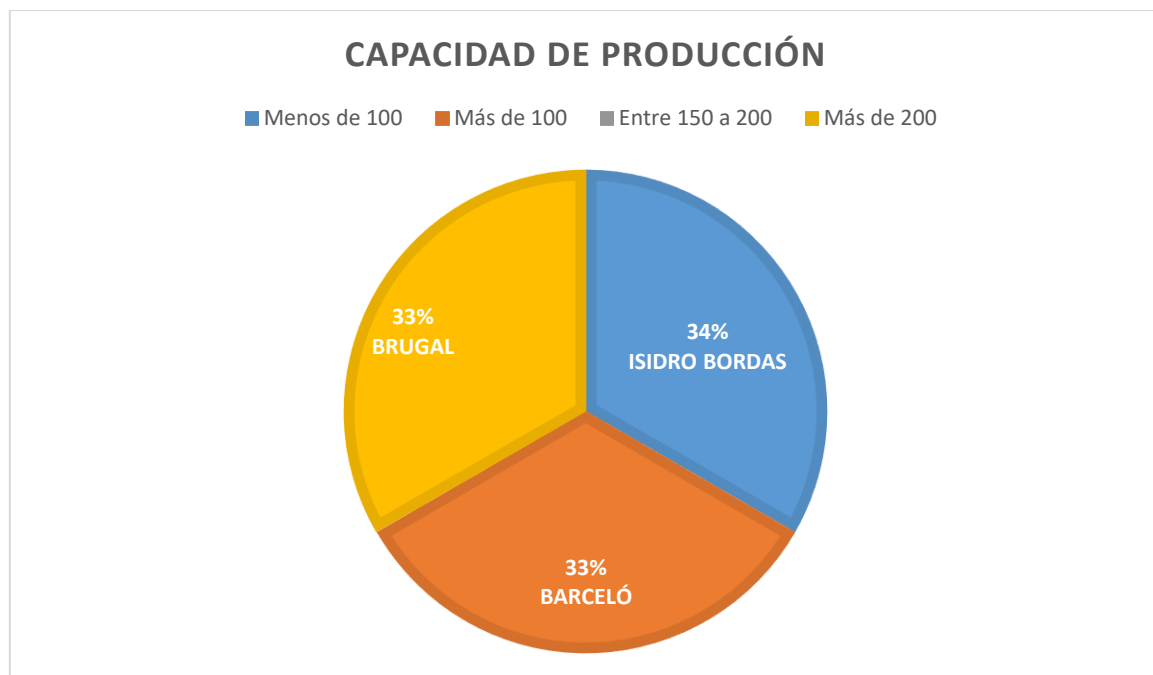
La muestra de la investigación será de tipo no aleatoria, ya que en esta técnica de la muestra se toma en un proceso que no brinda a todos los individuos de la población iguales con oportunidades de ser seleccionadas, se toma las que generalmente en función de accesibilidad, criterio personal e intención del investigador. En este caso se toma en específico a tres empresas exportadoras de ron dominicano y no a todas las existentes.

5.5 Análisis de la encuesta



Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

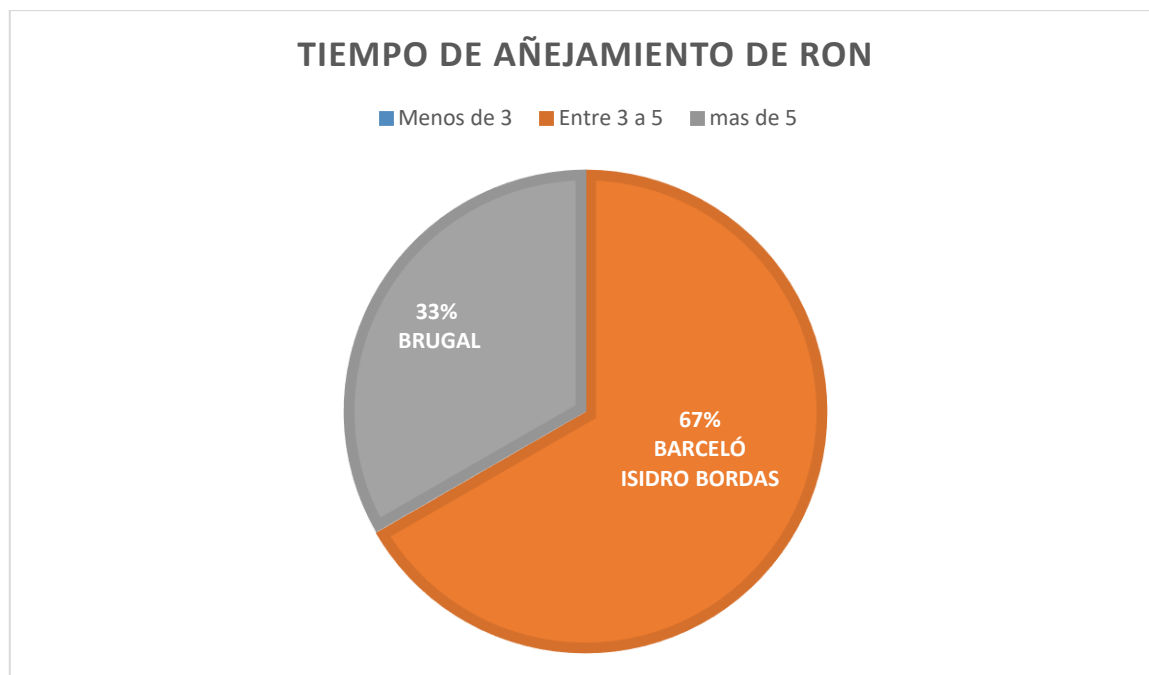
El 67% de las empresas productoras de ron dominicano tienen entre 75 a 100 años de experiencia desde su fundación, el 33% restante tiene más de 100 años en el mercado.



Valores expresados en miles de barricas.

Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

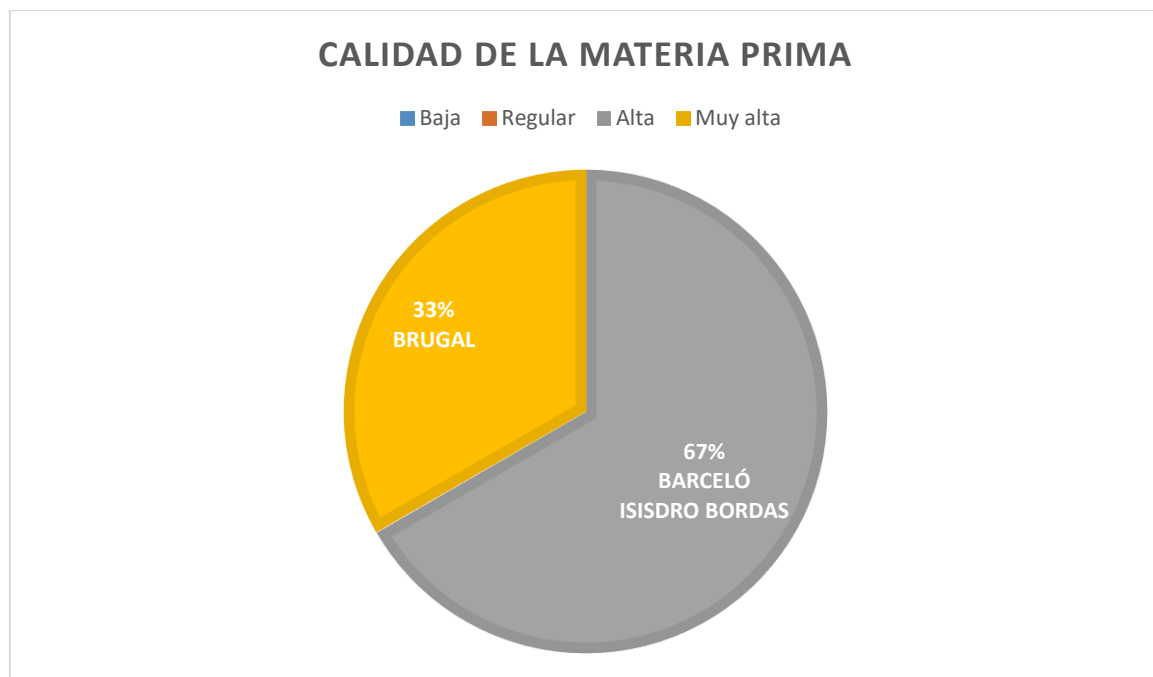
Como se puede visualizar en la gráfica cada una de las empresas encuestada tiene una diferencia en la capacidad de producción. El primer 33% tiene la capacidad de producir más de 200,000 barricas de ron, el segundo 33% representa más de 100,000 barricas y el último 34% a menos de 100,000 barricas de ron.



Datos expresados en años.

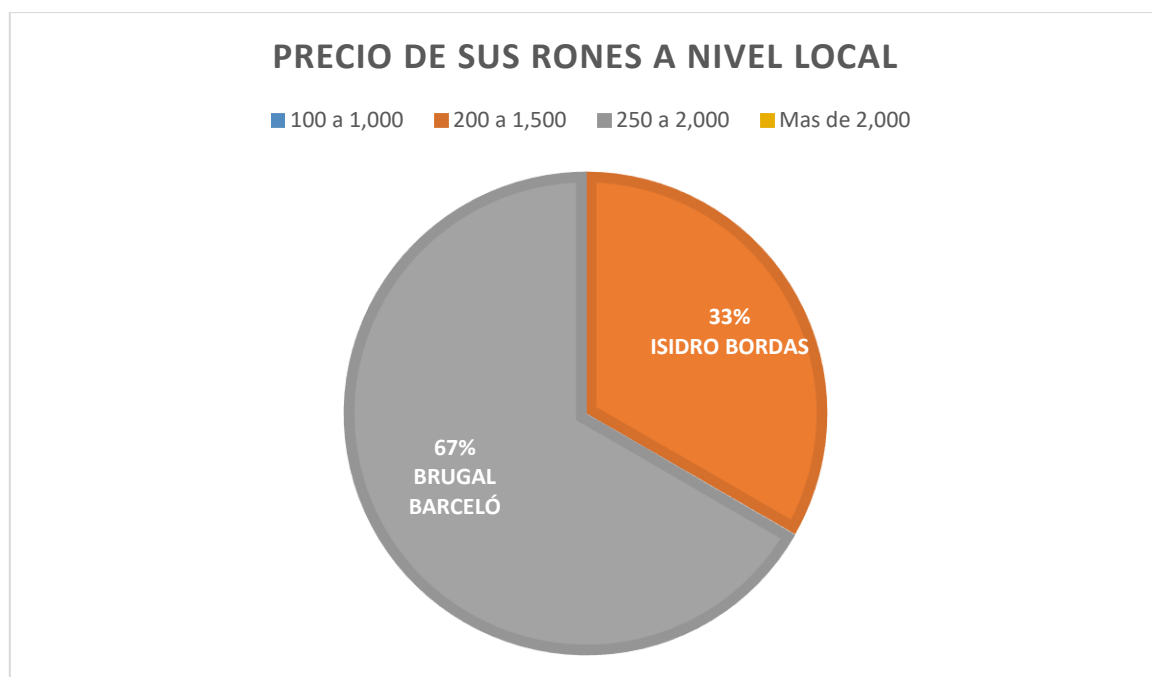
Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según las respuestas de las empresas de ron encuestadas un 59% de estas tienen un tiempo estimado de añejamiento de ron que oscila entre a 3 a 5 años, mientras que el 41% restante añeja su ron por un periodo de más de 5 años.



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

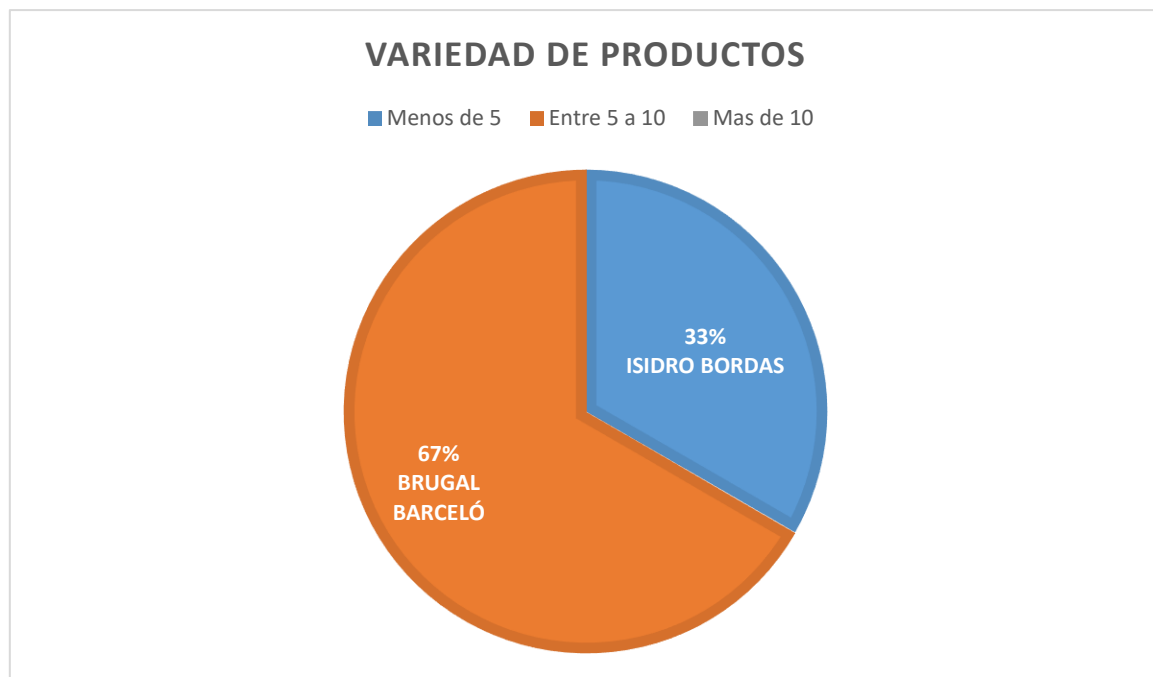
El 67% de las empresas encuestadas consideran que su materia prima para la elaboración del ron es de alta calidad, a diferencia del restante 33% que la cataloga de muy alta calidad.



Valores expresados en pesos dominicanos.

Fuente: Encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según las respuestas suministrada por los encuestados el 67% de las empresas tienen precios entre RD\$ 250 a RD\$ 2,000 pesos dominicanos, y el restante 33\$ con precios desde RD\$ 200 A RD\$ 1,500 pesos.

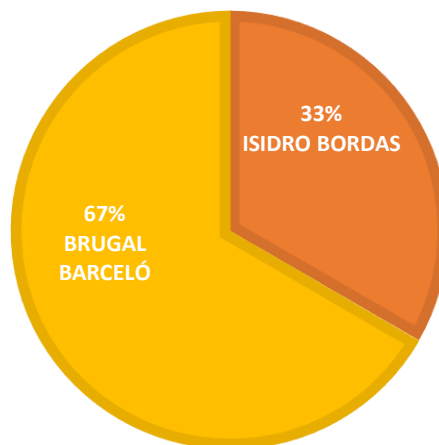


Fuente: Encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

El 67% de las empresas encuestadas cuentan con una variedad de rones entre 5 a 10, el 33% restante cuenta con menos de 5 variedades de ron.

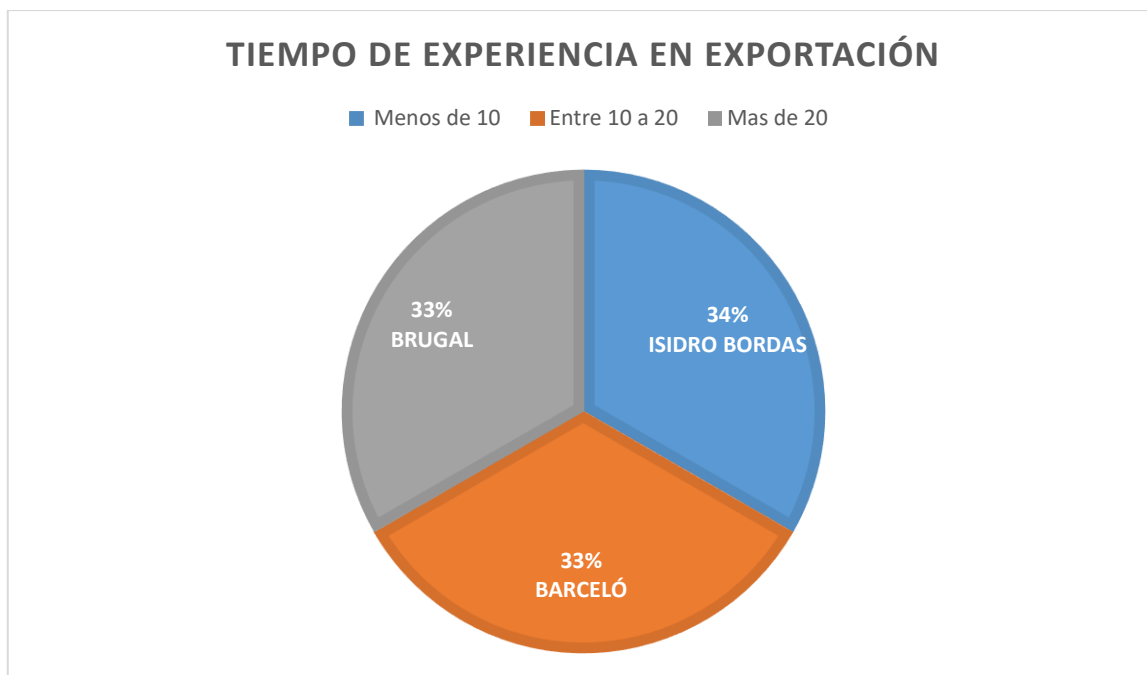
CAPACIDAD DE ABASTECIMIENTO DE LAS EMPRESAS DE RON EN EL MERCADO DOMINICANO

■ Región norte ■ Región sureste ■ Región suroeste ■ Todas las regiones



Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según la encuesta aplicada a la muestra el 67% de las empresas de ron están presente en todas las regiones, mientras que un 33% se concentra en la región sur.



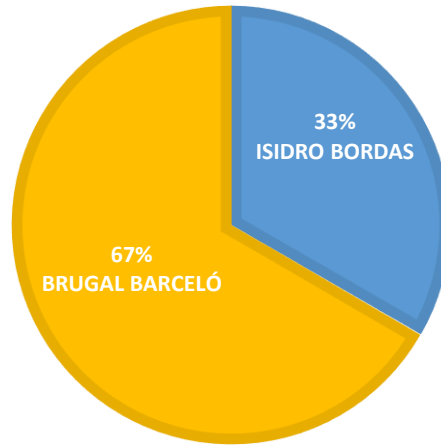
Valores presentados en años.

Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según la encuesta aplicada a las empresas de ron un 33% de estas poseen más de 20 años de experiencia exportando el ron dominicano a mercados internacionales, otro 33% lleva entre 10 a 20 años exportando y el 33% restante solo tiene menos de 10 años en el área.

EMPRESA EXPORTADORA DE RON DOMINICANO CON MAS ALCANCE INTERNACIONAL

■ Menos de 10 ■ Entre 10 a 30 ■ Entre 30 a 50 ■ Mas de 50



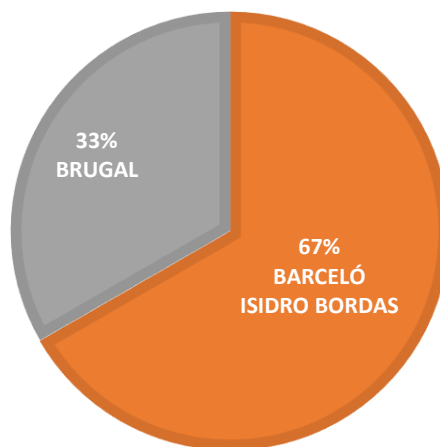
Datos presentados en cantidad de países.

Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según las informaciones obtenidas por parte de los encuestados el 80% tiene capacidad de abastecimiento y presencia en más de 50 mercados, mientras que el 20% restante solo tiene entre 10 a 30 mercados.

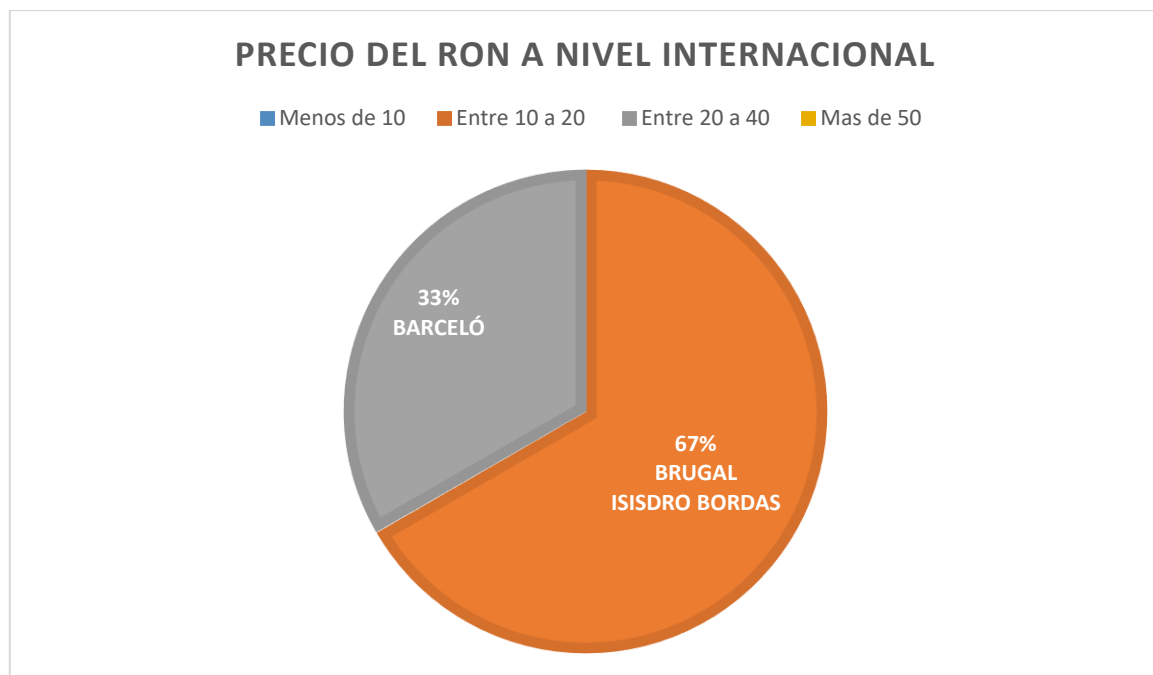
PORCENTAJE DE PRODUCCION DESTINADA A LA EXPORTACION

■ Menos del 10% ■ Entre 10% a 30% ■ Entre 30 a 50% ■ Mas del 50%



Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

El 67% de las empresas exportan entre un 10 a un 30% de la producción total de ron, el 33% restante exporta entre un 30 a un 50% de la producción total.



Valores expresados en dólares.

Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Como se puede observar en el grafico el 67% de las empresas tienen precios internacionales equivalentes a 10 hasta 20 dólares, mientras que el 33% posee precios entre 20 a 40 dólares estadounidenses.

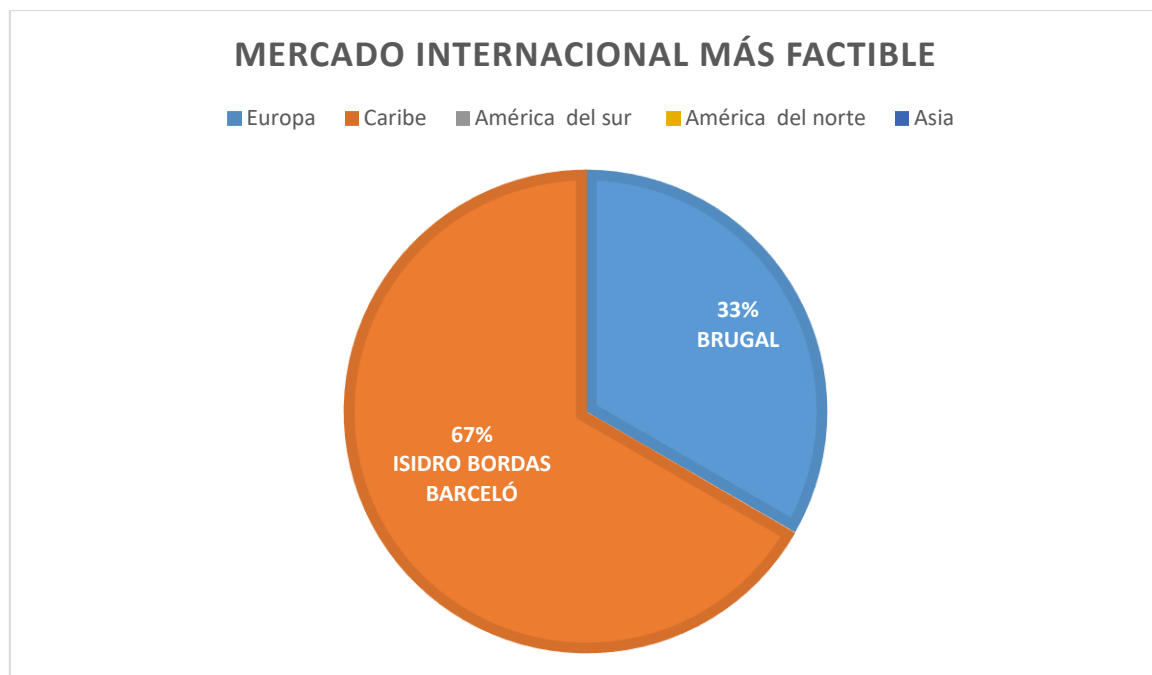
METODO DE PROMOCIÓN QUE UTILIZA LA EMPRESA PARA DARSE A CONOCER EN MERCADOS INTERNACIONALES

■ Redes sociales ■ Vallas publicitarias ■ Ferias internacionales ■ Todos



Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

El 100% de las empresas encuestadas utilizan las redes sociales, vallas publicitarias y las ferias internacionales como método de promoción para darse a conocer en mercados internacionales.

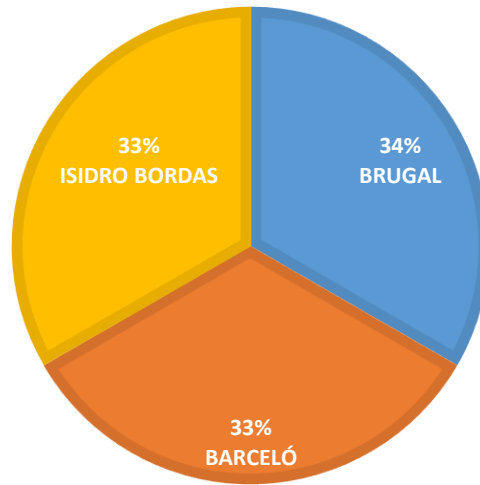


Fuente: Encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

El mercado que les resulta más factible a las empresas exportadoras de ron con un 67% es el caribe, al restante 33% les resulta factible el mercado europeo.

MERCADO ASIÁTICO AL QUE EXPORTARÍA

■ China ■ Asia ■ Japón ■ Taiwan

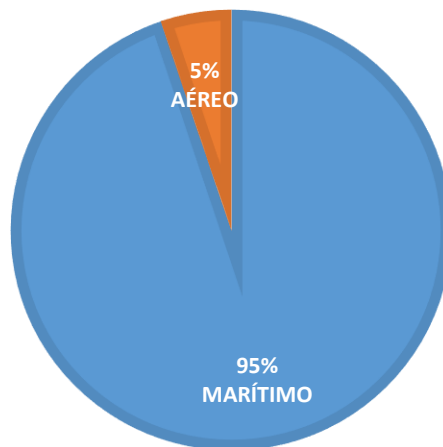


Fuente: Encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Cada una las empresas encuestadas eligieron un país diferente a donde exportaría en el mercado asiático. Un 33% eligió a china como mercado a exportar, un 33% eligió Japón y el porcentaje restante visualiza a Taiwán como un futuro mercado meta.

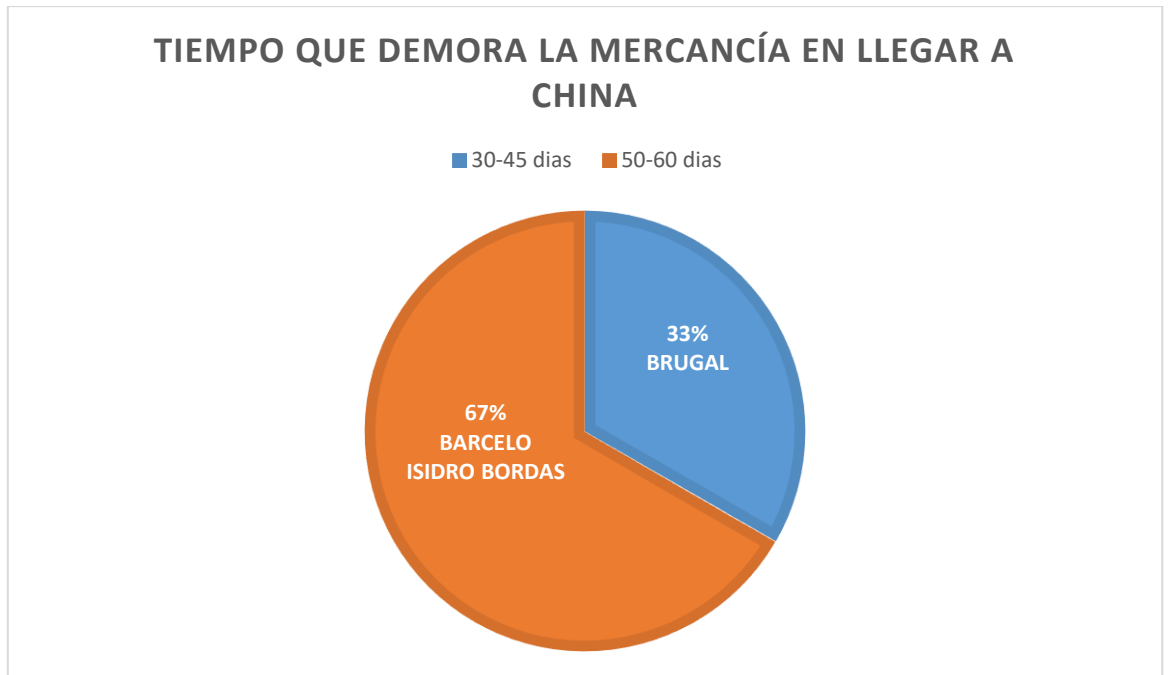
MODO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA LA EXPORTACIÓN

■ Marítimo ■ Aéreo



Fuente: Encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según lo obtenido por la encuesta el 95% de las empresas exportadoras de ron dominicano, utilizan el transporte marítimo para sus operaciones a nivel internacional, mientras que un 5% utilizan el transporte Aéreo.

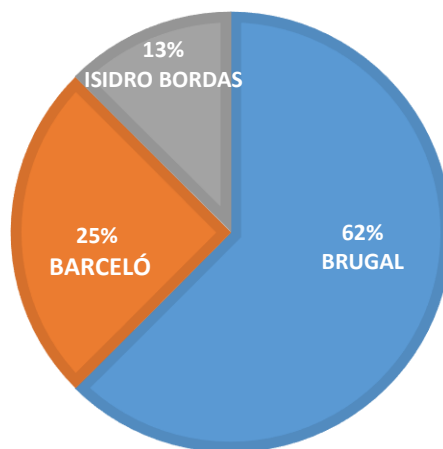


Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales

Según lo obtenido por la encuesta el 33% de las empresas encuestadas exportadoras de ron dominicano, tardan un tiempo aproximado de 30-45 días para su mercancía llegue a china, mientras que el 67% tarda de 50-6 días para que su mercancía llegue a china.

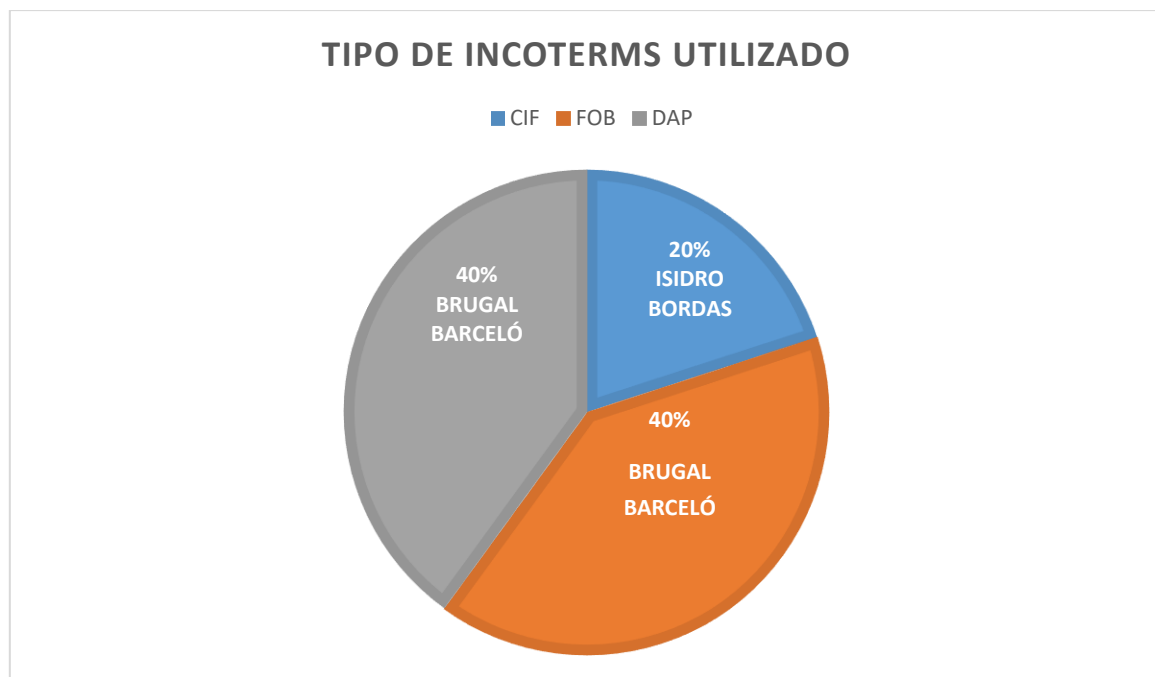
EMPRESA CON MÁS ALIANZAS ESTRATÉGICAS A NIVEL INTERNACIONAL

■ Brugal ■ Ron Barcelo ■ Isidro Bordas



Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según lo obtenido por la encuesta la empresa Brugal cuenta con un 62% de las alianzas estratégicas en el extranjero de las empresas dominicanas encuestadas exportadoras de ron, la empresa Ron Barceló representa un 25% y el otro 13% es representado por Isidro Bordas estas tienen alianzas estratégicas en el extranjero para impulsar sus ventas y desarrollar su marca en a nivel internacional.

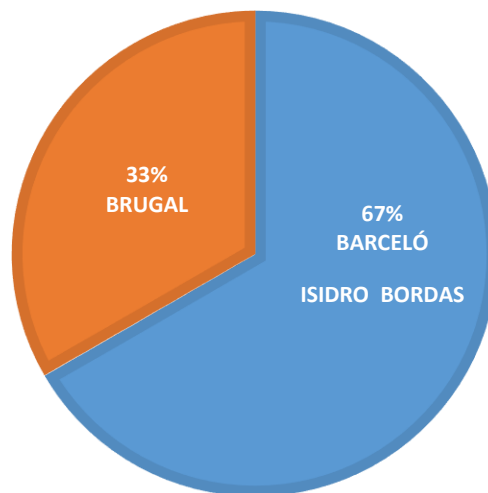


Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales

Según lo obtenido por la encuesta la empresa que representa un 40% el incoterm que más utiliza es el DAP, respectivamente el 40% utiliza el FOB y el otro 20% utiliza el CIF.

TIPO DE EMBALAJE UTILIZADO PARA EXPORTAR

■ Caja de carton ■ Caja de doble carton ■ Caja plastica

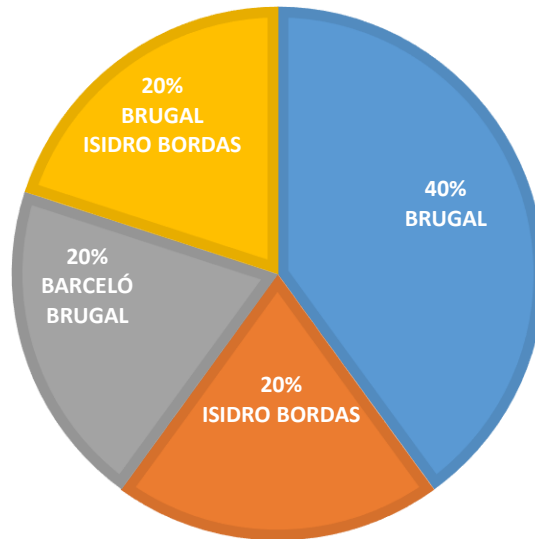


Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según lo obtenido por la encuesta el 33% representa que utilizan cajas reforzadas en este caso de doble cartón y el otro 67% cajas simples de cartón.

FORMA DE PAGO MAS UTILIZADA PARA LAS TRANSACCIONES INTERNACIONALES

■ Credito ■ Al contado ■ Carta de credito ■ Transferencia



Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales

Según lo obtenido por la encuesta el 39 % representa que más utilizan el pago a crédito, otro 23% representa transferencias, un 19% representa utilizar que utiliza carta de crédito y un 19% respectivamente al contado.

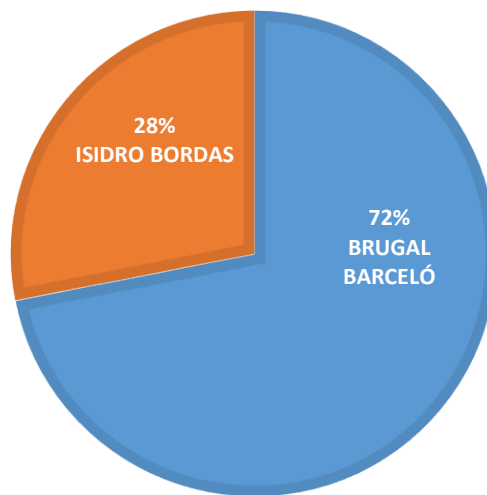


Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales

Según lo obtenido por la encuesta el 67 % representa que consideran un costo de transporte asequible a los precios del mercado y un 33% considera los precios del mercado elevado o muy costoso.

FORMA DE DISTRIBUCIÓN EN EL PAÍS DE DESTINO

■ Directa ■ Indirecta

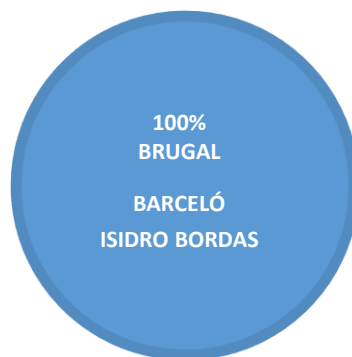


Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según lo obtenido por la encuesta el 72% representa que utilizan la distribución directa en los mercados internacionales y un 28% tiene una distribución indirecta para sus productos.

CONOCIMIENTO DE LA LEY GENERAL DE ALCOHOLES 243-68

■ SI ■ NO



Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales

Según lo obtenido por la encuesta el 100% de la muestra encuestada tiene conocimiento de la ley 243-68.

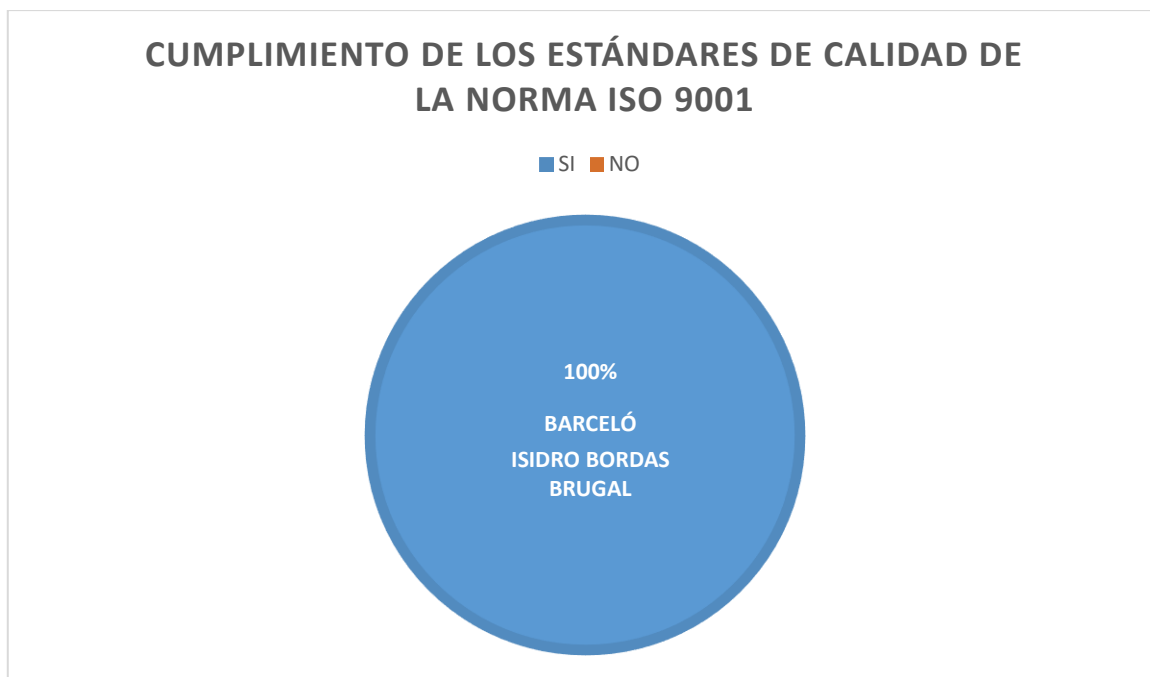
APLICACIÓN DE LA LEY GENERAL DE ALCOHOLES 243-68

■ SI ■ NO



Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según lo obtenido por la encuesta el 100% de la muestra encuestada aplica de la ley.



Fuente: encuesta aplicada a la muestra de exportadores de ron dominicano hacia mercados internacionales.

Según lo obtenido por la encuesta el 100% de la muestra encuestada representa que cumple con los estándares de calidad de la norma ISO 9001 que se exige a nivel internacional.

Conclusión

La importancia que ha ido tomando el comercio internacional en los últimos años no pasa desapercibido, y cada país es cada vez más consciente de ello. Esto ha hecho que las relaciones comerciales entre países busquen ser un proyecto de interés y de ganancia de beneficios para ambas partes.

Buscando este proyecto, que no solo Brugal & Co cubra una necesidad y aporte un beneficio si no también que cree lazos comerciales que puedan preservarse a largo plazo.

China es la segunda mayor economía del mundo, convirtiéndose así en un mercado altamente atractivo para fines de internacionalización ya que le resultaría de grandes beneficios y oportunidades a Brugal & Co. tener lazos comerciales con el gran mercado chino.

Brugal & Co es una de las empresas líderes en el mercado internacional del ron, y esto se debe gracias a que la empresa utiliza uno de las mejores estrategias de venta y es que Brugal busca su posicionamiento a través de colaboradores o partner de la misma empresa, es decir, quienes distribuyen ron Brugal a nivel global son pequeñas afiliadas de la misma empresa con sede en sus países destino.

Estas filiales se encargan de desarrollar planes de posicionamiento (estrategias promocionales, contactos de clientes, desarrollo de marca, etc.) y distribuir los productos de Brugal en cada uno de los países. En caso de Brugal no contar con una filial en el país destino la empresa opta por asociarse con distribuidores exclusivos en dicho país.

Una de las principales ventajas es que la empresa cuenta con una filial en china de sus principales inversionistas, lo que a su vez le genera de inmediato una ventaja por encima de sus competidores locales.

Según los resultados de esta investigación se determinó que Brugal & CO. es la empresa que cuenta con mejores capacidades para exportar ron a china frente a sus demás competidores locales. Brugal cuenta con más años de experiencia tanto en ventas locales como en exportaciones lo que le otorga mayor credibilidad en un mercado internacional, lo que a su vez se ve reflejado en el que Brugal es la empresa con mayor alcance a nivel internacional, y haciendo énfasis en el país estudiado, China es un país que confía mucho en lo tradicional y lo antiguo, lo cual es bueno para dicha empresa.

Brugal es la empresa con mayor capacidad de producción de ron en República Dominicana, ya que cuenta con la capacidad de producir alrededor de 200,000 a 300,000 barriles, siendo una cifra mayor que los demás productores locales, lo que a su vez también les brinda la capacidad de añejar más tiempo el ron, que es una de las cualidades que hace al ron mejor causando agrado a la población china. A igual que posee materia prima de buena calidad siendo otra de las cualidades que tiene Brugal frente a sus competidores.

La empresa Brugal a su vez cuenta con el mejor precio en el mercado, lo que representaría una ventaja a la hora de exportar, porque sus costos no afectarían de forma exagerada el aumento en el precio de alguna de sus botellas en el mercado asiático, además de que cuenta con la mayor variedad de ron brindando la

oportunidad a los comerciantes asiáticos a que decidan que ron es el más conveniente dependiendo la región donde se quiera comercializar, lo que también a su vez disminuye el riesgo de no contar con el ron esencial para dicho país.

Debido a la inminente expansión de la Brugal en mercados internacionales por el alto desempeño de la empresa en materia de exportaciones y tras haber valorado los factores que son clave en los mercados internacionales y viendo las oportunidades que representa el comercio internacional, además de estos efectos sobre los beneficios y los problemas que se pueden encontrar en una operación de comercio internacional sería un gran logro para la empresa productora de ron expandirse al mercado chino lo que llenaría de orgullo a República Dominicana que un producto con el sello “Hecho en República Dominicana” esté presente en tan importante país. .

Gracias a todo lo ante expuesto se determinó que Brugal & Co. Es la empresa Dominicana fabricante de ron que cuenta con la mayor ventaja tanto de producción, calidad, estrategia de implantación, precios, alianzas estratégicas y buena referencia internacional para poder incursionar en el mercado asiático, ya que en comparación con sus demás competidores locales es la única que podría cumplir con las necesidades que demanda un mercado tan exigente como el mercado chino, además la empresa cuenta con una gran alianza como lo es la empresa Edrington que cuenta con una base sólida en el país destino, lo que apertura de una mejor manera la oportunidad de entrada a dicho país, y de manera más segura.

Recomendaciones

Analizando rigurosamente los diferentes aspectos a tener en cuenta, abarcando cada base y haciendo nuestra cada una de las etapas de investigación, desarrollo y verificando cada aspecto, hemos comprendido que este proyecto tiene un gran potencial por lo que recomendamos llevar a cabo.

Otras recomendaciones a considerar:

- Al poner en práctica este proyecto, incentivamos a la empresa hacer pruebas de degustación en el país de destino por un periodo de tiempo para dar a conocer el producto e incentivar el consumo del mismo.
- Hacer un análisis periódicamente para mejoras en los procesos de comercialización, promoción y precios para aumentar las ventas y ser para el consumidor chino el número uno en sus opciones a la hora de comprar ron.
- Desarrollar estrategias de expansión para que el ron Brugal esté presente en otros países del mercado asiático como el gran Asia, Japón, India, Tailandia, entre otros.
- Realizar campañas en épocas claves del año, como por ejemplo en la primavera los chinos festejan por todo lo alto el “Año nuevo chino”, en donde aquí la empresa podría exportar el ron con una etiqueta, envase o promoción con relación a la festividad.

Bibliografía

Agencia EFE. (21 de 09 de 2018). intercambio comercial entre china y RD rondan los US\$2,000 millones . *Eldinero*.

Alianet. (15 de Mayo de 2019). Alianet.com. pág.
<https://www.alainet.org/es/articulo/199850>.

Barman in red. (26 de Febrero de 2017). *Barman in red*. Obtenido de El Ron, origen, notas históricas, destilación, tipos de ron, etc.:
<https://www.barmaninred.com/2011/02/el-ron-origen-notas-historicas.html>

Buchot, E. (2017). *Fotografías Emmanuel Buchot*. Obtenido de
https://www.voyagesphotosmanu.com/transportes_china.html

CEI-RD. (09 de 2017). *Centro de Exportaciones e Inversion de la Republica Dominicana*. Obtenido de <https://cei-rd.gov.do/ceird/transparencia/publicaciones/2018/Relaciones%20de%20Comercio%20entre%20%20la%20Republica%20Dominicana%20y%20China.pdf>

Countrysmeters. (2018). *Countrysmeters*. Obtenido de
<https://countrysmeters.info/es/China>

Cultura china. (2017). Obtenido de <https://culturachina.net>

Cultura China. (2017). *Culturachina.net*. Obtenido de <https://culturachina.net>

Datos Macro. (16 de Agosto de 2018). *China: Economia y demografia*. Obtenido de Datosmacro.com: <https://datosmacro.expansion.com/paises/china>

Edicion 40. (2016). *Excelencia magazines*.

El Pais. (15 de julio de 2019). La economia china. pág. 2.

Embajda de la Republica Popular China en Colombia. (28 de Diciembre de 2018). Obtenido de <http://co.china-embassy.org/esp/>

ETCN. (2019). *E-to-china*. Obtenido de <http://hs.e-to-china.com/tariff.html?q=a321CVIAA1VSUQcGCABQVVAHVgYBBAVQAQZVBQAHBgBeDQgJUg>

Export.gov. (30 de 7 de 2019). *Export.gov*.

Gardey., J. P. (2016). *Definición de ron*.

Hablemos de cultura. (14 de Marzo de 2016). Obtenido de <https://hablemosdeculturas.com/costumbres-y-tradiciones-de-china/>

Kuiwen, L. (2018). Portavoz del Banco Popular Chino .

MIC. (10 de 2018). *Ministerio de Industria y comercio*. Obtenido de Perfil comercial: <https://www.micm.gob.do/images/pdf/direcciones/comercio-exterior/departamento-inteligencia-comercial/perfiles-pais/China.pdf>

OECD WORLD. (2018). Obtenido de <https://oec.world/es/profile/country/chn/#Importaciones>

OMS. (05 de 18). *World Health Organization* .

Regimen politico. (2018). Obtenido de <https://www.regimenpolitico.com/paises/regimen-politico-china.php>

Republica, L. (05 de 11 de 2018). Listin Diario. *Xi Jinping espera que ciudadanos chinos puedan disfrutar del ron dominicano*.

Ripleybelieves. (Abril de 2018). Obtenido de <https://es.ripleybelieves.com/what-languages-are-spoken-in-china-511>

Run, Z. (2019). Relaciones China-Republica Dominicana. (Xinhua, Entrevistador)

Santandrade. (2019). *Politica y Economia China*. Export Enterprises SA.

Satander . (05 de 2019). *Satander trade portal*.

Sohlberg, M. (30 de 01 de 2018). *Regulations for product labelling in China*. Obtenido de Export2Asia: <https://www.export2asia.com/blog/china-product-labelling/>

Spanish People. (2019). *Crecimiento demografico n China alcanza su nivel mas bajo*. Spanish People.

Sputnik News. (14 de Enero de 2019). Obtenido de <https://mundo.sputniknews.com/asia/201901141084710657-china-marca-rwcord-comercio-exterior-en-2018/>

Statista. (2019). *statista*. Obtenido de <https://www.statista.com/outlook/10020300/117/rum/china#market-revenue>

Trade Comisioner. (20 de 06 de 2019). *Tradecomisioner*. Obtenido de Regulaciones de importación en China: <https://www.tradecommissioner.gc.ca/china-chine/market-facts-faits-sur-le-marche/125684.aspx?lang=eng>

Travel China. (2016). *TravelChina*. Obtenido de <http://www.travelchina.gov.cn>

(2018). *Trtatados de libre comercio de china*. Madrid: Bussines school y HA independent University.

Universia. (2017). *Universia.es*. Obtenido de <https://www.universia.es/estudiar-extranjero/china/vivir/cultura-tradiciones/2541>

World Trade Organization. (2018). *Trade Policy Reviw* . China.

Yingqun, C. (07 de 2019). *El Consumo de alcohol de la nacion en aumento*. Obtenido de ChinaDaily: http://www.chinadaily.com.cn/global/2019-07/19/content_37493327.htm

ANEXOS