

NICARAGUA

Estudio de Oportunidades Comerciales de productos seleccionados

Mercado de República Dominicana

Presentado a
Instituto Interamericano de Cooperación
para la Agricultura IICA
Managua - Nicaragua

Por
Rafael Horacio Alvarez
Consultor en Mercadeo Agrícola

Agosto 2004

Tabla de Contenido

Introducción.

- I. Tendencias del Mercado de Productos Alimenticios Seleccionados
- II. Canales de Distribución de los Productos Seleccionados
- III. Matriz de Criterios de Selección de los Productos
- IV. Benchmarking: Competencia Directa de Nicaragua
- V. Fichas de Productos: Mercados
- VI. Bases para la Elaboración de una Estrategia de Penetración en el Mercado (Análisis FODA).
- VII. Conclusiones y Recomendaciones
- VIII. Anexos:

INTRODUCCIÓN

En función de los términos de referencia del contrato entre el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) y Horacio R. Álvarez, me permito presentar el Estudio de Oportunidades Comerciales de Productos Seleccionados para el Mercado de República Dominicana.

En los últimos años las autoridades del Gobierno Nicaragüense, con el apoyo de diversas entidades internacionales y el sector privado, han realizado gestiones conducentes a protocolizar diversos Tratados Libres Comercio (TLC) entre Nicaragua y un grupo de países en América. En tal sentido, consideramos pertinente destacar el TLC firmado por el grupo de países de Centroamérica (Nicaragua, Costa Rica, Guatemala, El Salvador y Honduras) con República Dominicana, el cual fue firmado el 16 de abril de 1998 por los Presidentes de cada uno de los países participantes y entró en vigencia el 3 de Octubre del año 2001.

El Gobierno Nicaragüense, consciente del dinamismo de la economía mundial de las actuales condiciones de la globalización, el comercio internacional y la política de libre comercio e integración, han decidido apoyar los esfuerzos de autoridades como el IICA; la Agencia de Cooperación Internacional del Japón (JICA), así como el Ministerio Agropecuario y Forestal del Nicaragua (MAGFOR) con fines de contribuir a identificar oportunidades comerciales con un grupo de países del continente.

Las instituciones anteriormente mencionadas han propuesto la realización de un "Proyecto de Promoción de las Exportaciones de Productos Agropecuarios de Nicaragua" que contribuya a la diversificación del comercio en nuevos mercados y países de destino, y al aprovechamiento de las nuevas condiciones comerciales que se derivan de los TLCs, recientemente firmados y actualmente en vigencia. El presente Estudio, en el caso de la República Dominicana, ha sido focalizado en función de un diagnóstico de Oferta Exportable cuyos resultados nos indicaron que los productos con mayor potencial de exportación de Nicaragua hacia República Dominicana serían los siguientes: 1. Uvas, 2. Carne Deshuesada, 3. Plátanos, 4. Mariscos (Camarones y Langostas), 5. Queso Fresco, 6. Miel de Abejas.

I. TENDENCIAS DEL MERCADO DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

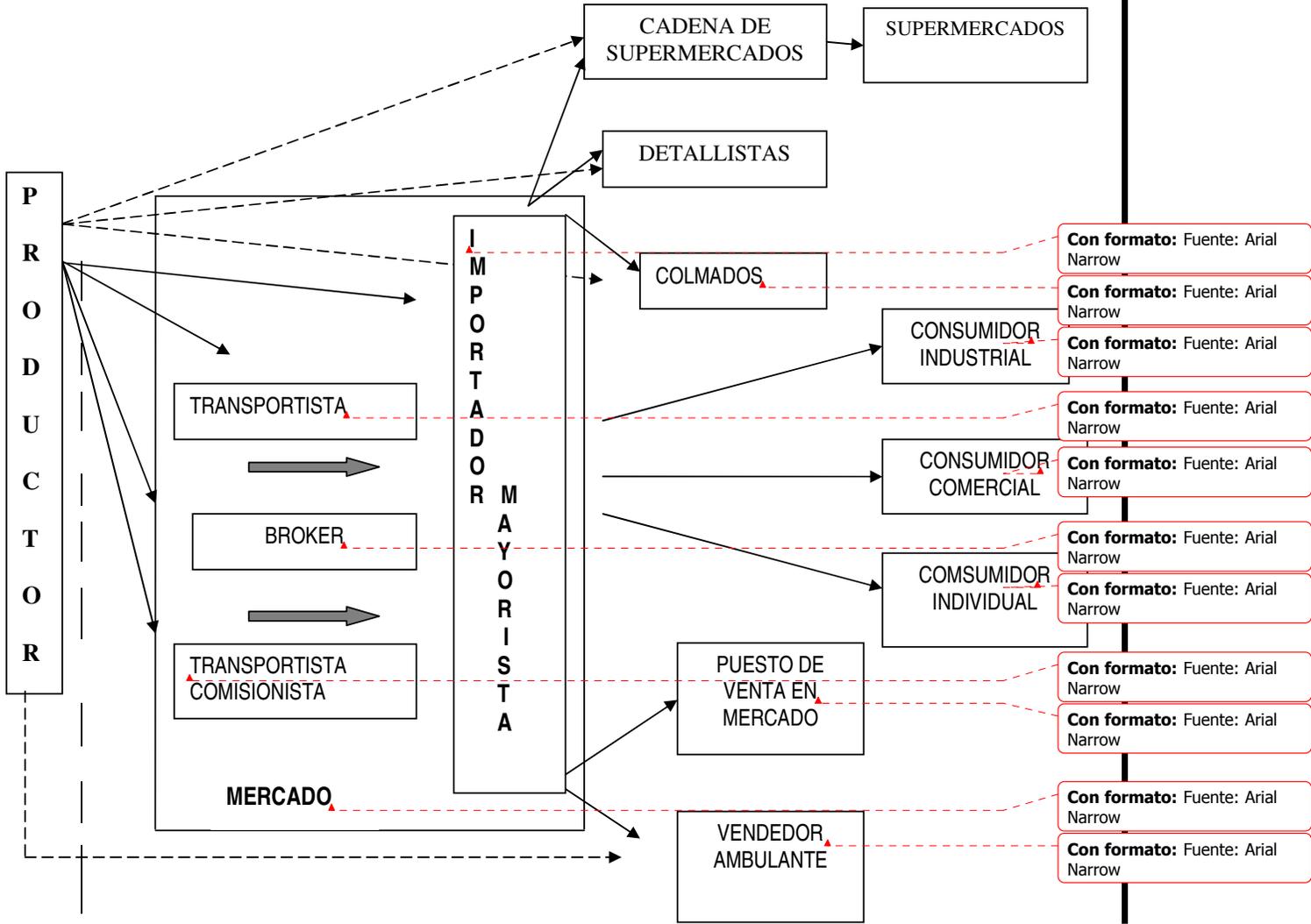
La República Dominicana en términos de Mercado representa de 9 millones de consumidores, sin embargo, su capacidad de compra y/o importaciones en los últimos años ha sido aproximadamente de 6 mil millones de dólares, tal como se refleja en el cuadro estadístico sobre su Balanza Comercial y obviamente se puede apreciar una tendencia marcada hacia un mayor crecimiento en los próximos años fundamentado principalmente en el auge y desarrollo que han experimentado en los últimos años los sectores turísticos y las zonas francas.

La República Dominicana tuvo una influencia de turistas en el año 2003 de alrededor de 1.8 millones de personas, esto implica que habrá un elevado aumento de la demanda para los próximos años, en cuanto, que en la medida que se incrementa el número de visitantes, mayor será el consumo de productos agropecuarios en los hoteles y restaurantes del país.

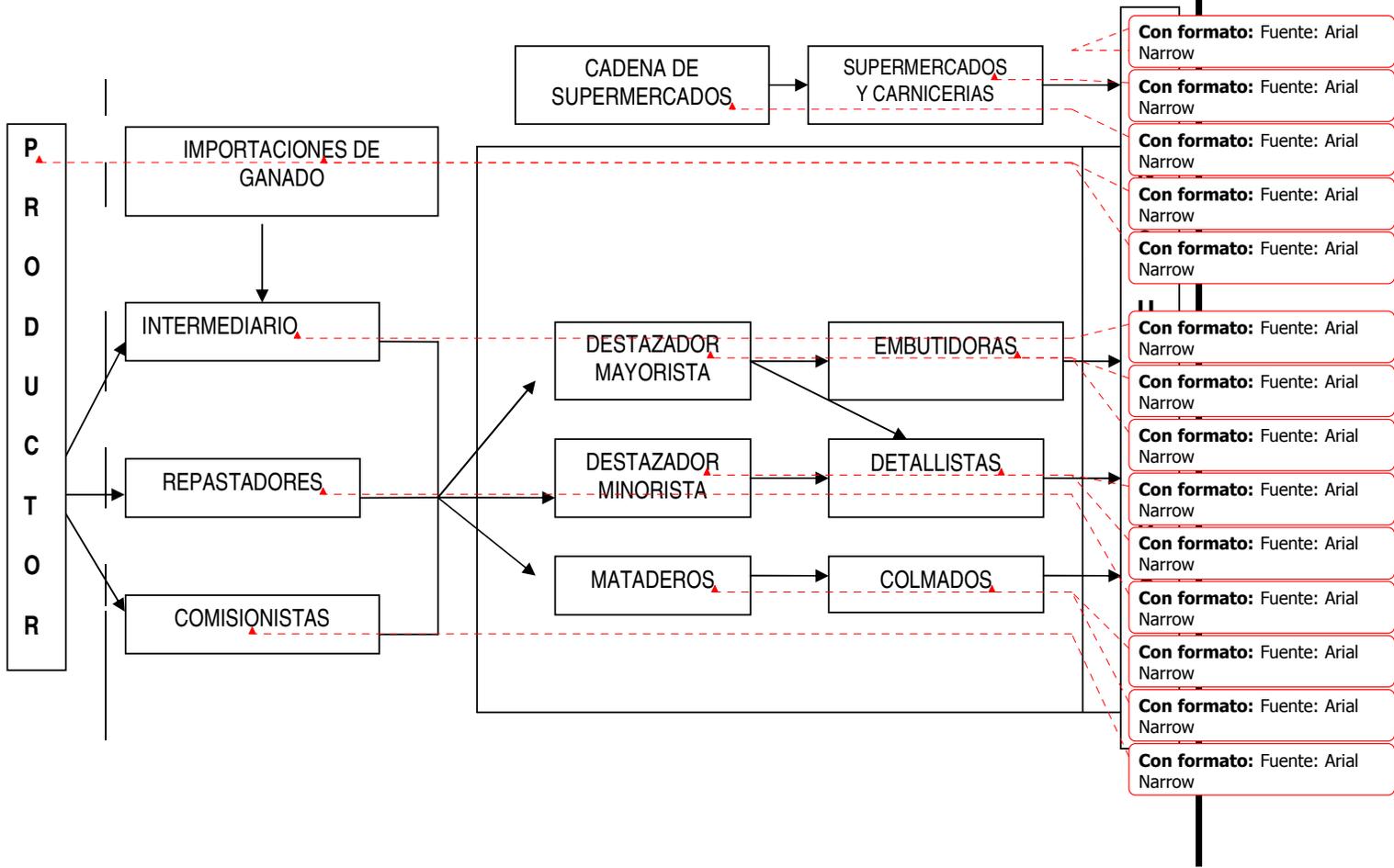
En cuanto a las Zonas Francas, estas tienen una gran incidencia en la economía, pues en la medida que aumenta el número de empresas instaladas consecuentemente se incrementa el número de empleados y por consiguiente se crea una mayor demanda de productos agropecuarios para la alimentación del personal de las referidas empresas de Zonas Francas.

II. CANALES DE DISTRIBUCIÓN DE LOS PRODUCTOS SELECCIONADOS

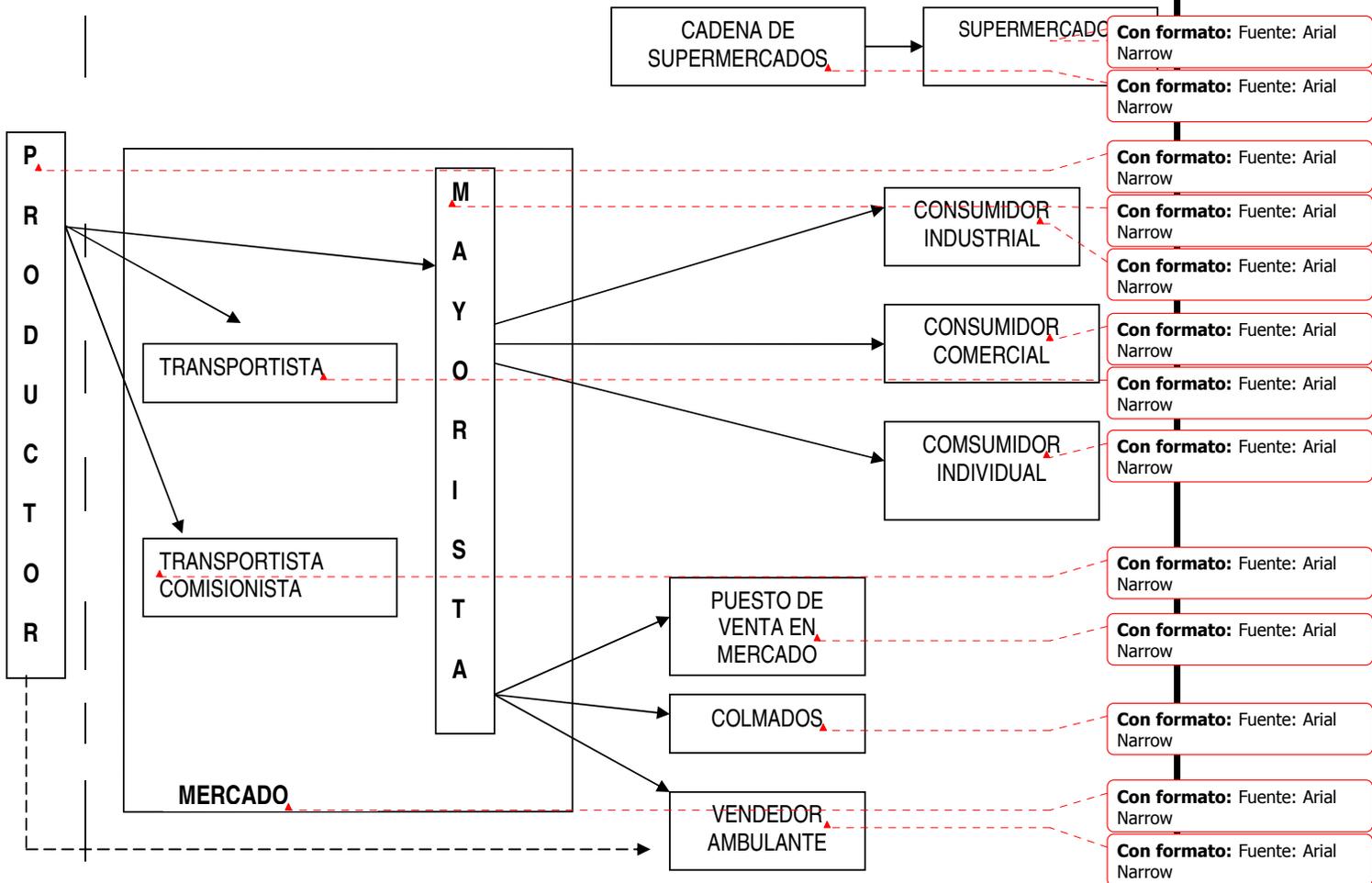
CANALES DE DISTRIBUCION DE LAS UVAS



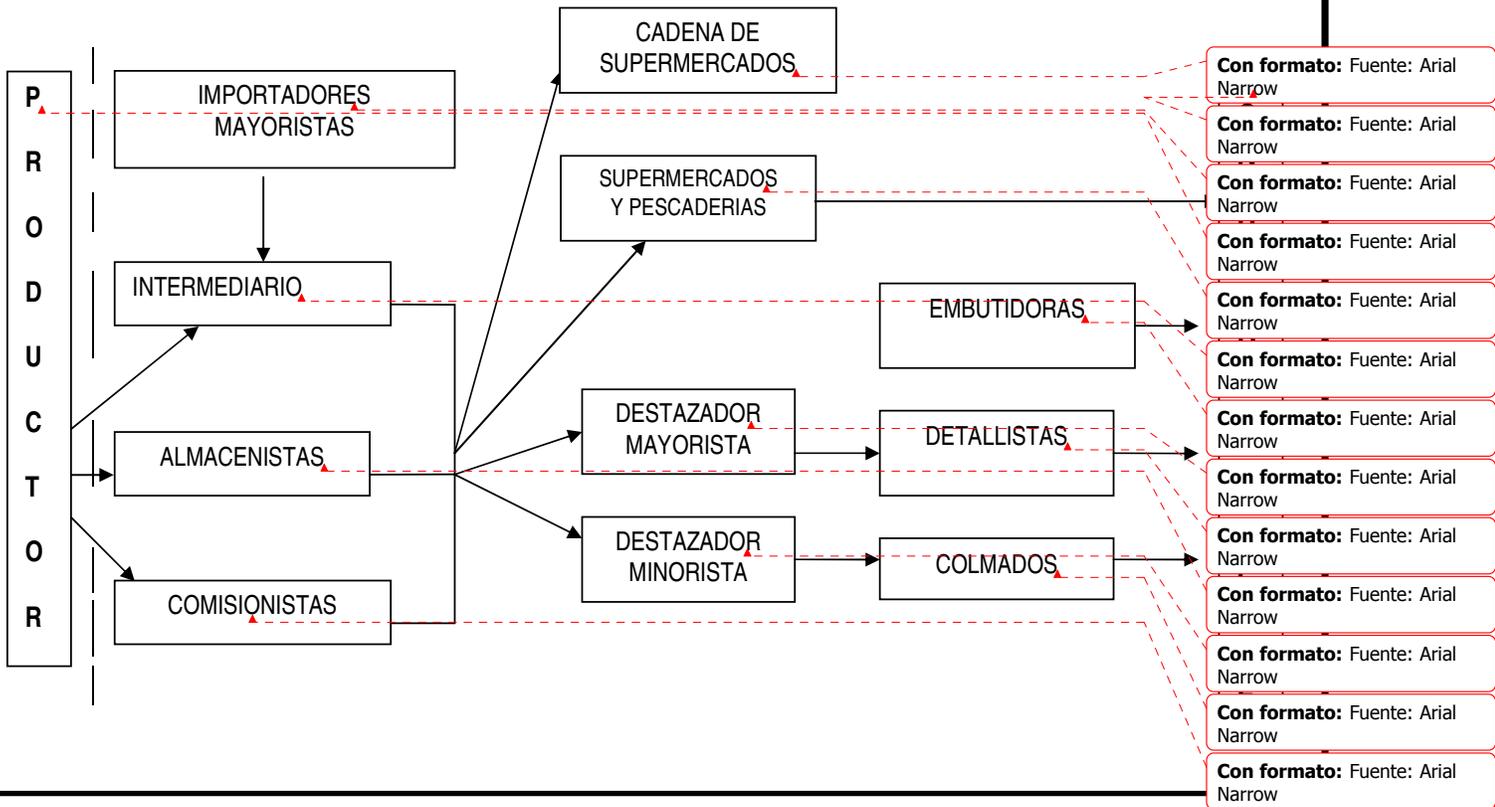
CANALES DE DISTRIBUCION DE CARNES DESHUESADAS



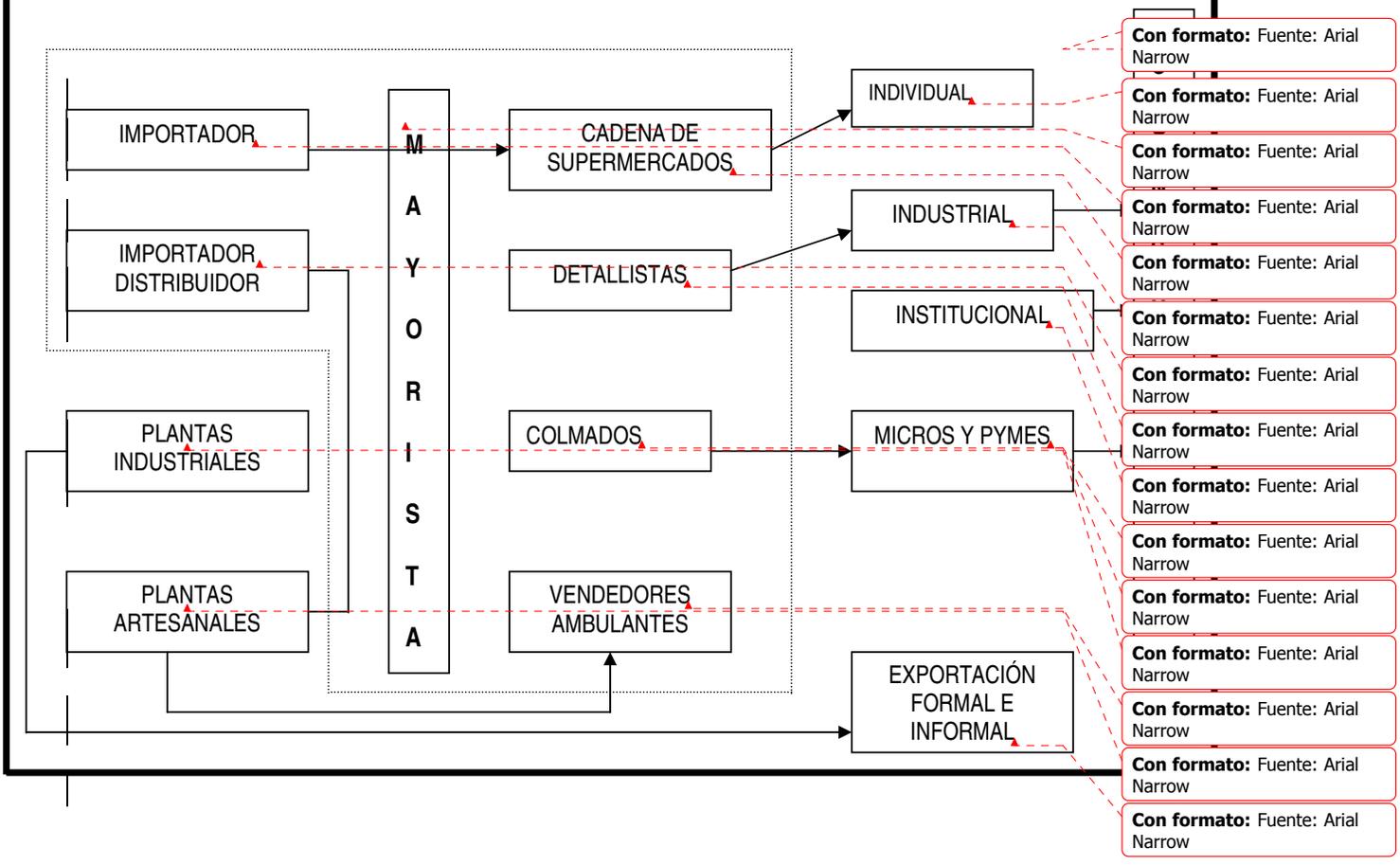
CANALES DE DISTRIBUCION DEL PLATANO



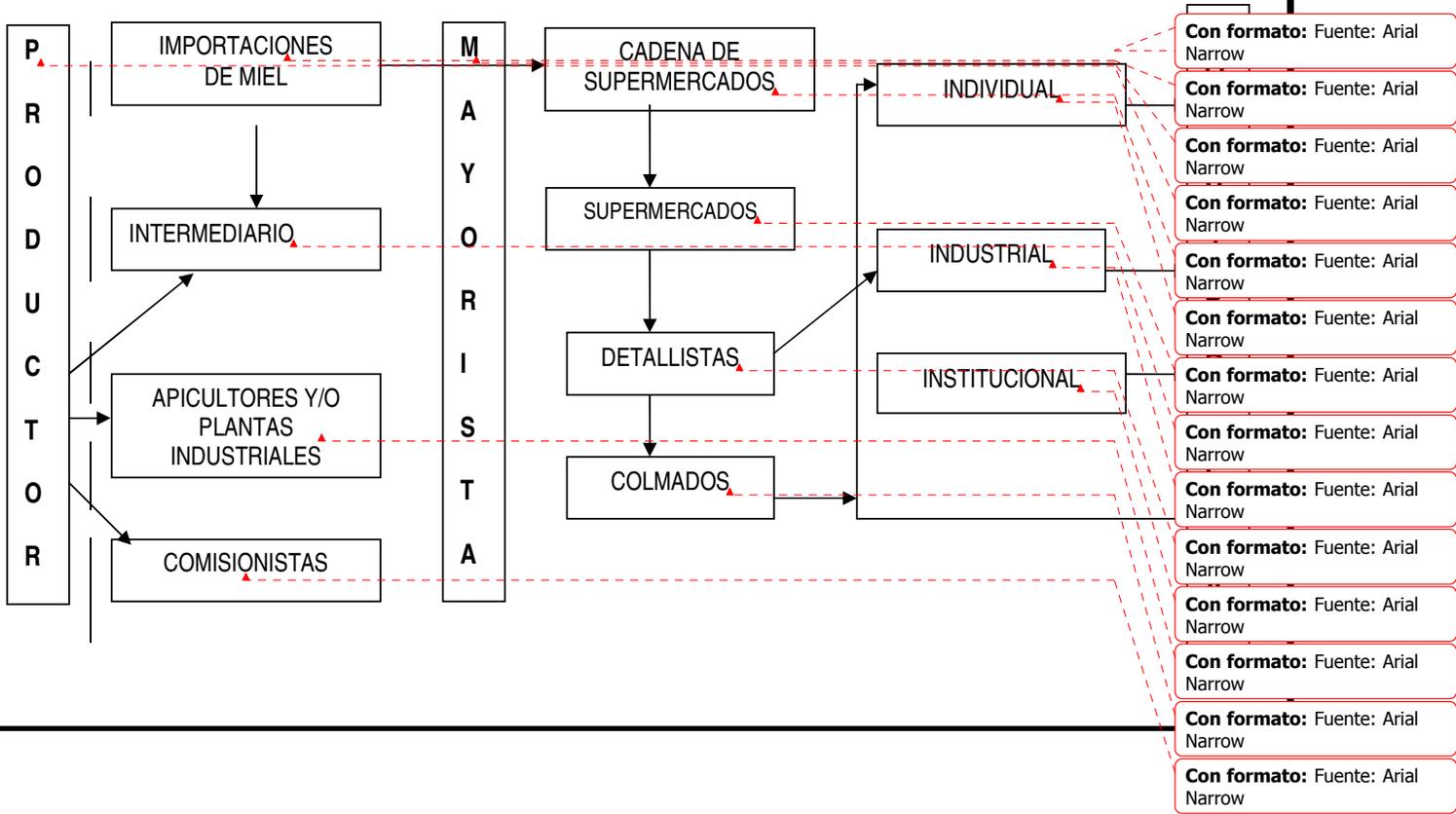
CANALES DE DISTRIBUCION DE MARISCOS (CAMARONES Y LANGOSTAS)



CANALES DE DISTRIBUCION DE QUESO FRESCO



CANALES DE DISTRIBUCION DE MIEL DE ABEJAS



III. MATRÍZ DE CRITERIOS DE SELECCIÓN DE PRODUCTOS

El Tratado de Libre Comercio entre el Mercado Común Centroamericano y la República Dominicana, entró en vigencia el 03 de Octubre del año 2004. En tal sentido es preciso destacar que el objetivo principal de este TLC es lograr establecer una Zona de Libre Comercio con fines de incrementar significativamente el intercambio comercial entre los países de Centroamérica, en el caso que nos concierne de Nicaragua y República Dominicana.

Los Objetivos Específicos son los Siguietes:

- Fomentar y estimular el crecimiento y diversificación comercial
- Aumentar significativamente las oportunidades recíprocas de exportación e inversión
- Eliminar las barreras al Libre Comercio y facilitar las circulación de bienes y servicios
- Proteger y hacer que prevalezcan, apropiada y efectivamente los derechos de propiedad intelectual
- Establecer sistemas y procedimientos eficaces para la implementación y cumplimiento del TLC, su administración y posible solución de controversias
- Establecer lineamientos que permitan la posterior cooperación recíproca entre los países con fines de mejorar y ampliar los beneficios del TLC.

Por otro lado, con el propósito de fomentar el intercambio comercial de bienes y un mayor acceso a mercados, se acordó establecer las directrices siguientes:

- Eliminación inmediata de aranceles, a partir del 03 de octubre del 2001, quedando libre de aranceles alrededor del 90% de bienes transables y solamente fueron incluidos en la lista de exención y/o negativa aproximadamente 20 productos, los cuales fueron fundamentalmente los siguientes: arroz frijoles, azúcar, ajo, cebolla, maíz y el establecimiento de cuotas para leche en polvo (1,600 TM) y en pechugas de pollo (2,020 TM). Estos bienes constituyen los llamados productos de la “Rectificación Técnica de República Dominicana”
- Tratamiento no discriminatorio a bienes y servicios.
- Cumplimiento de las cláusulas de nación más favorecida (NMF) y de Reciprocidad de la Organización Mundial del Comercio (OMC)
- Efectiva eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias
- Eliminación del certificado de origen y aplicación solo a solicitud y/o acuerdo entre el productor o exportador y el importador
- También se estableció una comisión interinstitucional entre cada uno de los países con fines de dar fiel cumplimiento a los aspectos de TLC relativos a medidas sanitarias, fitosanitarias y zoonosanitarias. Así como al fomento y promoción de la cooperación técnica.

En ese mismo tenor, es preciso señalar en función de las anteriores consideraciones sobre el TLC Nicaragua y República Dominicana, que los productos agropecuarios seleccionados para el estudio tendrán indudablemente ventajas comparativas y competitivas sobre los países de la competencia similares de la región.

Adicionalmente será necesario que Nicaragua pueda lograr contar con todas las informaciones relativas a las características y parámetros que permitan evaluar en su justa dimensión el mercado meta seleccionado (República Dominicana) para los fines del estudio. En tal sentido nos referimos a:

1. Monto de las Importaciones y su Procedencia (de los 6 productos seleccionados)
2. Calidad y Tipo de los Productos
3. Envases y Embalajes
4. Precio de Venta
5. Capacidad de Producción y Exportación (de los 6 productos seleccionados)
6. Composición de la Importaciones y Exportaciones en el Mercado Seleccionado

MATRIZ Y CRITERIOS DE SELECCIÓN DE PRODUCTOS

Categoría	Producto	Criterios de Selección	observaciones
0806	UVAS	Países similares a (EE.UU. y Chile) con presencia actual en el mercado con quienes Nicaragua puede Competir	Estas partidas están sujetas a controles fitosanitarios
0201	Carne Bovina	Admisibles al mercado Crecimiento del Mercado de importación	Partidas como carnes están sujetas a controles zoonosanitarios
0803	Plátanos	Condiciones agroecológicas adecuadas en nicaragua	Estas medidas tienden a ser barreras no arancelarias
0306	Mariscos	Tendencias Favorables del Mercado	Partidas como mariscos están sujetas a controles zoonosanitarios por MAGFOR, más que los controles fitosanitarios de las frutas y vegetales
0406	Quesos	Interés de los importadores en diversificar el origen de los productos	Partidas como quesos están sujetas a controles zoonosanitarios
0409	Miel de Abejas	Experiencias y Fortalezas en el Mercado Interno Nicaragüense	Estas medidas tienden a ser barreras no arancelarias que persiguen básicamente un sentido de protección local

IV BENCHMARKING, COMPETENCIA DIRECTA DE NICARAGUA.

Análisis de Benchmarking _ Competidores Directos de Nicaragua.

Principales Competidores.	Exportaciones a Republica Dominicana. (millones de US \$) Capitulo 7	Mercados atendidos. ¹	Desarrollo de la Industria Agro Alimentaria	Capacidad Técnica y Gerencial	Imagen y Reconocimiento en el mercado	Amenaza especifica para Nicaragua
Estados Unidos	2,859.30	UE : 32% A.L : 28% HAITI: 18% Canadá: 14% Otros : 8%	ALTO	¥ ¥ ¥	£ £ £	Alta
Canadá	76.50	USA : 73 % U.E : 23 % AL : 9 % Otros : 5 %	ALTO	¥ ¥ ¥	£ £ £	Alta
Chile	47.80	USA : 49 % UE : 20 % Cuba : 15 % Otros : 14%	ALTO	¥ ¥ ¥	£ £ £	Alta

Alto ¥ ¥ ¥ £ £ £ - Medio ¥ ¥ - Bajo ¥ £

¹ Cálculos del CCI basados en estadísticas de CEI de República Dominicana.

V. FICHAS DE PRODUCTOS MERCADOS

FICHA DE PRODUCTO MERCADO

Mercado de República Dominicana

Nombre común del producto:..... Uva
 Nombre común en inglés:.....Grape
 Nombre científico:..... Vitis vinífera

1. Número de HS 0806 - Uvas frescas o secas
(Harmonized System) 0806.10.00 - Uvas frescas 20%
y clasificación. 0806.20.00 - Uvas secas incluidas las pasas... 20%

2. Las principales variedades del producto importadas en el mercado. La uva o grano de uva es el nombre que recibe el fruto que crece formando racimos de la vid común o vid europea. Pertenece al género Vitis de la familia de las Vitáceas, que incluye unas 600 especies de arbustos, por lo general trepadores y que producen frutos en baya, propios de países cálidos y tropicales. Dentro del género Vitis se incluyen unas 20 especies cultivadas por sus frutos y algunas por sus hojas que se consumen como cualquier verdura.
 La uva de mesa ha de tener acidez baja, ser pobre en azúcares y cumplir ciertas normas de tamaño, color y forma. Uva Moscatel: es la variedad más popular debido a su delicado aroma y su delicioso sabor dulce. Los granos son grandes, redondos, muy lisos, con la piel blanca, negra o roja. Sweetwater: es una uva de piel fina, color verde y sabor menos pronunciado. Resulta adecuada para el cultivo en invernadero. Existen muchos tipos de uva, que se clasifican fundamentalmente en dos variedades: uvas blancas y negras. Dentro de cada una de ellas habría distintas clases, destacando algunas como las uvas moscateles, que se utilizan para comer crudas o para la producción del vino moscatel, las uvas de Corintio con las cuales se elaboran pasas.

3. Importaciones anuales por país de origen (US\$000).

IMPORTACIONES DE UVAS FRESCAS, SEGUN PAIS DE ORIGEN 2000-2003 VALOR FOB EN US\$

PAISES	2000	2001	2002	2003
Chile	737,462	588,714	1,159,653	1,021,627
Estados Unidos	2,319,736	4,190,191	3,372,933	2,082,850
Canada		16,656		
Puerto Rico		198		
Afganistán	102,368			
Colombia	30,462			
No Declarados	134,577			
Total	3,324,604	4,795,759	4,532,586	3,104,477

4. Precios

La uva se comercializa en el mercado local con precios que oscilan según el período y estación del año. La libra de uva se cotiza a razón de 45.00 a 50.00 pesos dominicanos (US\$ 1.40) en períodos de mayor oferta en el mercado. En otras épocas puede alcanzar precios más elevados llegando hasta los 70.00 pesos, esto es casi US\$2.00 la libra.

5. Condiciones de admisibilidad al mercado

- Las mismas deben venir en furgones refrigerados a una temperatura de 0-2.22 °C (32-36°F).
- Constancia (certificación) de las bodegas del barco y/o furgones fueron higienizados y desinfectados antes de colocar la mercancía.
- Las mismas deben cumplir una Cuarentena de 15 días.
- Certificado Fitosanitario del país de origen.
- Permiso del Comité de Promoción Agrícola y Ganadera.
- Presentar original de la Guía de No Objeción Fitosanitaria al Inspector de Cuarentena Vegetal en el Puerto de entrada.

NOTA: Esta importación debe ajustarse a las normas establecidas en la Resolución No. 84/96.

- Certificación de que son producidas y empacadas en áreas libres de Mosca de Fruta *Ceratitis Capitata*.
- En el caso de Chile se requiere Certificación de que las frutas no hayan sido producidas ni empacadas en bosques de la I Región.
- En general la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA) requiere para la importación de uvas el Certificado Fitosanitario y se exige que el producto sea apto para el consumo humano. Las demás especificaciones se establecen entre comprador y vendedor tales como tamaño y peso.

Gravámenes a la Importación

20%	Impuesto Arancelario	12%	ITBIS
10%	Comisión Cambiaria	2%	Recargo Cambiario

6. Empaque comercial

La uva es importada en racimo completo empacado en cajas de cartón, se coloca el racimo de forma que las unidades no realicen peso y roce fuerte de una contra otras. Las cajas tienen un peso de 25 a 50 libras, esto para mantener y conservar el producto. Se recomienda mantener los racimos colgados para garantizar mayor durabilidad y que no se presionen los frutos.

Los racimos que se comercializan se ajustan a unas normas de calidad que determinan el peso y el tamaño medio de los frutos; estos tendrán un diámetro medio de 1,6 centímetros y un peso de entre 200 y 350 gramos.

La importación se realiza en contenedores. Y la negociación se efectúa entre 60 y 90 días antes de realizar las importaciones.

Principales Importadores de UVAS
<p> Empresa: Arbaje Soni & Asociados Dirección: Av. Duarte # 168 Teléfono: (809) 536-6454 Fax: (809) 536-4555 Atención: Eduard Arbaje E-Mail edarbaje@hotmail.com </p>
<p> Empresa: Importadora Oceánica, S.A Dirección: Zona Industrial de Haina Teléfono: (809) 540-0128 Fax: (809) 566-5440 Atención: José Angel Rodríguez E-Mail m.paradas@importadoreaoceanica.com </p>
<p> Empresa: Centro de Cuesta Nacional, C por A. Dirección: Av. Luperon Esq. Gustavo Mejía Ricart Teléfono: (809) 537-5017 Fax: (809) 473-8604 Atención: Antonio Hernández E-Mail : afernandez@ccn.do </p>
<p> Empresa: La Finca Dirección: San Vicente de Paúl Esq. Costa Rica, Alma Rosa I Teléfono: (809) 597-9797 Fax: (809) 594-8123 Atención: Jesús Ortíz E-Mail : No tienen </p>
<p> Empresa: RH Mejía & CO C por A Dirección: José Contreras # 66 Teléfono: (809) 532-5061 y 543-3208 / 482-5085 Fax: (809) 562-8599 y 532-3947 Atención: Ramón Hipólito Mejía E-Mail rhmejia@verizon.net.do </p>
<p> Empresa: Almacenes Continentes S.A Dirección: Aut. Duarte # 59, Las Palmas de Herrera Teléfono: (809) 561-1616 Fax: (809) 564-3535 Atención: Marcos Díaz E-Mail alm.continental@verizon.net.do </p>
<p> Empresa: Álvarez & Sánchez C por A Dirección: Av. Luperon # 100, Los Restauradores Teléfono: (809) 537-4440 Fax: (809) 537-3338 Atención: José Antonio E-Mail admalsa@codetel.net.do </p>

<p> Empresa: Amador Pimentel y CO C X A Dirección: C/ Juan Erazo # 30, Villa Juana Teléfono: (809) 688-6260 Fax: (809) 689-8931 Atención: Fernando Pimentel E-Mail No tienen </p>
<p> Empresa: Caritas Dominicanas INC Dirección: C/ Coronel Fernández Domínguez # 51, Ens. La Fe Teléfono: (809) 565-7746 Fax: (809)565-3225 Atención: Ing. Lorenzo García E-Mail : cdrdofna@verizon.net.do </p>
<p> Empresa: Casa Celestino Genao C por A. Dirección: C/ Trinidad Moya Vásquez # 81, Los Minas Teléfono: (809) 594-5155 Fax: (809) 596-6332 Atención: Freddy Genao E-Mail : celestinogenao@hotmail.com </p>
<p> Empresa: Cortes Hermanos & Compañía C por A Dirección: C/ Francisco Villa Espesa # 175 Teléfono: (809) 544-1413 Fax: (809) 562-3089 Atención: Lic. Julio Navarro E-Mail cortes.rd@verizon.net.do </p>
<p> Empresa: Francisco Orlando Rodríguez C por A. Dirección: C/ Restauración # 213, Santiago de los Caballeros Teléfono: (809) 971-7676 Fax: (809)971-7680 Atención: Francisco Rodríguez E-Mail No tienen </p>
<p> Empresa: Hotelsa Internacional S A Dirección: Carretera Rui Km. 2 ½, Bavaro Teléfono: (809) 552-6009 Fax: (809) 552-6079 Atención: Domingo Merez E-Mail dominicana@hotmail.com </p>
<p> Empresa: José Ma. Canales C por A Dirección: C/ Manuela Diez # 197, Villa Consuelo Teléfono: (809) 536-3142 Fax: (809) 536-3142 Atención: Juan Canales E-Mail : canales.juan@codetel.net.do </p>
<p> Empresa: Carlos L. León Dirección: Aut. Duarte Km. 6 ½, Santiago Teléfono: (809) 570-7501 Fax: (809)570-7504 </p>

<p>Atención: Carlos Andrés León E-Mail : carlosl.leon@hotmail.com</p>
<p>Empresa: Juan de Jesús Hermanos C por A Dirección: C/ Juan Alejandro Ibarra # 151, Cristo Rey Teléfono: (809) 472-7300 Fax: (809) 472-7303 Atención: Américo Monte de Oca E-Mail : ccjaco@hotmail.com</p>
<p>Empresa: Levapan Dominicana S A Dirección: Km. 12 ½ de la Carretera Sánchez Teléfono: (809) 537-8254 Fax: (809)537-7230 Atención: Mónica Ponde de León E-Mail lavapan@verizon.net.do</p>
<p>Empresa: Nestle Dominicana C por A Dirección: Av. Abraham Lincoln # 118 Teléfono: (809) 508-5000 Fax: (809) 508-5096 Atención: Ariel Ortíz E-Mail a.Ortiz@do.nestle.com</p>
<p>Empresa: Suárez & Hermanos C por A Dirección: Charles Limbert # 01 Teléfono: (809) 567-4221 Fax: (809) 565-8592 Atención: José Antonio Suárez E-Mail venta@suarezhermanos.com</p>
<p>Empresa: Comercial Marino Calderón C por A Dirección: C/ San Juan de la Maguana Teléfono: (809) 681-9111 Fax: (809) 681-9120 Atención: Marino Calderon E-Mail comercial.calderon@verizon.net.do</p>

FICHA DE PRODUCTO MERCADO

Mercado de República Dominicana

Nombre común del producto: Carne Deshuesada

Nombre común en inglés: Meat without bone

1. Número de HS (Harmonized System) y clasificación.	Código	Designación de Mercancías	Gravamen
	02.01	Carne de animales de la especie bovina, fresca o refrigerada.	
	0201.30.00	- Deshuesada	20
	02.02	Carne de animales de la especie bovina, congelada.	
	0202.30	- Deshuesada:	20
	0202.30.10	- En trozos irregulares ("trimming")	20
	0202.30.90	- Las demás	20
	02.03	Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada.	
	0203.19.00	- Las demás frescas o refrigeradas	40
	0203.29.10	- En trozos irregulares congeladas ("trimming")	25
	0203.29.90	- Las demás congeladas (deshuesada)	40
	02.04	Carne de animales de las especies ovina o caprina, fresca, refrigerada o congelada.	
	0204.23.00	- Deshuesadas	40
	0204.43.00	- Carne ovina congelada y deshuesada	40
	0204.50.00	- Carne caprina (todas, incluyendo deshuesada)	40
	0205.00.00	Carne de animales de las especies caballar, asnal o mular, fresca, refrigerada o congelada (todas, incluyendo deshuesada)	20

2. Las principales variedades del producto importadas en el mercado.

Entre las variedades producidas se encuentran de la especie bovina, ovina, caballar y porcina. Es importada en cortes: Short Ribs, Sirloin de Roti y T-Bone-Steak

3. Importaciones anuales por país de origen (US\$000).

IMPORTACIONES DE CARNE DESHUESADA, POR PAISES DE PROCEDENCIA 2000-2003
VALORES FOB, EN US\$

CODIGO	PRODUCTO/PAIS	2000	2001	2002	2003
Carne de animales de la especie bovina, congelada					
0202.30.10	En trozos irregulares ("trimming")		206,078	8,544	1,080
	Estados Unidos		203,419	98	1,080
	Puerto Rico		2,659	8,447	
0202.30.90	Las demás		133,494	162,872	17,035
	Estados Unidos		133,234	162,872	16,995
	Puerto Rico		-	-	40
	España		260	-	-
Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada					
<i>Fresca, refrigerada.</i>					
0203.19.00	Las demás	136,305	183,238	409,723	62,641
	Estados Unidos	136,305	183,238	409,723	62,641
<i>Congelada</i>					
0203.29.10	En trozos irregulares ("trimming")	-	588,755	626,927	22,360
	Estados Unidos	-	519,016	626,927	22,360
	Canadá	-	69,739	-	-
0203.29.90	Las demás	-	101,582	75,402	50,901
	Estados Unidos	-	101,582	75,402	48,931
	Cuba	-	-	-	1,970
Carne de animales de las especies ovina o caprina, fresca					
<i>Refrigerada o congelada.</i>					
0204.23.00	Deshuesada, refrigerada o congelada. Las demás	-	-	3,319	4,917
	Estados Unidos			3,319	4,917
0204.43.00	Las demás carnes de animales de la especie ovina, congeladas. Deshuesadas	-	219	302	-
	Estados Unidos	-	219	302	-
0204.50.00	Carne de animales de las especies caballar, asnal o mular,	40,092	-	-	-
	Francia	40,092	-	-	-
0205.00.00	Carne de animales de las especies caballar, asnal o mular				66
	Chile	-	66	-	-

Fuente: Banco Central de la República Dominicana

4. Precios Los precios de las carnes cortes Sirloin-Steak se expende a RD\$115.00 (US\$2.7), el Churrasco a RD\$100.00 (US\$2.5), e T-Bone RD\$145.00 (US\$3.3) mientras que el filete oscila entre RD\$150 (US\$3.4) y 250.00 (US\$4.0). /Libra

5. Condiciones de admisibilidad al mercado Para la importación de carne, deben presentarse ante la Dirección General Aduana dominicana los documentos que siguen: la Factura Comercial, el documento del transporte internacional (Bill Lading), el Certificado de Origen y el Certificado Zoo-Sanitario.

El importador debe estar registrado en la Dirección General de Aduanas, para lo cual es requerido el Registro Nacional del Contribuyente (RNC).

Debe presentar una autorización de no objeción de la Dirección General de Ganadería de la Secretaria de Estado de Agricultura

Gravámenes a la Importación

- 20% Impuesto Arancelario
- 10% Comisión Cambiaria
- 12% ITBIS
- 2% Recargo Cambiario

CONTACTOS COMERCIALES

Empresa	Contacto	Dirección y Teléfono
Supermercados Bravo	Lic. Ismael Álvarez	Dirección: Av. Winston Churchill, Santo Domingo Teléfono: (809)227-2605 / 616-2542 Fax: (809)472-5570 E-Mail: bravocar@correo.tricom.net
Supermercados Carrefour	Luis Sánchez	Dirección: Aut. Duarte Km. 10 ½, Santo Domingo Teléfono: (809)412-2333 Fax: (809)412-2800 E-Mail: carrefour@verizon.net.do
Price Smart	Alberto Bonetti	Dirección: Av. Charles Summer #54 Teléfono: (809)334-333 Fax: (809)732-3160 E-Mail: Pricesmart@verizon.net.do
Hiper Ole	Luis González	Dirección: Aut. Duarte Km. 13 ½ Teléfono: (809)372-0909 Fax: (809)536-6411 E-Mail: hiperole@verizon.net.do
Supermercados Nacional	José Pérez	Dirección: Av. Abraham Lincoln Esq. 27 de Febrero Teléfono: (809)565-5541

		Fax: (809)565-5543 E-Mail: Snacional@verizon.net.do
Jumbo	Jeydi Núñez	Dirección: Av. San Vicente de Paul Esq. Carretera Mella, Zona Oriental Teléfono: (809)692-1000 Fax: (809)692-100 E-Mail: jumbo@verizon.net.do
Supermercado La Cadena	María Isabel Cifre	Dirección: Av. Abraham Lincoln # 751 Teléfono: (809)565-0000 Fax: (809)565-0008 E-Mail: mercato1@codetel.net.do
Empresa: Supermercados Pola	Eddy Rosado	Dirección: Av. Sarasota, Santo Domingo Teléfono: (809)532-9574 Fax: (809)532-3040 E-Mail: supermercadopola.com.do
Supermercado Casa Velásquez C x A	Héctor Olivier	Dirección: Arzobispo Meriño, 52, Zona Colonial Teléfono: (809) 221-4110 Fax: (809)221-2934 E-Mail: scvelasquez@verizon.net.do
Congelados del Caribe	Miguel Paulino	Dirección: Av. Monumental #24 Teléfono: (809)922-8585 Fax: (809)922-8800 E-Mail: mpaulino@intl
Empresa: Caribe Import INC	Antonio García	Dirección: Aut.. Duarte Km. 24 Teléfono: (809)559-7600 Fax:(809)559-9091 E-Mail: caridom@verizon.net.do
Comercial Rex, S.A (COREXSA)	Luis Rodríguez	Dirección: Isabel Aguiar # 97 Teléfono: (809)530-6691 Fax: (809)534-0627 E-Mail: corex@verizon.net.do
Empresa: Quich Food	Nelson Gómez	Dirección: 1251 Randall Av. Brony, N.Y. 10474, E.U.A Teléfono: (718)328-9600 Fax: (718)328-3555 E-Mail: ngomez@hotmail.com

FICHA DE PRODUCTO MERCADO

Mercado de República Dominicana

Nombre común del producto: Plátano

Nombre común en inglés: Plantain

1. Número de HS (Harmonized System) y clasificación. 0803.00.12 - Plátanos para cocción (tipo plantain)
0803.00.19 - Los demás plátanos
0803.00.20 - Plátanos secos

2. Las principales variedades del producto importadas en el mercado. El plátano pertenece a la familia de las Musáceas. El origen de esta musácea se ha señalado en la región Indomalaya. Los cultivos comestibles se diseminaron luego hacia África y las Canarias, fue introducido al continente Americano por vía de los conquistadores españoles hacia el siglo XVI. Los indígenas lo asumieron como una fuente de alimentación.

Las denominaciones de los cultivos de musáceas como banano o guineo se aplican a aquellos frutos que se consumen frescos. Se denominan plátanos aquellos que se consumen cocidos. El plátano es un alimento altamente energético utilizado en la dieta de grandes grupos poblacionales en el continente Americano.

3. Condiciones de admisibilidad al mercado El plátano puede ser consumido en diferentes formas, siendo las más comunes harinas
El plátano es comprado pelado en kilogramos, la Secretaría de Estado de Agricultura requiere que la empresa que importa plátano no realice la importación del producto en cáscara y no le otorga el correspondiente certificado fitosanitario.

Gravámenes a la Importación

20% Impuesto Arancelario
10% Comisión Cambiaria
12% ITBIS
2% Recargo Cambiario

4. Empaque comercial Los plátanos se empacan en cajas de cartón corrugado perfectamente limpias, con tapaderas y construidas en forma tal que permitan su manipulación y transporte seguro hasta el punto de destino. Las cajas pueden tener una capacidad de 23 kilogramos (50 libras).

Principal Contacto Comercial

Empresa: Frito Lay Dominicana
Dirección: Autopista Duarte Km. 22, Santo Domingo.
Teléfono: (809)559-9009
Fax: (809)559-6965
Contacto: Ing. Antonio Núñez
E-Mail: tonynúñez@intl.fritolay.com

FICHA DE PRODUCTO MERCADO

Mercado de República Dominicana

Nombre común del producto: Camarones y Langostas
Nombre común en inglés: Shrimps and Lobsters
Nombre científico: Peneidos y Palinuridae

1. Número de HS (Harmonized System) y clasificación.	0306.11.00	- Langostas (<i>Palinurus spp.</i> , <i>Panulirus spp.</i> , <i>Jasus</i>)
	0306.13.10	- Langostinos (<i>Penaeus spp.</i>)
	0306.13.90	- Los demás camarones y langostinos
	0306.14.00	- Cangrejos (excepto macruros)
	0306.19.10	- Camarones de río (<i>Astacus spp.</i> , <i>Cambarus</i>)
	0306.19.90	- Los demás camarones de río
	0306.21.10	- Langostas para reproducción o cría industrial
	0306.21.90	- Langostas, las demás
	0306.23.10	- Camarones, langostinos, para cría industrial
	0306.23.91	- Langostinos (<i>Penaeus spp.</i>)
	0306.23.99	- Los demás langostinos
	0306.29.91	- Camarones de río (<i>Astacus spp.</i> , <i>Cambarus</i>)
	0306.29.99	- Los demás camarones de río

2. Las principales variedades del producto importadas en el mercado.

Las principales variedades de camarones comercializadas en la República Dominicana son el Black Tiger y el Quirch

**3. Importaciones
anuales por país
de origen
(US\$000).**

**IMPORTACIONES DE CAMARONES Y LANGOSTAS, POR PAISES DE PROCEDENCIA 2000-2003
VALORES CIF, EN US\$**

CODIGO	PRODUCTO/PAIS	2000	2001	2002	2003
0306.11.00	LANGOSTAS	4,821	6,995	3,401	12,686
	ESTADOS UNIDOS	3,247	6,995	3,344	10,440
	ESPAÑA			-	2,246
	FRANCIA			56	-
	CUBA	11,574			
0306.13.10	LANGOSTINOS	249,375	435,120	53,896	380,530
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	228,475	339,757	280,624	263,543
	INDONESIA	-		-	58,514
	INDIA	-	42,455	-	48,273
	PUERTO RICO	-	10,789	-	5,761
	OTROS	20,900	42,119	(226,728)	4,438
0306.13.90	LOS DEMÁS CAMARONES Y LANGOSTINOS	29,326	48,272	603,095	921,915
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	23,203	-	492,506	823,270
	PERU		-	-	40,400
	TAILANDIA		-	-	35,580
	PUERTO RICO		7,820	83,677	18,435
	ESPANA	6,123	33,446	-	-
	OTROS				
0306.14.00	CANGREJOS	141,794	144,762	171,805	235,669
	CHINA CONTINENTAL			14,947	100,070
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	94,310	61,916	93,529	88,760
	PUERTO RICO		1,964	186	13,573
	CHILE		77,814	106	11,943
	COREA DEL SUR			-	10,140
	CUBA				
	ESPAÑA	43,576			
	OTROS				

0306.19.10	CAMARONES DE RÍO	55,257	22,798	67,350	66,837
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	-	17,218	7,939	36,247
	ESPANA	-	5,580	30,824	30,590
	INDIA	-		27,566	-
	OTROS	-			
0306.19.90	CAMARONES DE RÍO, LOS DEMÁS	-	112,338	141,459	154,615
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	-	93,034	65,674	71,526
	VIETNAM	-	-	62,864	31,446
	CHINA CONTINENTAL	-	-	-	31,383
	OTROS	-	19,304	12,922	20,260
0306.21.10	CAMARONES PARA REPRODUCCIÓN O CRÍA INDUSTRIAL	-			7,680
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	-	-	33,640	7,680
		-			
0306.21.90	LOS DEMÁS CAMARONES	-			6,274
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	-	12,666	6,631	6,274
0306.23.10	CAMARONES Y LANGOSTINOS PARA LA PRODUCCIÓN O CRÍA INDUSTRIAL	-	203,008	59,233	11,346
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	-	86,106	32,233	11,346
	VENEZUELA	-		27,000	-
	ARUBA	-	93,900		
	OTROS	-	23,002	-	-
0306.23.91	LOS DEMÁS CAMARONES, LANGOSTINOS, Y DEMÁS DECÁPODOS NATANTIA:	-	66,337	71,812	5,839
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	-	44,515	43,469	5,839
	ESPANA	-	-	19,656	-
	NORUEGA	-	3,298	8,688	-
	OTROS	-	18,524	-	-
0306.23.99	LOS DEMÁS LANGOSTINOS	-	294,339	223,736	36,394
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	-			11,177

			223,644	198,855	
	INDONESIA	-		-	25,217
	BANGLADESH	-	56,234	-	-
	OTROS	-	14,461	24,881	-
0306.29.91	CAMARONES DE RÍO	-	4,031	5,297	51,287
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	-	4,008	4,536	51,287
	OTROS	-	23	761	-
0306.29.99	LOS DEMÁS CAMARONES DE RÍO	-	4,847	39,196	7,794
	ESTADOS UNIDOS (EEUU)	-	4,532	27,254	7,794
	OTROS	-	315	11,943	-

4. Precios

-Camarones Black Tiger 16/20	US\$ 8.00
-Camarones Black Tiger 26/30	US\$ 7.24
-Camarones Black Tiger 51/60	US\$ 6.10
-Camarones Quirch 16/20	US\$ 7.60
-Camarones Quirch 26/30	US\$ 7.18
-Langostinos (locales)	
Cola:	US\$ 8.44/lb.
Entero:	US\$ 7.00/lb.
-Langosta	
Cola:	US\$ 10.44/lb.
Entera:	US\$ 7.67/lb.

5. Condiciones de admisibilidad al mercado

Las importaciones de camarones y langostas requieren de un permiso del Departamento de Recursos Pesqueros, de la SEA.

Gravámenes a la Importación

20%	Impuesto Arancelario
10%	Comisión Cambiaria
12%	ITBIS
2%	Recargo Cambiario
10%	Comisión Cambiaria

6. Canales de distribución

Los canales de distribución de los camarones y langostinos varían considerablemente según el tipo de producto (enlatado, congelado, seco, etc.) y según el mercado de que se trate.

Los camarones y langostinos enlatados suelen ser importados por grandes importadores y suelen comercializarse bajo la marca comercial del importador. En otros casos se comercializan bajo la marca del envasador.

Los camarones y langostinos congelados, suelen pasar por importadores especializados en productos de pesca que adquieren y almacenan la mercancía por su propia cuenta.

Principales Contactos Comerciales

Empresa	Contacto	Dirección y Teléfono
Supermercados Bravo	Lic. Ismael Álvarez	Dirección: Av. Winston Churchill, Santo Domingo Teléfono: (809)227-2605 / 616-2542 Fax: (809)472-5570 E-Mail: bravocar@correo.tricom.net
Supermercados Carrefour	Luis Sánchez	Dirección: Aut. Duarte Km. 10 ½, Santo Domingo Teléfono: (809)412-2333 Fax: (809)412-2800 E-Mail: carrefour@verizon.net.do
Price Smart	Alberto Bonetti	Dirección: Av. Charles Summer #54 Teléfono: (809)334-333 Fax: (809)732-3160 E-Mail: Pricesmart@verizon.net.do
Hiper Ole	Luis González	Dirección: Aut. Duarte Km. 13 ½ Teléfono: (809)372-0909 Fax: (809)536-6411 E-Mail: hiperole@verizon.net.do
Supermercados Nacional	José Pérez	Dirección: Av. Abraham Lincoln Esq. 27 de Febrero Teléfono: (809)565-5541 Fax: (809)565-5543 E-Mail: Snacional.@verizon.net.do
Jumbo	Jeydi Núñez	Dirección: Av. San Vicente de Paul Esq. Carretera Mella, Zona Oriental Teléfono: (809)692-1000 Fax: (809)692-100 E-Mail: jumbo@verizon.net.do
Supermercado La Cadena	María Isabel Cifre	Dirección: Av. Abraham Lincoln # 751 Teléfono: (809)565-0000 Fax: (809)565-0008 E-Mail: mercatodo1@codetel.net.do
Empresa: Supermercados Pola	Eddy Rosado	Dirección: Av. Sarasota, Santo Domingo Teléfono: (809)532-9574 Fax: (809)532-3040 E-Mail: supermercadopola.com.do
Supermercado Casa Velásquez C x A	Héctor Olivier	Dirección: Arzobispo Meriño, 52, Zona Colonial Teléfono: (809) 221-4110 Fax: (809)221-2934 E-Mail: scvelasquez@verizon.net.do
Congelados del Caribe	Miguel Paulino	Dirección: Av. Monumental #24 Teléfono: (809)922-8585 Fax: (809)922-8800 E-Mail: mpaulino@intl

Empresa: Caribe Import INC	Antonio García	Dirección: Aut.. Duarte Km. 24 Teléfono: (809)559-7600 Fax:(809)559-9091 E-Mail: caridom@verizon.net.do
Comercial Rex, S.A (COREXSA)	Luis Rodríguez	Dirección: Isabel Aguiar # 97 Teléfono: (809)530-6691 Fax: (809)534-0627 E-Mail: corex@verizon.net.do
Empresa: Quich Food	Nelson Gómez	Dirección: 1251 Randall Av. Brony, N.Y. 10474, E.U.A Teléfono: (718)328-9600 Fax: (718)328-3555 E-Mail: ngomez@hotmail.com

Ficha de Producto Mercado

Mercado de República Dominicana

Nombre común del producto: Queso
 Nombre común en inglés: Fresh Cheese

1. Número de HS (Harmonized System) y clasificación. 0406.10.00

2. Las principales variedades del producto importadas en el mercado. **FRESCOS**
 Queso Monterrey
 Queso Campesino
 Queso Crema
 Mozzarella
 Requesón

OTROS QUESOS PRODUCIDOS LOCALMENTE

Queso Cheddar
 Queso Gouda
 Queso Samsøe

3. Importaciones anuales por país de origen (US\$000).

IMPORTACIONES DE QUESO FRESCO POR PAIS DE ORIGEN
 Enero-Diciembre, 2000-2003
 VALOR CIF EN US\$

0406.10.00	QUESO FRESCO	2000	2001	2002	2003
	ESTADOS UNIDOS	747	442,633	641,948	435,161
	FRANCIA	1,988	-	627	279
	CURAZAO			-	362
	ARUBA	-	57		
	ITALIA	5	-		
TOTAL		2,740	442,690	642,938	435,440

4. Precios MOZZARELLA RD\$ 146.33/LB (US\$3.25)
 QUESO CREMA RD\$ 109.50/LB (US\$2.43)
 RICOTTA RD\$ 93/LB (US\$2.06)
 OTROS QUESOS FRESCOS IMPORTADOS RD\$ 170 (US\$3.78)

5. Condiciones de admisibilidad al mercado Este producto requiere, a la importación, de la presentación de un certificado sanitario y zosanitario emitido por el país de origen del producto, el cual debe ser presentado ante las autoridades de la Dirección General de Ganadería (DIGEGA)

En lo que se refiere al TLC entre USA-RD, el acuerdo sobre productos lácteos establece cuotas que regirán para los quesos como: Mozzarella (125 toneladas métricas), Cheddar (125 toneladas métricas) y otros quesos (125 toneladas métricas).

Los quesos serán desgravados en un período de 20 años para el Mozzarella, 15 el Cheddar y 10 para otros quesos; a todos se le aplicaran salvaguardias especiales.

Gravámenes a la Importación

- 20% Impuesto Arancelario
- 10% Comisión Cambiaria
- 12% ITBIS
- 2% Recargo Cambiario

Principales importadores y Comercializadores de Queso Fresco
Empresa: Almacenes León C. por A. Dirección: C/ 1ra. # 01, en el Sector La Venta Teléfono: (809) 564-6770 Fax: (809) 372-7644 Atención: Katherine García E-Mail Katherinene.garcia@almacenesleon.com
Empresa: Anacaona & Lonjeff S.A. Dirección: C/ 3ra. # 18, Zona Industrial de Herrera Teléfono: (809) 537-5559 Fax: (809) 537-6521 Atención: Pablo Nanun E-Mail pablomp@anacaona-sea.com
Empresa: PriceSmart Dominicana S. A. Dirección: Av. Charles Summer # 54, Urb. Fernández Teléfono: (809) 334-3434 Fax: (809) 947-9551 Atención: Frixso Messina E-Mail fmessina@psmtdr.com

FICHA DE PRODUCTO MERCADO

Mercado de República Dominicana

Nombre común del producto: Miel
Nombre común en inglés: Honey

1. Número de HS (Harmonized System) y clasificación.	Código	Designación de Mercancías	Arancel del Sistema Armonizado
	0409.00.00	Miel Natural	20%

2. Las principales variedades del producto importadas en el mercado.

3. Importaciones anuales por país de origen (US\$000).

IMPORTACIONES DE MIEL DE ABEJAS POR PAIS DESTINO Enero-Diciembre, 2000-2003
VALOR FOB EN US\$

PRODUCTO/PAIS	AÑOS			
	2000	2001	2002	2003
EL SALVADOR	-	-	-	3,825
ESPANA	529	-	743	136
ESTADOS UNIDOS (EEUU)	8,257	141	1,103	1,523
MEXICO	-	-	-	1
ISRAEL	-	-	6	-
PUERTO RICO	-	-	44	-
ITALIA	-	39.00	-	-
TOTAL	8,785.34	180.00	1,895.33	5,486.41

FUENTE: Banco Central de la República Dominicana

4. Precios y presentaciones

La presentación o envase de la miel se realiza en envases plásticos en tamaños 32 y 16 onzas, es decir, una y dos libras respectivamente. El precio promedio al que se distribuye es de RD\$129.00 (US\$ 3.2) el envase de 32 onzas y RD\$69.00 (US\$ 1.8) el de 16 onzas.

5. Condiciones de admisibilidad al mercado

Para la importación de miel, debe presentarse ante la Aduana dominicana los documentos que siguen: la factura comercial, el documento del transporte internacional, el certificado de origen y el certificado zoo-sanitario.

El importador debe estar registrado en la Dirección General de Aduanas, para lo cual es requerido el Registro Nacional del Contribuyente (RNC).

Gravámenes a la Importación

- 20% Impuesto Arancelario
- 10% Comisión Cambiaria
- 12% ITBIS
- 2% Recargo Cambiario
- 10% Comisión Cambiaria

6. Condiciones habituales de compra venta

Las modalidades cotidianas de compra-venta están en consonancia con las negociaciones que usualmente se realizan entre las partes, previamente al inicio de los despachos comerciales (Exportaciones) posteriormente recibos de las mercancías por los compradores (Importaciones). En tal sentido podemos señalar que las más frecuentes son:

- Ventas FOB (Puerto de Embarque)
- Ventas CIF (Puerto de Arribo y/o Destino)
- Ventas al Contado (Transferencia Bancaria)
- Ventas a Precio Mínimo Garantizado (PMG)
- Ventas a Consignación (Pago después que el importador ha vendido la mercancía).

Los pagos generalmente son efectuados dentro de un período de 15 a 21 días, aunque se presentan ciertos acuerdos privados variables. Es preciso indicar que una vez establecida, una relación de negocios de mutua confianza entre las partes, se establece un mecanismo de "Cuenta Abierta" mediante el cual se realizan pagos parciales de importancia disminuyendo así los costos de las transferencias bancarias.

Generalmente estos son muy variables y obviamente los mismos dependen de las costumbres habituales de las partes. En el caso de las Cadenas de Supermercados, estas usualmente pagan a sus suplidores dentro de un período de 60 y 90 días lo cual implica mayores costos financieros que afectan a todos los intermediarios que intervienen en el proceso de comercialización de los productos.

Contactos Comerciales

Empresa	Contacto	Dirección y Teléfono
Supermercados Bravo	Lic. Ismael Álvarez	Dirección: Av. Winston Churchill, Santo Domingo Teléfono: (809)227-2605 / 616-2542 Fax: (809)472-5570 E-Mail: bravocar@correo.tricom.net
Supermercados Carrefour	Luis Sánchez	Dirección: Aut. Duarte Km. 10 ½, Santo Domingo Teléfono: (809)412-2333 Fax: (809)412-2800 E-Mail: carrefour@verizon.net.do
Price Smart	Alberto Bonetti	Dirección: Av. Charles Summer #54 Teléfono: (809)334-333 Fax: (809)732-3160 E-Mail: Pricesmart@verizon.net.do
Hiper Ole	Luis González	Dirección: Aut. Duarte Km. 13 ½ Teléfono: (809)372-0909 Fax: (809)536-6411 E-Mail: hiperole@verizon.net.do
Supermercados Nacional	José Pérez	Dirección: Av. Abraham Lincoln Esq. 27 de Febrero Teléfono: (809)565-5541 Fax: (809)565-5543 E-Mail: Snacional.@verizon.net.do
Jumbo	Jeydi Núñez	Dirección: Av. San Vicente de Paul Esq. Carretera Mella, Zona Oriental Teléfono: (809)692-1000 Fax: (809)692-100 E-Mail: jumbo@verizon.net.do
Supermercado La Cadena	María Isabel Cifre	Dirección: Av. Abraham Lincoln # 751 Teléfono: (809)565-0000 Fax: (809)565-0008 E-Mail: mercatodo1@codetel.net.do
Empresa: Supermercados Pola	Eddy Rosado	Dirección: Av. Sarasota, Santo Domingo Teléfono: (809)532-9574 Fax: (809)532-3040 E-Mail: supermercadopola.com.do
Supermercado Casa Velásquez C x A	Héctor Olivier	Dirección: Arzobispo Meriño, 52, Zona Colonial Teléfono: (809) 221-4110 Fax: (809)221-2934 E-Mail: scvelasquez@verizon.net.do

Congelados del Caribe	Miguel Paulino	Dirección: Av. Monumental #24 Teléfono: (809)922-8585 Fax: (809)922-8800 E-Mail: mpaulino@intl
Empresa: Caribe Import INC	Antonio García	Dirección: Aut.. Duarte Km. 24 Teléfono: (809)559-7600 Fax:(809)559-9091 <i>E-Mail:</i> caridom@verizon.net.do
Comercial Rex, S.A (COREXSA)	Luis Rodríguez	Dirección: Isabel Aguiar # 97 Teléfono: (809)530-6691 Fax: (809)534-0627 E-Mail: corex@verizon.net.do
Empresa: Quich Food	Nelson Gómez	Dirección: 1251 Randall Av. Brony, N.Y. 10474, E.U.A Teléfono: (718)328-9600 Fax: (718)328-3555 E-Mail: ngomez@hotmail.com

VI BASES PARA LA ELABORACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE PENETRACIÓN DE MERCADO (ANÁLISIS FODA)

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El Sector Alimenticio es uno de los más importantes dentro del Sistema Agroindustrial. ➤ El mercado dominicano dedica un alto porcentaje de sus ingresos al consumo de alimentos y bebidas. ➤ El Sector ha venido experimentando un fuerte crecimiento, después de la implementación del TLC: Nicaragua-R.D. ➤ Existe una demanda insatisfecha bien marcada en la mayoría de los productos seleccionados y así lo demuestran las importaciones. ➤ Los productos seleccionados en función del TLC: N-RD tienen ventajas comparativas y competitivas. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ En razón a la posición geográfica de la R.D y debido a que Nicaragua posee un clima favorable para la elaboración de los productos del sector agropecuario, prácticamente todos los productos seleccionados tienen una marcada tendencia hacia el crecimiento. ➤ Debido a que la producción está muy por encima de la demanda local, existen grandes oportunidades para las exportaciones nicaragüenses. ➤ En función de las cifras estadísticas obtenidas de los productos seleccionados, se puede apreciar el gran potencial de exportación existente. ➤ Se puede apreciar que existen muy buenas condiciones para la implementación de (Joint-Venture) y alianzas estratégicas de Micros y Pymes con empresas líderes dominicanas, lo cual favorecería una apropiada estrategia de penetración de mercado. ➤ Existen grandes posibilidades para la introducción de nuevos productos a R.D como resultado de un mejoramiento en la tecnología.
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ El Sector Alimentario es muy vulnerable a los cambios y/o efectos económicos del país, razón por la cual es uno de los más afectados. ➤ Hay ciertos productos agropecuarios cuyos precios están controlados por el mercado. ➤ El transporte internacional de productos agropecuarios necesita contenedores refrigerados y sus costos generalmente son muy elevados. ➤ La comercialización de productos agropecuarios generalmente se realiza a consignación y obviamente esto dificulta los pagos e ingresos a corto plazo. ➤ Frecuentemente, los países compradores aplican barreras no-arancelarias a la exportación de productos agropecuarios. 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Las grandes empresas existentes en el negocio de productos alimenticios dificultan con cierta frecuencia la entrada de productos similares. ➤ En los últimos años cada vez se exigen mayores controles, reglas y regulaciones para la importación de productos agropecuarios (Altas Restricciones). ➤ La producción de bienes alimenticios implica altos riesgos en todo el proceso: siembra, cosecha, exportación, etc. ➤ Para poder mantener el posicionamiento de productos agropecuarios en un determinado mercado se requiere una gran inversión para monitorear continuamente: la calidad, presentación y precios con respecto a la competencia. ➤ Actualmente hay una gran tendencia al consumo de productos agropecuarios orgánicos y transgénicos, lo cual requiere de una mayor inversión y tecnología para poder cumplir esos requisitos.

VII CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

1 Excelente Potencial para el Fomento y Desarrollo de las Exportaciones de Productos Agropecuarios de Nicaragua Hacia República Dominicana. Sustentado primordialmente por la aplicación actual del TLC: Nicaragua-RD.

2 Realizar una Labor de Seguimiento Permanente al Mercado Dominicano, de los seis (6) Productos Seleccionados con Fines de Evaluar Periódicamente:

- Calidad
- Presentación (Envase y Embalaje)
- Precio de Venta
- Entrega a Tiempo
- Así Como Otros Factores que nos Permitan Conocer nuestro Posicionamiento Respecto a la Competencia.

3 Conocer Profundamente Todos los Aspectos Relativos a las Restricciones, Reglas y Regulaciones (Barreras Arancelarias y No-Arancelarias) en el Mercado Meta Seleccionado (República Dominicana) con fines de garantizar una apropiada penetración en ese mercado

4 Implementar Cada Cierta Tiempo BenchMarking de la Competencia con el propósito de estar en capacidad de mantener la eficiencia y rentabilidad del Proyecto con Fines de poder garantizar el objetivo primordial que es la Competitividad.

5 Finalmente podemos establecer que si Cumplimos a Cabalidad con estos Lineamientos el Éxito del Presente Proyecto Estará Asegurado.

RECOMENDACIONES

Como resultado del estudio se pudieron determinar las oportunidades futuras de negocios en los productos siguientes:

1. Galleta de diversos tipos: Soda con y sin sal. Así como galletas dulces
2. Pescados
3. Soya y Afrecho de Trigo
4. Aceites Esenciales

Hemos identificada estos potenciales nichos de mercado, tomando en consideración que actualmente República Dominicana está importando alrededor de 12 contenedores de diversas variedades de galleta y al visitar al importador principal (Kraft foot Dominicana), sus ejecutivos nos manifestaron su decisión de que en un corto plazo incrementarían en más de un 100% sus importaciones de galletas y al mismo tiempo podrían importar otros productos a fines.

En cuanto a los demás productos que hemos considerado con oportunidades de negocios como es el caso de los pescados, estos fueron sugeridos por los ejecutivos de las Cadenas de Supermercados visitados. La Soya y Afrecho de Trigo fueron sugeridos por empresarios del sector manufacturero de alimentos para animales y finalmente los aceites esenciales fueron recomendados por representantes del sector de la industria farmacéutica y cosmética.

VIII. ANEXOS

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION
PARA LA AGRICULTURA (IICA)**

**Encuesta para la Detección de Demanda de Importación de
Productos Agropecuarios en Nicaragua, 2004**

1- CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa: Frito Lay Dominicana
 Dirección: Autopista Duarte Km. 22.
 Localización (Ciudad y/o Provincia) _____
 Años de Existencia: 11 Años
 Cantidad de Empleados: 630
 Equipos Tecnológicos de la Empresa _____
 Teléfono x Fax x Computadora x
 Internet x Celular x Copiadora _____
 Otros x

**2- PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS:
Sector**

Agrícola	Pecuario	Agroindustrial	Industrial	Artesanal	Productos Químicos
Frutos _____ Flores _____ Vegetales <u>Plátanos</u> Plantas Ornament. _____ Otros: <u>Ingredientes maíz, harina, plátanos (1998) después del Huracán George (Agricultura le ha negado importar plátanos en su cáscara usualmente lo traen pelado desde Nicaragua, Honduras y Costa Rica.</u>	Vacuno _____ Avícola _____ Porcícola _____ Cunícola _____ Otros _____	Conservas de _____ Frutas _____ Embutidos _____ Galletas _____ Otros _____	Madera No _____ Metalmecánica _____ Calzados _____ Muebles y _____ Colchones _____ Farmacéuticos _____ Otros _____	_____	_____

3- PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES POR PAISES.

Estados Unidos _____

4- NIVEL DE IMPORTACIONES (%) ESCALA DE MAYOR A MENOR POR PAISES.

1- Colombia: (Importaron plátano como producto final) en Hojuelas. Luego de un arancel de +- 25.00 no pudieron seguir importando por altos costo. El Plan – Agro consiste en contratos en plátanos y papas con parceleros, los cuales les suministran las semillas y dan facilidades fijando un precio a futuro que sea razonable para ambos.

2- Costa Rica: En algunas ocasiones han importado plátanos sin cáscara y congelado.

5- SISTEMA DE IMPORTACION.

Compra Directa al Suplidor x

Compra Intermediario _____

Compra Mediante Representante _____

6- TIEMPO (AÑOS) EN LA IMPORTACION DE PRODUCTOS DESDE NICARAGUA.
(Todavía no importan) => FHIA/21 variedad Hondureña productividad (mejor costo de producción 65 unidad / planta de plátanos cuando la tradicional es 35 unidad / planta.

7- SISTEMA DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA: DEPARTAMENTOS DE:

Importación x Ventas x

Mercadeo x Promoción x

Publicidad x Otros _____

8- SISTEMA DE TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL UTILIZADO:

Marítimo x

Aéreo x

Terrestre _____

Otros _____

NOTA:

COMO INFLUYEN LOS FLETES MARITIMOS, AEREOS O TERRESTRES EN SUS COSTOS DE IMPORTACIÓN. => Estos son muy altos y afectan la competitividad.

9- CANTIDAD DE CONTENEDORES IMPORTADOS DE PLATANOS HOJUELAS.

Semanalmente: (5-6) Cont. (Muy costoso) +-US\$12 Mil/Cont. El Departamento de Investigación y Desarrollo (Exige requisitos de calidad, rendimiento y productividad en los plátanos a importar costo/kilo final.

Mensualmente _____

Anualmente _____

10- IMPLEMENTACION DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN (DIFICULTADES y/o INCONVENIENTES DURANTE EL PROCESO).

Instituciones:

Dirección General de Aduanas _____ Si _____

Secretaría de Estado de Agricultura _____ Si (+) _____

Centro de Exportación e Inversión _____ (CEI) _____

Otras: Salud Pública, les exige certificados que avalen que los productos están aptos para el consumo humano.

11- ASPECTOS FINANCIEROS.

Necesidades Crediticias (Monto Estimados US\$) _____ Si _____

Plazos Usualmente Recibidos (Compras) _____ 45-60 días _____

Tasa de Interés (%) por US\$ _____ 4-8 % _____

Facilidades Recibidas (Factoring u otros) _____ No _____

Formas de Pagos: Contado: _____

Carta de Crédito _____ Transferencia Bancaria _____ x _____

Otros _____

12- EVALUACION DE FACTORES DECISIVOS EN EL MERCADEO DE PRODUCTOS IMPORTADOS. (Colombia) Modelo

Calidad _____ x _____ Entrega a Tiempo _____ x _____

Precio _____ x _____ Servicio Pos-Venta _____ x _____

Envase y Embalaje _____ x _____ Otros _____

13- INTERES DE LA EMPRESA PARA PARTICIPACION EN:

Joint-Venture/Inversión Conjunta _____ Si _____

Financiamiento _____ Si _____

Asesoramiento Técnico _____ Si _____

Comercialización _____ Si _____

Mercadeo _____ Si _____

Publicidad _____ Si _____

Otros _____ x _____

14- INTERES DE PARTICIPACION EN PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FACILIDADES RECIBIDAS)

Ferias _____ x _____
Exposiciones _____ x _____
Misiones Comerciales _____ x _____
Otros _____

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA

FECHA 17/08/2004

EMPRESA: Frito – Lay Dominicana

NOMBRE DEL ENCUESTADO Antonio Núñez

CARGO Gerente Técnico

TELEFONO 559-9009

FAX 559-6965

E-MAIL Tony.Núñez@intl.fritolay.com

P.O.BOX _____

OTROS _____

Ficha: Plátano

Anexo:

Sumario Sobre Plátano. (Frito Lay Dominicana) La maduración del plátano es muy delicada necesita > control, soporta un máximo de 6 horas después se acelerara la maduración. Pues continua madurándose si no hay procesamiento de inmediato. Grado de Maduración (26 Brix). El suplidor debe estar localizado próximo a la planta. Aunque actualmente compran a un suplidor bastante distante de la planta.

La mejor variedad es la (macho por hembra cibaño). Clima seco.

Moca/Vega (Irrigación natural: En secano).

El plátano maduro es muy complicado en su manejo, y habrían tenido que aumentar su precio en un 40%, lo cual no es rentable por tal motivo tuvieron que dejar de importarlo.

Compran: Unidades de Plátanos verdes

200-250 Mil Unidades/sem =+- Mil kilos / Producto
800-1MM Unidades/mes = +- 160 mil kilos/ 4 sems.

Lo compran por Kg/pelado. La Secretaría de Estado de Agricultura le alegó en una ocasión que no podían importar plátanos con cáscara. Pues no le otorgaría el certificado fitosanitario.

Costo de Producción Plátano => 52% rendimiento
RD\$ 1.25/unidad (mínimo) y/o RD\$ 2.80 / unidad
RD\$ 8000 / Tarea
1 Plátano = 325 Gramos casi una libra.

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION
PARA LA AGRICULTURA (IICA)**

**Encuesta para la Detección de Demanda de Importación de
Productos Agropecuarios en Nicaragua, 2004**

1- CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa: **IMDOMACA**
 Dirección Av. Monumental
 Localización (Ciudad y/o Provincia) _____
 Años de Existencia 1968 (36 Años)
 Cantidad de Empleados 100
 Equipos Tecnológicos de la Empresa x
 Teléfono x Fax x Computadora x
 Internet x Celular x Copiadora x
 Otros Maquinarias de Procesoión y Secar Maderas

2- PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS:

Sector					
Agrícola	Pecuario	Agroindustrial	Industrial	Artesanal	Productos Químicos
Frutos _____ Flores _____ Vegetales _____ Plantas _____ Ornament. _____ Otros _____	Vacuno _____ Avícola _____ Porcícola _____ Cunícola _____ Otros _____	Conservas de _____ Frutas _____ Embutidos _____ Galletas _____ Otros _____	Madera <u>x</u> Metalmecánica _____ Calzados _____ Muebles _____ y Colchones _____ Farmacéuticos _____ Otros: <u>Cartón</u> <u>Piedra</u>	_____	_____

3- PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES POR PAISES.

Brasil _____ Chile _____ Honduras _____
USA _____ Nicaragua _____ Bolivia _____
Argentina _____ Guatemala _____

10- IMPLEMENTACION DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN (DIFICULTADES y/o INCONVENIENTES DURANTE EL PROCESO).

Instituciones:

Dirección General de Aduanas _____ x _____
Secretaría de Estado de Agricultura _____
Centro de Exportación e Inversión _____
Otras _____

11- ASPECTOS FINANCIEROS.

Necesidades Crediticias (Monto Estimados US\$) _____
Plazos Usualmente Recibidos (Compras) Crédito de Supliador (60 días)
Tasa de Interés (%) por US\$ _____
Facilidades Recibidas (Factoring u otros) _____
Formas de Pagos: Contado: _____
Carta de Crédito _____ Transferencia Bancaria _____ x _____
Otros _____

12- EVALUACION DE FACTORES DECISIVOS EN EL MERCADEO DE PRODUCTOS IMPORTADOS.

Calidad _____ 2 _____ Entrega a Tiempo _____ 4 _____
Precio _____ 1 _____ Servicio Pos-Venta _____ 5 _____
Envase y Embalaje _____ 3 _____ Otros _____

13- INTERES DE LA EMPRESA PARA PARTICIPACION EN:

Joint-Venture/Inversión Conjunta _____ x _____
Financiamiento _____ x _____
Asesoramiento Técnico _____ x _____
Comercialización _____ x _____
Mercadeo _____
Publicidad _____
Otros _____

14- INTERES DE PARTICIPACION EN PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FACILIDADES RECIBIDAS)

Ferias _____ x _____
Exposiciones _____ x _____
Misiones Comerciales _____ x _____
Otros _____

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA

FECHA 10/08/2004

EMPRESA: INDOMACA

NOMBRE DEL ENCUESTADO José Luís Espeñeira

CARGO Gerente de Importación

TELEFONO 549-3050

FAX 560-0726

E-MAIL jluis@imdomaca.com

P.O.BOX _____

OTROS _____

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION
PARA LA AGRICULTURA (IICA)**

**Encuesta para la Detección de Demanda de Importación de
Productos Agropecuarios en Nicaragua, 2004**

1- CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa Maderas & Derivados
 Dirección Av. Rómulo Betancourt Esq. Calle D.
 Localización (Ciudad y/o Provincia) Santo Domingo
 Años de Existencia 14
 Cantidad de Empleados 60
 Equipos Tecnológicos de la Empresa x
 Teléfono x Fax x Computadora x
 Internet x Celular x Copiadora x
 Otros Hornos Especiales para Secado de la Madera.

2- PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS:

Sector

Agrícola	Pecuario	Agroindustrial	Industrial	Artesanal	Productos Químicos
Frutos_____	Vacuno_____	Conservas de	Madera <u>x</u>	<u>x</u>	_____
Flores_____	Avícola_____	Frutas_____	Metalmecánica_____		
Vegetales_____	Porcícola_____	Embutidos_____	Calzados_____		
Plantas	Cunícola_____	Galletas_____	Muebles y		
Ornament._____	Otros_____	Otros_____	Colchones_____		
Otros_____			Farmacéuticos_____		
			Otros_____		

3- PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES POR PAISES.

Nicaragua _____

4- NIVEL DE IMPORTACIONES (%) ESCALA DE MAYOR A MENOR POR PAISES.

100% 300 Mil pies 2 desde Nicaragua

5- SISTEMA DE IMPORTACION.

Compra Directa al Suplidor _____
Compra Intermediario _____
Compra Mediante Representante (Concesión Forestal) _____

6- TIEMPO (AÑOS) EN LA IMPORTACION DE PRODUCTOS DESDE NICARAGUA.

14 Años _____

7- SISTEMA DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA: DEPARTAMENTOS DE:

Importación x Ventas x
Mercadeo x Promoción x
Publicidad x Otros _____

8- SISTEMA DE TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL UTILIZADO:

Marítimo x
Aéreo _____
Terrestre _____
Otros _____

NOTA:

COMO INFLUYEN LOS FLETES MARITIMOS, AEREOS O TERRESTRES EN SUS COSTOS DE IMPORTACIÓN. (+- Razonables)

9- CANTIDAD DE CONTENEDORES IMPORTADOS.

Semanalmente _____
Mensualmente 700 mil/ pies2
Anualmente _____

10- IMPLEMENTACION DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN (DIFICULTADES y/o INCONVENIENTES DURANTE EL PROCESO).

Instituciones:

Dirección General de Aduanas Dificultad al Desaduanizar
Secretaría de Estado de Agricultura _____
Centro de Exportación e Inversión _____
Otras _____

11- ASPECTOS FINANCIEROS.

Necesidades Crediticias (Monto Estimados US\$) Si US\$ 600-US\$ 1MM
Plazos Usualmente Recibidos (Compras) 30 días
Tasa de Interés (%) por US\$ 8 a 10 %
Facilidades Recibidas (Factoring u otros) Algunas Veces
Formas de Pagos: Contado: _____
Carta de Crédito x Transferencia Bancaria _____
Otros _____

12- EVALUACION DE FACTORES DECISIVOS EN EL MERCADEO DE PRODUCTOS IMPORTADOS.

Calidad x Entregas a Tiempo x
Precio x Servicio Pos-Venta x
Envase y Embalaje x Otros _____

13- INTERES DE LA EMPRESA PARA PARTICIPACION EN:

Joint-Venture/Inversión Conjunta x
Financiamiento x
Asesoramiento Técnico x
Comercialización x
Mercadeo x
Publicidad x
Otros _____

14- INTERES DE PARTICIPACION EN PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FACILIDADES RECIBIDAS)

Ferias x
Exposiciones x
Misiones Comerciales x
Otros _____

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA

FECHA 11/08/2004

EMPRESA: Maderas & Derivados

NOMBRE DEL ENCUESTADO Frank Castillo

CARGO Gerente General

TELEFONO 537-0092 / 537-4038

FAX 537-4099

E-MAIL maderas@grupomoya.com.do

P.O.BOX _____

OTROS _____

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION
PARA LA AGRICULTURA (IICA)**

**Encuesta para la Detección de Demanda de Importación de
Productos Agropecuarios en Nicaragua, 2004**

1- CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa Maderas Decorativas, S.A
 Dirección Av. Isabel Aguiar
 Localización (Ciudad y/o Provincia) _____
 Años de Existencia 4
 Cantidad de Empleados 70
 Equipos Tecnológicos de la Empresa x
 Teléfono x Fax x Computadora x
 Internet x Celular x Copiadora x
 Otros Maquinarias y Hornos para procesamiento y secado de la Madera respectivamente.

2- PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS:

Sector					
Agrícola	Pecuario	Agroindustrial	Industrial	Artesanal	Productos Químicos
Frutos _____ Flores _____ Vegetales _____ Plantas _____ Ornament. _____ Otros _____	Vacuno _____ Avícola _____ Porcícola _____ Cunícola _____ Otros _____	Conservas de _____ Frutas _____ Embutidos _____ Galletas _____ Otros _____	Madera <u>x</u> _____ Metalmecánica _____ Calzados _____ Muebles _____ y Colchones _____ Farmacéuticos _____ Otros _____	_____	_____

3- PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES POR PAISES.

<u>Nicaragua</u>	<u>Perú</u>	<u>China</u>
<u>E.U.A</u>	<u>Bolivia</u>	_____
<u>Brasil</u>	<u>España</u>	_____

4- NIVEL DE IMPORTACIONES (%) ESCALA DE MAYOR A MENOR POR PAISES. =>

Total → 4.0 MM pies2 en total

10% +- 400,000 pies2 /mes → Importan desde Nicaragua

5- SISTEMA DE IMPORTACION.

Compra Directa al Suplidor x

Compra Intermediario _____

Compra Mediante Representante _____

6- TIEMPO (AÑOS) EN LA IMPORTACION DE PRODUCTOS DESDE NICARAGUA.

4 años _____

7- SISTEMA DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA: DEPARTAMENTOS DE:

Importación x Ventas x

Mercadeo x Promoción x

Publicidad x Otros _____

8- SISTEMA DE TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL UTILIZADO:

Marítimo x

Aéreo x

Terrestre _____

Otros _____

NOTA:

COMO INFLUYEN LOS FLETES MARITIMOS, AEREOS O TERRESTRES EN SUS COSTOS DE IMPORTACIÓN. (Muy caros en general) de Nicaragua son más competitivos.

9- CANTIDAD DE CONTENEDORES IMPORTADOS.

Semanalmente _____

Mensualmente +- 300 mil pie2 Importan desde Nicaragua.

Anualmente _____

10- IMPLEMENTACION DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN (DIFICULTADES y/o INCONVENIENTES DURANTE EL PROCESO).

Instituciones:

Dirección General de Aduanas _____ x _____
Secretaría de Estado de Agricultura _____ x _____
Centro de Exportación e Inversión _____ x _____
Otras _____

11- ASPECTOS FINANCIEROS.

Necesidades Crediticias (Monto Estimados US\$) US\$ 1 MM _____
Plazos Usualmente Recibidos (Compras) 60 días _____
Tasa de Interés (%) por US\$ 6-10 % _____
Facilidades Recibidas (Factoring u otros) No _____
Formas de Pagos: Contado: x _____
Carta de Crédito _____ Transferencia Bancaria x _____
Otros _____

12- EVALUACION DE FACTORES DECISIVOS EN EL MERCADEO DE PRODUCTOS IMPORTADOS.

1- Calidad Excelente 4- Entrega a Tiempo Muy bueno
2- Precio Excelente 5- Servicio Pos-Venta Apropiado
3- Envase y Embalaje Excelente Otros _____

13- INTERES DE LA EMPRESA PARA PARTICIPACION EN:

Joint-Venture/Inversión Conjunta _____ x _____
Financiamiento _____ x _____
Asesoramiento Técnico _____ x _____
Comercialización _____ x _____
Mercadeo _____ x _____
Publicidad _____ x _____
Otros _____

14- INTERES DE PARTICIPACION EN PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FACILIDADES RECIBIDAS)

Ferias _____ x _____
Exposiciones _____ x _____
Misiones Comerciales _____ x _____
Otros _____

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA

FECHA 10/08/2004

EMPRESA: Maderas Decorativas

NOMBRE DEL ENCUESTADO Elizabeth Valeyron

CARGO Gerente Financiera

TELEFONO 534-3105 /575-3333 Santiago

FAX 534-3405

E-MAIL madeco@codetel.net.do

P.O.BOX _____

OTROS _____

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION
PARA LA AGRICULTURA (IICA)**

**Encuesta para la Detección de Demanda de Importación de
Productos Agropecuarios en Nicaragua, 2004**

1- CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa MADEMONTE
 Dirección Av. Hermanas Mirabal Km. 8
 Localización (Ciudad y/o Provincia) Villa Mella
 Años de Existencia 12
 Cantidad de Empleados 80
 Equipos Tecnológicos de la Empresa x
 Teléfono x Fax x Computadora x
 Internet x Celular x Copiadora x
 Otros Maquinarias y Hornos Especiales procesamiento y secado de la Madera.

2- PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS:

Sector

Agrícola	Pecuario	Agroindustrial	Industrial	Artisanal	Productos Químicos
Frutos _____ Flores _____ Vegetales _____ Plantas _____ Ornament. _____ Otros _____	Vacuno _____ Avícola _____ Porcícola _____ Cunícola _____ Otros _____	Conservas de _____ Frutas _____ Embutidos _____ Galletas _____ Otros _____	Madera <u>x</u> _____ Metalmecánica _____ Calzados _____ Muebles _____ y Colchones _____ Farmacéuticos _____ Otros _____	_____	_____

3- PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES POR PAISES.

Nicaragua Chile _____
EUA _____
Brasil _____

10- IMPLEMENTACION DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN (DIFICULTADES y/o INCONVENIENTES DURANTE EL PROCESO).

Instituciones:

Dirección General de Aduanas Algunas veces
Secretaría de Estado de Agricultura _____
Centro de Exportación e Inversión _____
Otras _____

11- ASPECTOS FINANCIEROS.

Necesidades Crediticias (Monto Estimados US\$) + 1 MM Dólares
Plazos Usualmente Recibidos (Compras) 60 días
Tasa de Interés (%) por US\$ 6-8 %
Facilidades Recibidas (Factoring u otros) _____
Formas de Pagos: Contado: x
Carta de Crédito x Transferencia Bancaria x
Otros _____

12- EVALUACION DE FACTORES DECISIVOS EN EL MERCADEO DE PRODUCTOS IMPORTADOS.

Calidad Muy buena Entrega a Tiempo Excelente
Precio Muy altos Servicio Pos-Venta Muy bueno
Envase y Embalaje Apropiado Otros _____

13- INTERES DE LA EMPRESA PARA PARTICIPACION EN:

Joint-Venture/Inversión Conjunta x
Financiamiento x
Asesoramiento Técnico x
Comercialización x
Mercadeo x
Publicidad x
Otros _____

14- INTERES DE PARTICIPACION EN PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FACILIDADES RECIBIDAS)

Ferias x
Exposiciones x
Misiones Comerciales x
Otros _____

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA

FECHA 09/08/2004

EMPRESA: MADEMONTE

NOMBRE DEL ENCUESTADO Gertrudis Santana

CARGO Gerente de Importación

TELEFONO 569-1001

FAX 569-1030

E-MAIL gsantana@mademonte.com

P.O.BOX _____

OTROS _____

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION
PARA LA AGRICULTURA (IICA)**

**Encuesta para la Detección de Demanda de Importación de
Productos Agropecuarios en Nicaragua, 2004**

1- CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa KRAFT FOOD DOMINCIANA
 Dirección Av. Abraham Lincoln Esq. Gustavo Mejía Ricart
 Localización (Ciudad y/o Provincia) Santo Domingo
 Años de Existencia 8
 Cantidad de Empleados 50
 Equipos Tecnológicos de la Empresa _____
 Teléfono x Fax x Computadora x
 Internet x Celular x Copiadora x
 Otros Equipos Especiales para refrigeración y almacenamiento de sus productos.

2- PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS:

Sector

Agrícola	Pecuario	Agroindustrial	Industrial	Artisanal	Productos Químicos
Frutos _____ Flores _____ Vegetales _____ Plantas _____ Ornament. _____ Otros _____	Vacuno _____ Avícola _____ Porcícola _____ Cunícola _____ Otros _____	Conservas de _____ Frutas _____ Embutidos _____ Galletas <u>x</u> _____ Otros _____	Madera <u>x</u> _____ Metalmecánica _____ Calzados _____ Muebles _____ y Colchones _____ Farmacéuticos _____ Otros _____	_____	_____

3- PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES POR PAISES.

Nicaragua _____

4- NIVEL DE IMPORTACIONES (%) ESCALA DE MAYOR A MENOR POR PAISES.

20 % Total => +- 10 Contenedores / año desde Nicaragua.

5- SISTEMA DE IMPORTACION.

Compra Directa al Supridor _____
Compra Intermediario _____
Compra Mediante Representante (casa matriz) _____

6- TIEMPO (AÑOS) EN LA IMPORTACION DE PRODUCTOS DESDE NICARAGUA.

3 Años _____

7- SISTEMA DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA: DEPARTAMENTOS DE:

Importación _____ x _____ Ventas _____ x _____
Mercadeo _____ x _____ Promoción _____ x _____
Publicidad _____ x _____ Otros _____

8- SISTEMA DE TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL UTILIZADO:

Marítimo _____ x _____
Aéreo _____ x _____
Terrestre _____
Otros _____

NOTA:

COMO INFLUYEN LOS FLETES MARITIMOS, AEREOS O TERRESTRES EN SUS COSTOS DE IMPORTACIÓN. (Son competitivos)

9- CANTIDAD DE CONTENEDORES IMPORTADOS.

Semanalmente _____ 1 / por semana
Mensualmente _____ 4 / mes
Anualmente _____ 50 c/año

10- IMPLEMENTACION DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN (DIFICULTADES y/o INCONVENIENTES DURANTE EL PROCESO).

Instituciones:

Dirección General de Aduanas: Necesitan Mayor Agilización en la Desaduanización.
Secretaría de Estado de Agricultura _____
Centro de Exportación e Inversión _____
Otras _____

11- ASPECTOS FINANCIEROS.

Necesidades Crediticias (Monto Estimados US\$) _____ -
Plazos Usualmente Recibidos (Compras) _____ 45 días
Tasa de Interés (%) por US\$ _____ 4-8 %
Facilidades Recibidas (Factoring u otros) _____ No
Formas de Pagos: Contado: _____
Carta de Crédito _____ Transferencia Bancaria _____ x
Otros _____

12- EVALUACION DE FACTORES DECISIVOS EN EL MERCADEO DE PRODUCTOS IMPORTADOS.

1- Calidad _____ x _____ 4- Entrega a Tiempo _____ x
2- Precio _____ x _____ 5- Servicio Pos-Venta _____ x
3- Envase y Embalaje _____ x _____ Otros _____

13- INTERES DE LA EMPRESA PARA PARTICIPACION EN:

Joint-Venture/Inversión Conjunta _____ No
Financiamiento _____ No
Asesoramiento Técnico _____ Si
Comercialización _____ x
Mercadeo _____ x
Publicidad _____ x
Otros _____

14- INTERES DE PARTICIPACION EN PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FACILIDADES RECIBIDAS)

Ferias _____ Si
Exposiciones _____ Si
Misiones Comerciales _____ Si
Otros _____

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA

FECHA 13/08/2004

EMPRESA: Kraft Foord Dominicana

NOMBRE DEL ENCUESTADO Virgilio de Pool

CARGO Gerente de Importación

TELEFONO 565-6700

FAX 565-5454

E-MAIL Virgilio.depool@kraftla.com

P.O.BOX _____

OTROS _____

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION
PARA LA AGRICULTURA (IICA)**

**Encuesta para la Detección de Demanda de Importación de
Productos Agropecuarios en Nicaragua, 2004**

1- CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa: **SUPERMERCADOS BRAVO**
 Dirección Av. Winston Churchill
 Localización (Ciudad y/o Provincia) Santo Domingo
 Años de Existencia 7
 Cantidad de Empleados 80
 Equipos Tecnológicos de la Empresa _____
 Teléfono x Fax x Computadora x
 Internet x Celular x Copiadora x
 Otros _____

2- PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS:

Sector

Agrícola	Pecuario	Agroindustrial	Industrial	Artesanal	Productos Químicos
Frutos <u>Uvas</u> Flores _____ Vegetales <u>Plátanos</u> Plantas _____ Ornament. _____ Otros <u>Quesos</u> <u>Fresco: Gouda</u>	Vacuno <u>x</u> Avícola _____ Porcícola _____ Cunícola _____ Otros _____ Miel de Abejas <u>x</u>	Conservas de _____ Frutas _____ Embutidos _____ Galletas _____ Otros _____ Pescados y _____ Mariscos <u>x</u>	Madera _____ Metalmecánica _____ Calzados _____ Muebles y Colchones _____ Farmacéuticos _____ Otros: _____	_____	_____

3- PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES POR PAISES.

Estados Unidos _____

4- NIVEL DE IMPORTACIONES (%) ESCALA DE MAYOR A MENOR POR PAISES.

80% _____

5- SISTEMA DE IMPORTACION.

Compra Directa al Suplidor _____ x _____
Compra Intermediario _____
Compra Mediante Representante _____

6- TIEMPO (AÑOS) EN LA IMPORTACION DE PRODUCTOS DESDE NICARAGUA.

7- SISTEMA DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA: DEPARTAMENTOS DE:

Importación _____ x _____ Ventas _____ x _____
Mercadeo _____ x _____ Promoción _____ x _____
Publicidad _____ x _____ Otros _____

8- SISTEMA DE TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL UTILIZADO:

Marítimo _____ x _____
Aéreo _____ x _____
Terrestre _____
Otros _____

NOTA:

COMO INFLUYEN LOS FLETES MARITIMOS, AEREOS O TERRESTRES EN SUS COSTOS DE IMPORTACIÓN =>Aumentan el Costo de Comercialización.

9- CANTIDAD DE CONTENEDORES IMPORTADOS.

Semanalmente _____
Mensualmente _____ x dos a tres de productos importados
Anualmente _____ 3-4 Contenedores

10- IMPLEMENTACION DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN (DIFICULTADES y/o INCONVENIENTES DURANTE EL PROCESO).

Instituciones:

Dirección General de Aduanas _____ x _____
Secretaría de Estado de Agricultura _____ x _____
Centro de Exportación e Inversión _____
Otras _____

11- ASPECTOS FINANCIEROS.

Necesidades Crediticias (Monto Estimados US\$) _____
Plazos Usualmente Recibidos (Compras) 60 días _____
Tasa de Interés (%) por US\$ _____
Facilidades Recibidas (Factoring u otros) _____
Formas de Pagos: Contado: _____
Carta de Crédito _____ Transferencia Bancaria _____ x _____
Otros _____

12- EVALUACION DE FACTORES DECISIVOS EN EL MERCADEO DE PRODUCTOS IMPORTADOS.

Calidad _____ x _____ Entrega a Tiempo _____ x _____
Precio _____ x _____ Servicio Pos-Venta _____ x _____
Envase y Embalaje _____ x _____ Otros _____

13- INTERES DE LA EMPRESA PARA PARTICIPACION EN:

Joint-Venture/Inversión Conjunta _____ x _____
Financiamiento _____ x _____
Asesoramiento Técnico _____ x _____
Comercialización _____ x _____
Mercadeo _____ x _____
Publicidad _____ x _____
Otros _____

14- INTERES DE PARTICIPACION EN PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FACILIDADES RECIBIDAS)

Ferias _____ x _____
Exposiciones _____ x _____
Misiones Comerciales _____ x _____
Otros _____

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA

FECHA 17/08/2004

EMPRESA: Supermercados Bravo

NOMBRE DEL ENCUESTADO Ismael Alvarez

CARGO Gerente de Importación

TELEFONO (809) 227-2605 / 616-2542

FAX (809) 472-5570

E-MAIL bravocar@correo.tricom.net

P.O.BOX _____

OTROS Celular => 707-2605

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION
PARA LA AGRICULTURA (IICA)**

**Encuesta para la Detección de Demanda de Importación de
Productos Agropecuarios en Nicaragua, 2004**

1- CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa: **SUPERMERCADOS POLA**
 Dirección Av. Sarasota
 Localización (Ciudad y/o Provincia) Santo Domingo
 Años de Existencia 20
 Cantidad de Empleados 145
 Equipos Tecnológicos de la Empresa x
 Teléfono x Fax x Computadora x
 Internet x Celular x Copiadora x
 Otros _____

2- PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS:

Sector

Agrícola	Pecuario	Agroindustrial	Industrial	Artesanal	Productos Químicos
Frutos <u>Uvas</u> Flores _____ Vegetales <u>Plátanos</u> Plantas Ornament. _____ Otros _____	Vacuno <u>x</u> Avícola _____ Porcícola _____ Cunícola _____ Otros _____ Miel de Abejas Queso Fresco: <u>Gouda</u>	Conservas de Frutas _____ Embutidos _____ Galletas _____ Otros _____ Mariscos "Camarones y Langostas".	Madera _____ Metalmecánica _____ Calzados _____ Muebles y Colchones _____ Farmacéuticos _____ Otros: _____	_____	_____

3- PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES POR PAISES.

Estados Unidos _____

4- NIVEL DE IMPORTACIONES (%) ESCALA DE MAYOR A MENOR POR PAISES.

80% _____

5- SISTEMA DE IMPORTACION.

Compra Directa al Supridor _____ x _____
Compra Intermediario _____
Compra Mediante Representante _____

6- TIEMPO (AÑOS) EN LA IMPORTACION DE PRODUCTOS DESDE NICARAGUA.

7- SISTEMA DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA: DEPARTAMENTOS DE:

Importación _____ x _____ Ventas _____ x _____
Mercadeo _____ x _____ Promoción _____ x _____
Publicidad _____ x _____ Otros _____

8- SISTEMA DE TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL UTILIZADO:

Marítimo _____ x _____
Aéreo _____ x _____
Terrestre _____
Otros _____

NOTA:

COMO INFLUYEN LOS FLETES MARITIMOS, AEREOS O TERRESTRES EN SUS COSTOS DE IMPORTACIÓN => Afectan su Competitividad pues Elevan sus Costos.

9- CANTIDAD DE CONTENEDORES IMPORTADOS.

Semanalmente _____
Mensualmente _____ 4 Contenedores (Mixtos de Productos) _____
Anualmente _____

10- IMPLEMENTACION DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN (DIFICULTADES y/o INCONVENIENTES DURANTE EL PROCESO).

Instituciones:

Dirección General de Aduanas _____ x _____
Secretaría de Estado de Agricultura _____ x _____
Centro de Exportación e Inversión _____ x _____
Otras _____

11- ASPECTOS FINANCIEROS.

Necesidades Crediticias (Monto Estimados US\$) _____ x _____
Plazos Usualmente Recibidos (Compras) _____ 60 días _____
Tasa de Interés (%) por US\$ _____
Facilidades Recibidas (Factoring u otros) _____
Formas de Pagos: Contado: _____
Carta de Crédito _____ Transferencia Bancaria _____ x _____
Otros _____

12- EVALUACION DE FACTORES DECISIVOS EN EL MERCADEO DE PRODUCTOS IMPORTADOS.

Calidad _____ x _____ Entrega a Tiempo _____ x _____
Precio _____ x _____ Servicio Pos-Venta _____ x _____
Envase y Embalaje _____ x _____ Otros _____

13- INTERES DE LA EMPRESA PARA PARTICIPACION EN:

Joint-Venture/Inversión Conjunta _____ x _____
Financiamiento _____ x _____
Asesoramiento Técnico _____ x _____
Comercialización _____ x _____
Mercadeo _____ x _____
Publicidad _____ x _____
Otros _____

14- INTERES DE PARTICIPACION EN PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FACILIDADES RECIBIDAS)

Ferias _____ x _____
Exposiciones _____ x _____
Misiones Comerciales _____ x _____
Otros _____

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA

FECHA 19/08/2004

EMPRESA: Supermercados Pola

NOMBRE DEL ENCUESTADO Eddy Rosado

CARGO Gerente de Importación

TELEFONO (809) 532-9574

FAX (809) 532-3040

E-MAIL Supermercadospola.com.do

P.O.BOX _____

OTROS _____

**INSTITUTO INTERAMERICANO DE COOPERACION
PARA LA AGRICULTURA (IICA)**

**Encuesta para la Detección de Demanda de Importación de
Productos Agropecuarios en Nicaragua, 2004**

1- CARACTERISTICAS DE LA EMPRESA

Nombre de la Empresa: **SUPERMERCADOS LA CADENA**
 Dirección Av. Abraham Lincoln # 751
 Localización (Ciudad y/o Provincia) Santo Domingo
 Años de Existencia 6
 Cantidad de Empleados 72
 Equipos Tecnológicos de la Empresa x
 Teléfono x Fax x Computadora _____
 Internet x Celular x Copiadora x
 Otros _____

2- PRINCIPALES PRODUCTOS IMPORTADOS:

Sector

Agrícola	Pecuario	Agroindustrial	Industrial	Artesanal	Productos Químicos
Frutos <u>Uvas</u> Flores _____ Vegetales <u>Plátanos</u> Plantas _____ Ornament. _____ Otros <u>Queso Fresco:</u> <u>Gouda</u>	Vacuno <u>x</u> Avícola _____ Porcícola _____ Cunícola _____ Otros _____ Miel de Abejas	Conservas de _____ Frutas _____ Embutidos _____ Galletas _____ Otros _____ Mariscos: Camarones y Langostas.	Madera _____ Metalmecánica _____ Calzados _____ Muebles y Colchones _____ Farmacéuticos _____ Otros: _____	_____	_____

3- PROCEDENCIA DE LAS IMPORTACIONES POR PAISES.

Estados Unidos _____

4- NIVEL DE IMPORTACIONES (%) ESCALA DE MAYOR A MENOR POR PAISES.

90 _____

5- SISTEMA DE IMPORTACION.

Compra Directa al Supridor x
Compra Intermediario _____
Compra Mediante Representante _____

6- TIEMPO (AÑOS) EN LA IMPORTACION DE PRODUCTOS DESDE NICARAGUA.

 No _____

7- SISTEMA DE COMERCIALIZACION DE LA EMPRESA: DEPARTAMENTOS DE:

Importación x Ventas x
Mercadeo x Promoción x
Publicidad x Otros _____

8- SISTEMA DE TRANSPORTE DE CARGA INTERNACIONAL UTILIZADO:

Marítimo x
Aéreo x
Terrestre _____
Otros _____

NOTA:

COMO INFLUYEN LOS FLETES MARITIMOS, AEREOS O TERRESTRES EN SUS COSTOS DE IMPORTACIÓN =>Disminución de la Competitividad.

9- CANTIDAD DE CONTENEDORES IMPORTADOS.

Semanalmente _____
Mensualmente +- 4 Contenedores Mixtos
Anualmente _____

10- IMPLEMENTACION DEL PROCESO DE IMPORTACIÓN (DIFICULTADES y/o INCONVENIENTES DURANTE EL PROCESO).

Instituciones:

Dirección General de Aduanas _____ x _____
Secretaría de Estado de Agricultura _____ x _____
Centro de Exportación e Inversión _____
Otras _____

11- ASPECTOS FINANCIEROS.

Necesidades Crediticias (Monto Estimados US\$) _____
Plazos Usualmente Recibidos (Compras) 60 días _____
Tasa de Interés (%) por US\$ _____
Facilidades Recibidas (Factoring u otros) _____
Formas de Pagos: Contado: _____ x _____
Carta de Crédito _____ Transferencia Bancaria _____ x _____
Otros _____

12- EVALUACION DE FACTORES DECISIVOS EN EL MERCADEO DE PRODUCTOS IMPORTADOS.

Calidad _____ x _____ Entrega a Tiempo _____ x _____
Precio _____ x _____ Servicio Pos-Venta _____ x _____
Envase y Embalaje _____ x _____ Otros _____

13- INTERES DE LA EMPRESA PARA PARTICIPACION EN:

Joint-Venture/Inversión Conjunta _____ x _____
Financiamiento _____
Asesoramiento Técnico _____ x _____
Comercialización _____ x _____
Mercadeo _____
Publicidad _____
Otros _____

14- INTERES DE PARTICIPACION EN PROGRAMA DE PROMOCION DE EXPORTACIONES (FACILIDADES RECIBIDAS)

Ferias _____ x _____
Exposiciones _____ x _____
Misiones Comerciales _____ x _____
Otros _____

DATOS GENERALES DE LA ENTREVISTA

FECHA 18/08/2004

EMPRESA: Supermercados La Cadena

NOMBRE DEL ENCUESTADO María Isabel Cifre

CARGO Gerente de Importación

TELEFONO 565-0000

FAX 565-0008

E-MAIL mercato1@codetel.net.do

P.O.BOX 25006

OTROS _____