



**DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES ESCUELA DE
MERCADERO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

**Trabajo de Grado en la Modalidad Monográfico Investigación Acción para Optar
por el Título de Licenciatura en Negocios Internacionales**

Título:

**“Estudio de Viabilidad para la Exportación Dominicana de Sargazo para la Alimentación
de Ganado Caprino y Ovino hacia España, Septiembre- Diciembre 2022”**

Sustentado por:

Chantal E. Cruz Cabrera	A00093864
Emily Quezada	A00102568
Yvana S. Rojas Nakada	A00101547

Asesores:

Lic. Abner Lora
Lic. Clara Reynoso

**Coordinación Trabajo Final Curso Monográfico
Dra. Sención Raquel Yvelice Zorob Avila**

**Distrito Nacional, República Dominicana,
Noviembre 2022**

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS	2
DEDICATORIAS	7
RESUMEN EJECUTIVO	11
TÉRMINOS CLAVES	14
INTRODUCCIÓN	16
CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE LA PRODUCCIÓN DE EL SARGAZO	18
1.1 EL SARGAZO	19
1.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL SARGAZO	21
1.1.3 BENEFICIOS DEL USO DEL SARGAZO	23
1.1.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN Y PROCESAMIENTO	23
1.2 ASPECTOS GENERALES DE LA REPÚBLICA DOMINICANA	24
1.2.1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS	24
1.2.2 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	26
1.2.3 SISTEMA LEGAL	26
1.2.4 SISTEMA ECONÓMICO	26
1.2.5 MEDIDAS ECONÓMICAS Y POLÍTICAS DEL GOBIERNO DE LUIS ABINADER QUE INFLUYEN	27
1.3 ESPAÑA	28
1.3.1 ASPECTOS GENERALES DE ESPAÑA	28
1.3.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS	28
1.3.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS	28
1.3.4 SISTEMA POLÍTICO	28
1.3.5 SISTEMA LEGAL	30
1.3.6.1 SISTEMA ECONÓMICO DIRIGIDO A LA GANADERÍA:	31
1.3.7 TAMAÑO DE MERCADO	33
1.3.7.1 TRATADO DE LIBRE COMERCIO	35
Tabla 1 : Exportación Española por capítulos	36
1.3.8 PERFIL DEL CONSUMIDOR	37
1.3.9 PREFERENCIAS DE CONSUMO	39
1.4 MANEJO DEL SARGAZO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA	40
1.4.1 RECOLECCIÓN	42
1.4.2 PROCESAMIENTO	42
1.5 ANÁLISIS DEL MERCADO GANADERO EN ESPAÑA	42
1.6 ANÁLISIS FODA	44

CAPÍTULO II: PERSPECTIVA DEL SECTOR Y OPORTUNIDADES DEL PRODUCTO DE ORIGEN DOMINICANO EN EL MERCADO ESPAÑOL	46
2.1 PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO	47
2.2 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EL MERCADO ESPAÑOL	48
2.2.1 Índice de facilidad para realizar el negocio	50
2.2.2 Índice de competitividad global	51
2.2.3 Retos	53
CAPÍTULO III: DISEÑO DE LA PROPUESTA LOGÍSTICA Y DE COMERCIALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE SARGAZO HACIA EL MERCADO DE ESPAÑA	58
3.1 Estrategia de Marketing	59
3.2 Canales de Distribución	60
Rama productora	60
3.1 Requerimientos de exportación	65
3.1.1 INSTITUCIONES INTERMEDIARIAS	67
3.1.2 Documentaciones	68
3.1.3 Normas y regulaciones	71
3.1.3.1 Medidas arancelarias	74
3.1.3.2 Envasado	76
3.1.3.3 Etiquetado	78
3.1.3.4 Embalaje	81
3.2 Proceso Logístico	84
3.2.1 Fletes	85
3.2.2 Incoterms	85
3.2.3 CONTINGENTE ARANCELARIO	90
3.2.4 PRESUPUESTO LOGÍSTICO	90
3.3 Estrategia de comercialización	93
3.3.1 Análisis de precios en el mercado	97
3.3.2 PRESUPUESTO DE COMERCIALIZACIÓN	102
3.3.3 PROMOCIÓN	104
CONCLUSIÓN	106
RECOMENDACIÓN	108
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109

AGRADECIMIENTOS

A Dios

Primero que todo, estoy sumamente agradecida con Dios por guiarme y darme la capacidad en todo este proceso de mi carrera, gracias por escuchar mis peticiones en mis momentos de estrés y presión, por darme la paciencia para sobrellevar los obstáculos que se atravesaban de imprevisto e impedían que lograré las cosas en el orden que me las propone y cuando las cosas parecían imposibles de resolver, nunca me abandonaste y me dabas entendimiento.

A mi familia

Estoy más que agradecida con mis padres por siempre motivarme a seguir adelante y ser alguien en la vida, por siempre estar ahí en todo lo que necesitaba en la universidad y siempre recordarme que si quieres algo debes de luchar por tenerlo. Le quiero agradecer a mi padre **Edward Cruz**, porque, aunque no se lo diga siempre ha sido mi gran ejemplo de superación personal y de cómo luchar para darle lo mejor a la familia, sobre todo cómo ser paciente en la vida para lograr vivir de tus logros. También a Mi madre **Altagracia Cabrera** que es mi otro gran ejemplo de lucha y emprendimiento para triunfar y lograr metas gracias por apoyarme en todas las decisiones que he tomado en mi vida y por no dejarme sola nunca.

A mis amigos

A lo largo de mi vida he conocido muchas personas de las cuales he aprendido cosas, mi círculo de amigos son ya parte importante de mi vida y los considero mi familia, pero realmente los amigos que valen mucho la pena conservar son los que de una forma u otra han mostrado apoyo. En mi largo trayecto en la universidad conocí personas muy valiosas que nunca las olvidaré y que siempre ocuparan un espacio en mi corazón, en especial

Noelia Vargas, por demostrar que existen personas que sí se preocupan por ti, que comparten ideas similares y te brinda una amistad sincera.

A nuestros asesores

Clara Reynoso y Abner Lora

Gracias por su apoyo, nada de esto sería posible sin ustedes porque me ayudaron en todo este proceso y los nuevos conocimientos que adquirí en su módulo, para culminar con esta maravillosa y bonita experiencia que he vivido. Espero poder coincidir con ustedes y aquí no se acaba todo, todavía tengo más metas por cumplir, este es solo el inicio.

A mis compañeras de monografía

Gracias a **Emily y Yvana** por su esfuerzo y empeño en este proyecto que inició como un reto para nosotras en el que nos enfocamos a lograr de la mano y graduarnos de la licenciatura de Negocios Internacionales.

Chantal E. Cruz Cabrera

A Dios

Agradezco primeramente a Dios guiarme en cada paso y trayecto personal y profesional y por permitirme culminar otra etapa de mi vida de manera satisfactoria.

A mis padres

Yvan Rojas y Harumy Nakada

Les agradezco por ser mi motor de vida, y por apoyarme en todas mis decisiones. Gracias por los valores y enseñanzas inculcadas, que han hecho de mi la persona que soy hoy en día. Sin ustedes nada de esto habría sido posible.

A mis compañeras de monográfico

Chantal Cruz y Emily Quezada

Agradecida por la confianza y por permitirme trabajar en conjunto con ustedes, de la misma forma compartir los conocimientos adquiridos en este trayecto. Ha sido un gusto conocerlas y desarrollar este trabajo con ustedes.

A nuestros asesores

Clara Reynoso y Abner Lora

Les doy las gracias por brindarnos parte de su valioso tiempo y amplio conocimiento para que este proyecto de investigación se desarrollara con éxito, guiándonos así a culminar de manera eficiente esta etapa.

Yvana S. Rojas Nakada

A Dios

Agradezco a Dios por guiarme en cada paso y ayudarme a lograr esta mente de ser profesional y por permitirme culminar otra etapa de mi vida de manera satisfactoria sin importar obstáculos.

A mis padres

Les agradezco por siempre estar ahí y apoyarme en todo momento, por siempre decir sí en todas mis decisiones. Gracias porque han hecho de mí la persona que soy hoy en día. Sin ustedes nada de esto habría sido posible.

A mis compañeras de monográfico

Chantal Cruz y Yvana Rojas

Gracias por la confianza y por permitirme trabajar con ustedes, y compartir los conocimientos adquiridos en este proyecto. Fue un placer conocerlas y lograr la meta de este trabajo con ustedes.

A nuestros asesores

Clara Reynoso y Abner Lora

Les doy las gracias por ser parte importante de que esto se lograra y compartir sus amplios conocimientos, para que este proyecto de investigación se desarrollara con éxito.

Emily Quezada

DEDICATORIAS

A Dios

Se lo dedico como resultado de todas las oraciones que hice para que me permitiera por mis esfuerzos, dedicación y desvelos lograr culminar con este proyecto. Gracias por escuchar cada una de mis peticiones y cumplirlas a tu tiempo señor, Gracias por estar ahí en todo momento de debilidad iluminando mi camino y ayudarme a elegir bien todo lo que es correcto para mi vida.

A mi familia

Mami y Papi por siempre apoyarme con todo desde el día uno, los gastos de la universidad, la pendencia de viajar desde Baní y volver para tomar mis clases, por nunca decir que no, ni permitir ausentarme por ninguna razón, Son mi motor para lograr todo lo que me propongo, son parte esencial de mis triunfos y que estén orgullosos de que cada esfuerzo lo vale, gracias por instruirme que el esfuerzo y el sacrificio de hoy es el buen resultado del mañana, esto es un vivo ejemplo.

A mi pareja

Estarling Peña Por siempre estar ahí pendiente y dándome apoyo en todos los sentidos, por siempre recordarme que, si puedo lograr todo lo que me proponga, por el apoyo emocional, en mis desvelos, cuidar que este al día con todo, destacar lo capaz que soy y mis cualidades.

A mis mejores amigos

Carlos Ismael Arias y Nicole Rivera por siempre estar para mí en todo momento a toda hora, por cuidar que mi estado emocional nunca se viera afectado por mi estrés y siempre recordarme que soy muy valiosa y que siempre logró todo lo que me propongo.

Chantal Cruz Cabrera

A Dios

Por permitirme culminar este proyecto, siendo un apoyo espiritual en todo momento. Dedicado al todopoderoso que hizo de este trayecto un aprendizaje de altos y bajos, pero en mira a brindar todos los conocimientos adquiridos en la Carrera de negocios internacionales.

A mis padres

Porque a ustedes les debo todo, gracias por estar a mi lado en todo momento y proveerme de lo que necesito. Gracias por su amor y apoyo incondicional, permitiendo llegar a culminar esta gran etapa universitaria.

A Unapec y profesores

Por abrirme sus puertas y permitir que me desarrollara profesionalmente, adquiriendo un sin fin de conocimientos y experiencias gratas. Por ser un espacio de desarrollo personal y profesional, brindando recursos en pro del desarrollo integral.

Yvana S. Rojas Nakada

A Dios

Por permitirme culminar este proyecto, siendo un apoyo y soporte en todo momento. Por no abandonarme en ninguna de las dificultades que se atravesaron y por bendecirme siempre.

A mis padres

Porque a ustedes les debo todo lo que he logrado, gracias por estar siempre a mi lado en todo momento. Gracias por su amor y apoyo incondicional, esto es de ustedes.

Emily Quezada

RESUMEN EJECUTIVO

La presente monografía tuvo como objetivo principal el análisis de la viabilidad para la exportación de Sargazo para alimentos de ganado Caprino y Ovino hacia el mercado de España desde República Dominicana. El Sargazo es un alga de color marrón que pertenece al Caribe y se encuentra en las costas de República Dominicana. Es decir, estas algas marinas inundan las playas, obstruyendo los arrecifes de coral, afectando el ecosistema ambiental, perjudicando a las comunidades pesqueras, impactando cada vez más al sector turístico. Esta especie de alga en descomposición produce un gas de sulfuro de hidrógeno de repelente olor que mantiene a raya a los amantes del mar cristalino y a los turistas.

Un número creciente de investigaciones indica que esta amenaza, tanto para el sustento de muchos como para el medio ambiente, es provocada por el cambio climático y la contaminación de los océanos. Se cree que la absorción del océano de la mayor parte del calor de las emisiones de gases de efecto invernadero, especialmente en la superficie, ha catalizado el aumento en las floraciones de sargazo.

Nuestro estudio se realizó tomando en cuenta que el mercado de España tiene una alta producción local de ganado caprino y ovino, lo cual significa una alta demanda de alimentos para la crianza de este ganado. Por su alta demanda, este proyecto tiene un alto potencial para lograr brindar una excelente solución ante la contaminación que nos enfrentamos con la aparición del sargazo, el cual está formado por múltiples compuestos para su aprovechamiento, dándonos la oportunidad de aumentar el posicionamiento de este producto en el mercado dominicano debido su nuevo uso.

Se identificaron grandes oportunidades de negocios para el mercado español por la gran diversidad productora ganadera, alto poder adquisitivo, y preferencias hacia productos caribeños.

En este documento, se explicarán todos los procesos realizados para que este estudio sea viable, desde el proceso logístico y aduanero que debe llevarse para exportar el sargazo hasta el procesado para alimento de ganado hacia el mercado de España. Por lo que se desglosan los requisitos y permisos como certificados sanitarios, permisos de exportación, lista de empaque con las descripciones del producto y demás documentos necesarios para dar entrada del producto al mercado de España.

República Dominicana se ha esforzado para fomentar el desarrollo del sector mediante procesos innovadores e incentivos para generar condiciones óptimas en los procesos y poder exportar este producto hacia el resto del mundo. Además, de contar con una posición estratégica importante que permite una ventaja competitiva a diferencia de otros países del Caribe.

TÉRMINOS CLAVES

EPA: Es el Acuerdo Comercial que representa la solución viable a nivel regional, tanto para nuestra integración en el Caribe como para la exportación de nuestros bienes y servicios a Europa, orientado al desarrollo de mecanismos de cooperación y flexibilidad para los países que lo integran. (Agricultura)

Acuerdo: Un acuerdo es una determinación que toman dos o más Estados, personas o empresas. La decisión final de un acuerdo es el fruto de un proceso de negociación entre las distintas partes. (Cabia, 2020)

Exportación: Son el conjunto de bienes y servicios vendidos por un país en territorio extranjero para su utilización o comercialización. Y en conjunto con las importaciones, son una herramienta imprescindible de contabilidad nacional. (Javier Montes de Oca, 2015)

Sargazo: Es un alga de tipo pardo que de forma recurrente causa estragos en las costas del Caribe. Aunque no es perjudicial para la salud, su acumulación sí lo es para los ecosistemas. (Verde)

Aerocistos: La estructura constituida llena de aire u otros gases, destinada a aumentar la flotación de un organismo. La presencia de esas estructuras es común en macroalgas y en peces. (Wikipedia, 2019)

Calcio: El calcio es un mineral que el cuerpo necesita para formar y mantener huesos fuertes y llevar a cabo muchas funciones importantes. El calcio es el mineral más abundante en el organismo. (National Institute of Health, 2022)

Comercialización: Es el conjunto de actividades desarrolladas para facilitar la venta o conseguir que el producto llegue finalmente al consumidor. Siendo

el intercambio comercial, la actividad de comprar y vender mercancías entre dos contrayentes, este acto es fundamental en el comercio y tiene un impacto en el mercado de bienes, servicios y la propiedad intelectual. (Economipedia, 2017)

Comercio bilateral: El comercio entre dos países, especialmente el trueque, se basa en acuerdos bilaterales entre gobiernos y no utiliza monedas extranjeras para el pago. (Google Arts & Culture, 2019).

Mercado: El mercado es un proceso que opera cuando hay personas que actúan como compradores y otras como vendedores de bienes y servicios, generando la acción del intercambio. (Myriam Quiroa, 2019)

Normativa internacional: Son un medio para superar las barreras técnicas en el comercio internacional derivadas de las diferentes normas y reglamentos desarrollados por cada país. (UNAM, 2019)

Cadena de valor: Incluye todas las diversas actividades necesarias para que un producto o servicio pase por las diversas etapas de producción, desde la formación o distribución del producto hasta el consumidor y la eliminación del producto, y finalmente después de su uso. (Gestiopolis, 2019)

Caprino: El ganado caprino, Cabras se ha explotado tradicionalmente para la producción de leche, carne, pieles y estiércol, teniendo, actualmente, una relevancia productiva muy discreta a escala mundial, comunitaria y nacional, comparado con la de otras especies ganaderas rumiantes. (DAZA, 2004)

Ovino: El ganado ovino es el que presenta un mejor aprovechamiento de los pastos áridos o semiáridos y de los subproductos agrícolas fibrosos, razón por la cual esta especie se ha explotado tradicionalmente en las zonas áridas y secas, aprovechando ecosistemas no aptos para la explotación del ganado vacuno. (Daza Andrada, 2000)

INTRODUCCIÓN

Debido a los altos niveles de contaminación a los que se enfrenta el medio ambiente en todo el mundo cada vez surgen nuevas ideas para darle un mejoramiento a este, los países del caribe debido a esto se han visto en la obligación incluso de cerrar playas y reducir el acceso turístico debido a la contaminación por el Sargazo en temporadas altas, este proyecto surge como una alternativa beneficiosa para ambos ámbitos tanto económicos como turístico, creando oportunidades de negocio, por tal razón nos dimos a la tarea de investigar y desarrollar nuevas maneras de uso para promover la innovación y utilización de este producto, decidimos establecer relaciones vinculantes y comerciales mediante tratados y otros aspectos derivados de la internacionalización y el comercio. Al mismo tiempo, como resultado de estas actividades, los países logran ser más competitivos y aumentan su crecimiento tanto a nivel nacional como regional en sectores de su economía.

En otro punto, uno de los sectores que ha tenido un gran auge y durante muchos años se ha mantenido es el sector ganadero por tal razón resulta nuestro enfoque a ese sector introduciendo un producto procesado agrícola. Debido a las necesidades que tiene este mercado, optan por productos en cantidades considerables a un precio accesible, manteniendo la calidad para brindar una alimentación completa a sus ganados. Sin embargo, a pesar de que están mostrando un alto interés en la importación de diversos alimentos muchos mercados son selectivos por tal razón decidimos dirigirnos a España.

Debido a que España tiene una alta producción de ganado caprino y ovino, nuestro compromiso radica en realizar las evaluaciones pertinentes y plantear las oportunidades y viabilidad de ingreso al mercado de España con la exportación de Sargazo para alimento de ganado caprino y ovino de origen

dominicano. Cabe destacar que, la República Dominicana muestra ciertas ventajas competitivas y comparativas en su producción lo que representa una expansión de mercado y posibles mercados emergentes.

En lo que se refiere al producto este será recolectado, tratado y procesado para obtener el producto final y sea exportado. Exportar el producto desde un inicio ha sido de gran ventaja a diferencia de otros ya que es un producto de calidad y a la vez contribuye al mejoramiento del medio ambiente, este tiene un tiempo más duradero lo que hace su medio de transporte más económico ofreciendo un producto de calidad. Para los fines de este proyecto sobre el “Estudio de Viabilidad para la Exportación Dominicana de Sargazo para la Alimentación de Ganado Caprino y Ovino hacia España”, El Sargazo constituye el objetivo de estudio de la presente investigación.

Por lo que, el esquema de desarrollo que sigue en este trabajo incluye los aspectos generales del país exportador y del importador, aspectos generales del producto, tipos, procesamiento, clasificación arancelaria, procedimientos de exportación en origen, así como también los documentos, los requerimientos de ingreso en destino de esta mercancía. Las estrategias para su comercialización, el perfil del consumidor, la percepción del producto y presupuesto.

Ya para finalizar, se presenta una encuesta realizada para saber qué tanto conocen nuestros habitantes sobre el Sargazo y su utilización, con el propósito de mostrar en este estudio los beneficios que este aporta en caso de una ejecución práctica futura.

CAPÍTULO I: ANTECEDENTES DE LA PRODUCCIÓN DE EL SARGAZO

1.1 EL SARGAZO

Los Sargazos son una realidad que la tenemos para quedarse con nosotros. Estas algas que han invadido nuestras playas tuvieron su primera gran incursión en la primavera del 2011, grandes cantidades de algas flotantes (sargazos) se acumularon en las costas del área occidental del Caribe impactando en los recursos acuáticos, costas, vías navegables y turismo de playa.

Este fenómeno se repitió en 2014 y en el 2015, otra vez en el 2018, y en la actualidad (Sept 2021) la República Dominicana está siendo afectada grandemente por dichas algas. Su desplazamiento y arribó a las playas es normal, sin embargo, la cantidad presentada no lo es.

El sargazo es una especie de alga parda de las especies *Sargassum Natans*, y *Sargassum Fluitans*. Estas macroalgas han habitado en las zonas tropicales del mundo desde tiempos inmemorables, solo que, con el cambio climático, el aumento de la temperatura de los océanos y la reducción de los vientos, el polvo del Sahara, y la cantidad de residuos orgánicos que contaminan el mar, las mismas han desarrollado una atípica reproducción.

Como todos los excesos, estas cantidades atípicas de sargazo también son dañinas, en especial para el medio ambiente. Los principales efectos dañinos que genera la presencia de esta alga son:

- Reducción de luz y oxígeno en los mares, lo que provoca la muerte de especies marinas.
- Afectación a las poblaciones de tortugas marinas, pues no pueden llegar a las playas a desovar.
- Acidificación del agua que hace que crezcan más algas que corales.

- Pérdida de pastos marinos, lo que provoca la erosión de playas.

El sargazo se caracteriza por poseer unas estructuras llamadas aerocistos que son pequeñas bolas llenas de gases, que ayudan al sargazo a flotar y no hundirse, es por eso que se les ve en grandes cantidades flotando en las playas. Los aerocistos transforman el CO₂ y el agua en azúcares, las cuales utilizan el sargazo como fuente de energía.

Estudios químicos que se le han realizado a los sargazos demuestran un alto contenido de calcio, nitrógeno, sodio, y zinc. También se han encontrado niveles ligeramente elevados de mercurio y de cianuro. De igual forma tienen en su composición itrio, escanio, y 14 lantánidos, de las conocidas como tierras raras.

Solo del calcio se han encontrado concentraciones de 1,334 mg/kg, cuando la concentración normal en los océanos es de 400 mg/kg y en la tierra es de 52,900 mg/kg.

Las principales fuentes de reproducción de los Sargazos se encuentran ubicadas al norte del estuario del Río Amazonas y las costas de África Occidental desde la Sierra Leona hasta Ghana.

La pregunta siguiente es: ¿Cómo llegan de tan lejos los sargazos a nuestras playas? La respuesta es muy sencilla: Las corrientes termohalinas de los océanos.

Otra fuente que aporta sargazos a los que llegan a nuestras costas es precisamente el Mar de los Sargazos. Este se encuentra ubicado en el Océano Atlántico Norte, un lugar que se forma por las corrientes marinas que circulan en sentido de las manecillas del reloj lo que produce que las algas se reúnan en este sitio. Los ciclones y huracanes ayudan a que el sargazo de esta región se extienda hasta llegar a nuestras playas.

El Mar de los Sargazos es de vital importancia en temas de biodiversidad debido a que alberga diferentes especies marinas, funciona como refugio para crías de tortugas marinas y como estación de descanso para especies migratorias como aves, peces, entre otros.

El aumento de la temperatura del agua, el calentamiento global y los diferentes contaminantes arrojados a los mares favorecen el crecimiento excesivo del sargazo, por ello esta especie llega a alcanzar cantidades inmensas que “sin ayuda de ciclones” se expanden a nuevos sitios. Esto ocasiona que la superficie del agua, donde se encuentran los arrecifes de coral, quede completamente cubierta y no permita la entrada de luz, en consecuencia, mueren muchas especies. No obstante, el mayor daño producido por los sargazos es directamente hacia el turismo, provocando daño a nuestras playas, ocasionando la inactividad de las mismas.

Por los próximos años, no vamos a salvarnos de la visita anual y hasta bianual de este fenómeno. La solución está a mediano plazo, siendo el reto buscar la manera de aprovechar y reutilizar el sargazo, por ejemplo, invertir actualmente en investigaciones que nos permita deshacernos del sargazo y, si es posible, usarlo como materia prima que produzca y genere beneficios tanto ambientales como económicos. Por ende, se prevé a corto plazo tratar de buscar la manera de recolectar el sargazo antes de que éste arribe a las playas.

1.1.1 CARACTERÍSTICAS DEL SARGAZO

El sargazo es una macro alga del género *Sargassum* del tipo Holo pelágico; es decir, pasa toda su vida flotando en el mar. En el océano abierto, forma masas flotantes de algas de gran valor ambiental, según la doctora Brigitta Ine Van Tussenbroek Ribbink, investigadora del Instituto de Ciencias del Mar y Limnología de la UNAM.

Cuando se encuentra en el océano abierto, el sargazo es utilizado por animales como tortugas, diferentes especies de peces, camarones y cangrejos como zona de desove, refugio o para buscar alimentos; además de capturar carbono, proveer oxígeno y nutrientes.

La experta, quien desde 2015 ha centrado su investigación en el sargazo, explica que la llegada en pequeñas cantidades puede ser benéfica para las costas ya que aporta algunos nutrientes a los ecosistemas.

Sin embargo, cuando hay arribos masivos se generan problemáticas ambientales como la acumulación de materia orgánica en descomposición en las playas, erosión de costas y la generación de Mareas Marrones de Sargazo en los mares, cercanas a la costa, las cuales son generados por los lixiviados de sargazo y material alga en descomposición y que afectan hasta una distancia entre 20-30 m hasta varios cientos de metros.

Estas mareas se caracterizan por falta de luz, lo cual evita que las plantas en el fondo puedan fotosintetizar y dejan de producir oxígeno. Esto en combinación con la elevada actividad bacteriana por los procesos de descomposición genera un ambiente sin oxígeno y provoca la muerte de todos los organismos fijados en el fondo en la zona de afluencia. Además, causa la acidificación de las aguas y el aumento de la temperatura del agua.

El impacto de las mareas marrones se extiende sobre todo la laguna arrecifal hasta los arrecifes alejadas entre cientos de metros hasta 2-3 km de la costa, saturando el ambiente con materia orgánica y de nutrientes, afectando a estos ecosistemas usualmente poco nutridos.

Por ejemplo, se ha detectado una disminución en la cobertura de pastos marinos y de coral vivo, que, de acuerdo a la investigadora, implica la pérdida de playa y de protección costera.

1.1.2 TIPOS DE SARGAZO

Al estudiarlas, los especialistas detectaron que el sargazo que llegaba a las costas era de dos tipos: *Sargassum fluitans* y *Sargassum natans*; ambos holopelágicos, pero morfológica y genéticamente diferentes. Sin embargo, observaron que anualmente el tipo y la forma de algas que llegaban a las costas variaba.

1.1.3 BENEFICIOS DEL USO DEL SARGAZO

Algunos de sus beneficios son las cantidades importantes de potasio y fósforo, debidas a la alta diversidad de algas pardas, estas brindan la posibilidad de generar alimento para aves de cautiverio, compostas para abono en el cultivo de hortalizas y posibles usos en la elaboración de alimentos y fármacos.

El sargazo es activador del crecimiento de plantas, un buen estimulante de la germinación, un corrector de la acidez y la carencia de minerales. Funciona como un activador de las defensas, facilita una mayor captación de nutrientes, es un activador de microfauna y trabaja como hidratante, de acuerdo con la doctora Iris Nava Jiménez, coordinadora de Biotecnología en la Universidad Politécnica de Quintana Roo.

1.1.4 PROCESO DE PRODUCCIÓN Y PROCESAMIENTO

El sargazo es rico en nutrientes, especialmente en carbohidratos y proteínas. Con miras a cosechar para producir alimentos orgánicos para animales.

El mercado objetivo fue la industria del ganado caprino y ovino debido a que la cabra es una de las principales carnes consumidas y comercializadas en Europa. Vimos la oportunidad de proporcionar alimentos asequibles a los criadores en un país que tiene una factura de exportación alta, siendo los principales destinatarios de las exportaciones españolas de carne de ovino y

caprino, los Estados miembros de la Unión Europea con el 97% del total exportado, frente al 3% que se dirige a terceros países.

Evaluando la utilización que se le daría al Sargazo podrá contribuir a aumentar el tamaño de los rebaños en el país, por lo que la industria caprina y ovina en España estaría dando un paso hacia el crecimiento.

Así mismo, se plantea proporcionar al sector ganadero más de 190 toneladas por año.

El producto se maneja de manera orgánica, por lo que los consumidores no tendrán que preocuparse por la obstrucción del sistema digestivo de los animales que consuman el producto.

El sargazo que se utilizará, pasará por un elaborado proceso de limpieza y desinfección, luego se realizará una combinación con desechos orgánicos consumibles a través de procesamiento agrícola que están disponibles localmente, todos aquellos que se generan a partir de cultivos de leña o de hierba y los producidos en el desarrollo de actividades propias de estos sectores y así producir un alimento que está dirigido a la industria de la cabra, partiendo de pruebas en las que estas consumen y disfrutan el alimento.

1.2 ASPECTOS GENERALES DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

1.2.1 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

La República Dominicana es un país que se encuentra en el archipiélago de las Antillas, ubicando la mayor parte de su territorio en los dos tercios más orientales de la isla La Española, isla compartida con la República de Haití, que ocupa la porción más occidental. Su territorio está también compuesto por las islas Saona, Beata, Cabritos, Catalina, Catalinita y Alto Velo, y por unos treinta islotes y cayos. Tanto por superficie como por población, la República Dominicana es el segundo país más grande del Caribe (después de Cuba); su extensión territorial es de 48,442 kilómetros cuadrados y se estima que tiene aproximadamente 10 millones de habitantes.

República Dominicana es una república democrática, formada por 31 provincias y un Distrito Nacional. La Constitución Política fue reformada el 26 de enero de 2010 y es denominada como la Constitución del Siglo XXI.

El Estado está conformado por los Poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial. El Poder Ejecutivo está constituido por el jefe de Estado, quien a su vez es el jefe de Gobierno, quien es electo, junto al cargo de vicepresidente, por voto popular para un período constitucional de cuatro años. El gabinete es nombrado por el presidente de la República.

El Poder Legislativo reside en el Congreso Nacional, constituido por el Senado y por la Cámara de Diputados. El Senado consta de 32 escaños, uno por cada provincia y son elegidos por voto popular para un período de cuatro años. La Cámara de Diputados consta de 190 diputados incluyendo 7 que representan a la comunidad dominicana en el exterior, todos los cuales son elegidos por voto popular para un período de cuatro años. Cabe mencionar que el 16 de mayo de 2010 se celebraron elecciones legislativas para un periodo excepcional de 6 años que abarca de 2010 a 2016, con el propósito de que las elecciones legislativas de 2016 coincidan con las presidenciales de este último año.

El Poder Judicial está compuesto por la Suprema Corte de Justicia, como tribunal supremo, y los demás tribunales creados por la Constitución Política del país y por sus leyes. El Consejo Nacional de la Magistratura es la entidad que nombra a los jueces de la República y está integrado por el presidente, los líderes de ambas Cámaras del Congreso y el Presidente de la Corte Suprema de Justicia. Cuenta con autonomía funcional, administrativa y presupuestaria, y está integrado por no menos de 16 jueces y podrá reunirse, deliberar y fallar válidamente con el quórum determinado por la ley que establece su organización. El objetivo fundamental de la política exterior es que ésta se convierta en una herramienta clave para el desarrollo y el crecimiento de República Dominicana.

1.2.2 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

República Dominicana, con una población de 10.953.714 personas, se encuentra en la posición 85 de la tabla de población, compuesta por 196 países y tiene una densidad de población de 225 habitantes por Km².

1.2.3 SISTEMA LEGAL

Las características del Gobierno de la Nación Dominicana son esencialmente civil, republicano, democrático y representativo, estableciéndose el sistema de separación de poderes en: Legislativo, Ejecutivo y Judicial, cada uno con independencia en el ejercicio de sus funciones.

Nuestra Constitución se fundamenta en el respeto a la dignidad humana y en la indisoluble unidad de la Nación, patria común de todos los dominicanos y dominicanas”. Además, se consagra la supremacía de la Constitución, norma suprema y fundamento jurídico del Estado, siendo nulo de pleno derecho toda ley, decreto, resolución, reglamento o acto contrarios a esta.

1.2.4 SISTEMA ECONÓMICO

La economía dominicana depende principalmente del comercio exterior, los servicios, la minería, la industria farmacéutica, componentes electrónicos, equipos médicos, minería, textil y calzado y el turismo, siendo estos sectores los pilares de una economía diversificada y una industria altamente desarrollada.

República Dominicana es la economía número 69 por volumen de PIB. Su deuda pública en 2021 fue de 50.469 millones de euros, con una deuda del 63,06% del PIB. Su deuda per cápita es de 4.607 € euros por habitante.

La última tasa de variación anual del IPC publicada en República Dominicana es de septiembre de 2022 y fue del 8,6%

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que en definitiva nos muestra el

nivel de vida de sus habitantes, indica que los dominicanos se encuentran en el puesto 89

1.2.5 MEDIDAS ECONÓMICAS Y POLÍTICAS DEL GOBIERNO DE LUIS ABINADER QUE INFLUYEN

José Ramón Reyes, viceministro de Recursos Costeros y Marinos, explicó que en cuanto a las acciones gubernamentales tomadas ante el Sargazo, están trabajando en los lineamientos para una correcta recolección, de manera que no afecte la arena, ya que en ocasiones se usan palas mecánicas para remover el sargazo, en detrimento de la playa.

Este expresó también que la mejor opción es buscarle un uso productivo al Sargazo, ya que los vertederos no están estructurados para recibirlo en altas cantidades, porque el daño puede ser peor al no darle un uso productivo, porque al descomponerse baja a la capa freática y contamina el agua.

Según Otto Cordero, especialista en recursos costeros y marinos, la situación afecta al turismo, la pesca y atenta contra la vida de especies marinas, debido a que se ven limitados los accesos de luz y el aire por la acumulación de Sargazo en la superficie.

1.3 ESPAÑA

1.3.1 ASPECTOS GENERALES DE ESPAÑA

1.3.2 ASPECTOS GEOGRÁFICOS

España se encuentra en el sudoeste de Europa y hace frontera con Francia y Portugal. La mayor parte de su territorio es una península, pero posee dos grandes archipiélagos. Frente a las costas de Cataluña y Comunidad Valenciana, en el mar Mediterráneo, se encuentran las Islas Baleares. Las Islas Canarias se sitúan en el océano Atlántico, a una distancia de unos 1.500 kilómetros de la costa de Andalucía, en el sur de la península. España tiene además dos ciudades autónomas: Ceuta y Melilla. Se localizan en el norte del continente de África y están perfectamente comunicadas por ferris con la costa de Andalucía.

1.3.3 ASPECTOS DEMOGRÁFICOS

España, con una población de 47.432.805 personas, se encuentra en la posición 30 de la tabla de población, compuesta por 196 países y presenta una moderada densidad de población, 94 habitantes por Km². Su capital es Madrid y su moneda Euros.

1.3.4 SISTEMA POLÍTICO

La forma política del Estado español es la monarquía parlamentaria. El rey es el Jefe del Estado y todos sus actos deben ser refrendados por el Gobierno, de acuerdo con lo establecido en la Constitución en su Título II dedicado a la Corona.

Juan Carlos de Borbón y Borbón, Juan Carlos I, fue proclamado rey el 22 de noviembre de 1978. Tras su abdicación, desde el 19 de junio de 2014 el rey de España es su hijo Felipe VI. La reina consorte es Letizia Ortiz Rocasolano.

Según lo establecido en la Constitución, su hija primogénita, la Princesa de Asturias Leonor de Borbón Ortiz, es la heredera de la Corona. Su hija menor, la infanta Sofía de Borbón Ortiz, es la segunda en la línea sucesoria.

PODERES DEL ESTADO

PODER EJECUTIVO: EL GOBIERNO

El gobierno se compone del presidente, de los vicepresidentes, en su caso, y de los ministros. De acuerdo con el procedimiento establecido en la Constitución, tras haber recibido la confianza del Congreso de los Diputados, el presidente es nombrado por el rey. Los ministros lo serán también, pero a propuesta del presidente.

El Gobierno cesa tras la celebración de elecciones generales, en los casos de pérdida de la confianza parlamentaria tras una cuestión de confianza o una moción de censura, o por dimisión o fallecimiento de su presidente. El Gobierno cesante continúa en funciones hasta la toma de posesión del nuevo Ejecutivo.

El presidente del Gobierno, mientras está en funciones, no puede proponer al rey la disolución de alguna de las Cámaras o de las Cortes Generales ni la convocatoria de un referéndum, ni tampoco plantear la cuestión de confianza.

El Consejo de Estado es el supremo órgano consultivo del Gobierno y emite dictámenes sobre aquellos asuntos que someten a su consulta el Gobierno o sus miembros, bien con carácter preceptivo o facultativo.

PODER LEGISLATIVO: CORTES GENERALES

CONGRESO Y SENADO

El ejercicio de la potestad legislativa del Estado corresponde a las Cortes Generales, que representan al pueblo español y controlan la acción del Gobierno. Están compuestas por dos Cámaras: Congreso de los Diputados y Senado.

PODER JUDICIAL

Los ciudadanos y los poderes públicos están sujetos a la Constitución y al resto del ordenamiento jurídico.

La justicia emana del pueblo y es administrada en representación del rey por los jueces y magistrados del Poder Judicial, independientes, inamovibles, responsables y sometidos únicamente a la Constitución y al imperio de la ley.

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL

Este se organiza de manera territorial dividido en municipios, provincias y comunidades autónomas, con autonomía para la gestión de sus respectivos intereses.

1.3.5 SISTEMA LEGAL

El sistema jurídico español se incluye en lo que se conoce como sistema continental de Derecho en clara referencia europea. Habitualmente se habla de dos grandes grupos: el anglosajón y el continental. La finalidad de ambos es en realidad la misma, esto es, crear y aplicar normas que regulen la convivencia de personas y, en su caso, dar la oportuna solución a conflictos.

1.3.6 SISTEMA ECONÓMICO

La economía de España, que es capitalista mixta, es la doceava más grande del mundo. En términos de renta per cápita, España está casi a la par de las economías de Alemania y Francia.

La economía española crecerá más de lo esperado en 2022, incluso descontando alguna caída en el segundo semestre. El PIB crecerá un 4,4% este año, 0,3 décimas más de lo esperado, según la actualización de previsiones publicada hoy por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos. En junio, el pronóstico de crecimiento para el PIB de España fue de un 4,1% en 2022.

Se trata de uno de los crecimientos más elevados entre las economías avanzadas. Pero esto se explica porque España también fue la economía más golpeada por la pandemia, y porque también es de las que más está tardando en recuperar lo perdido por la crisis.

En 2023, en cambio, la economía apenas avanzará un 1,5%, frente al 2,1% estimado anteriormente. Eso significa que España crecerá 0,7 décimas menos de lo esperado.

1.3.6.1 SISTEMA ECONÓMICO DIRIGIDO A LA GANADERÍA:

La actividad económica de la ganadería en España supone en torno a un 20% de la Producción Final Agraria. Dicho porcentaje, que creció significativamente en el decenio de los sesenta, se ha mantenido prácticamente inalterado desde los primeros años setenta en el citado valor.

El ganado ovino presenta un mayor grado de difusión sobre la geografía española. Su área actual coincide con la tradicional. Tanto por densidad como por número de cabezas destacan Extremadura, Aragón, y las provincias de Ciudad Real, Zamora, Sevilla, Navarra, y Salamanca, que concentran casi la mitad de la cabaña.

La relevancia del ganado ovino radica en su triple aptitud productiva como son leche, carne y lana, su frugalidad, resistencia y capacidad de adaptación.

Este ganado aún sigue un régimen exclusivamente campero, de aprovechamiento a diente del pastizal. Ya son pocos los ovinos trashumantes: quien no dispone extensos pastizales propios para ellos prefiere desplazamientos más cortos, desde montañas, penillanuras y riberas a los rastrojos cerealistas de las llanuras.

SECTOR OVINO Y CAPRINO EN ESPAÑA

El sector ovino y caprino representa en España el 11% de la Producción Final Ganadera, si se tiene en cuenta el conjunto del subsector cárnico y el lácteo. Con un censo ovino que en los últimos cinco años se encuentra estabilizado alrededor de los 15 millones de cabezas. España es el primero en importancia de la Unión Europea, y el segundo en censo de ganado caprino con unos 2,6 millones de animales por detrás de Grecia. (Datos 2021 – Estadística).

Debido al carácter extensivo de una parte importante del sector y a que es una actividad que se asocia a aquellas zonas donde no existen otras alternativas económicas, este sector tiene un papel primordial en la vertebración del territorio, en la conservación del entorno y en la generación de empleo en zonas rurales. En los últimos años se ha puesto de manifiesto la capacidad del mismo para adaptarse a los nuevos condicionantes de los mercados, aumentando el comercio con países terceros, así como promocionando y valorizando la calidad de los productos obtenidos en España.

En el marco de sus funciones en materia de producción y seguimiento de los mercados ganaderos, el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, elabora una serie de informes sectoriales que se incluyen en este sitio Web, manteniendo su compromiso con la transparencia sectorial y aportando

información que sirva para seguir avanzando en su modernización y profesionalización.

1.3.7 TAMAÑO DE MERCADO

- España es la 4ta economía de la UE y la 14 de todo el mundo con un PIB de 1,200 millones de dólares.
- Ocupa el 13 lugar en inversión de recepción mundial
- Más de 14,600 empresas extranjeras han elegido España. ¿De las 100 mejores empresas del lenguaje global? 70 están en España.
- España tiene un gran mercado doméstico, es el mayor mercado con poder adquisitivo del mundo con más de 500 millones de consumidores y conectividad con lata.
- El sector empresarial español está muy desarrollado y posee un alto grado de internacionalización. Por tanto, las alianzas con las empresas locales ofrecen oportunidades excelentes para entrar en otros mercados.
- España es el 11º mayor exportador mundial de servicios comerciales con un registro de 115.000 millones.
- Las multinacionales extranjeras establecidas en España son responsables de alrededor del 44,5% de las exportaciones totales de España al resto del mundo.
- El índice OCDE FDI Regulatory Restrictiveness Index coloca a España como 10º país del mundo con una regulación más abierta a la inversión internacional.
- Las inversiones extranjeras en España no requieren ninguna autorización previa, como principio general, salvo las inversiones en actividades

directamente relacionadas con la defensa nacional o aquellas que afecte el orden público, la seguridad pública y a la salud pública.

. El censo de ganado en España asciende a unos 14,5 millones de unidades ganaderas, estando distribuido en unas 325.000 explotaciones.

Producción de esta:

- El sector ovino-caprino, incluyendo ambas orientaciones productivas que son carne y leche, representa en torno al 3.8% de la Producción Final Agraria, PFA en España, con un valor estimado de 1.965,2 millones de euros en 2019. Respecto a la Producción Final de la rama Ganadera PFG, el conjunto de las producciones de ovino-caprino ocuparía el quinto lugar en importancia económica en nuestro país, abarcando un 9,9%.
- Más en detalle, el valor de la producción de carne de ovino y caprino alcanzó 1.140 millones de euros, un 3,51 % menos que lo registrado en el año anterior. Reino Unido es el primer productor de carne de ovino en la Unión, por lo que hasta su salida España mantiene el segundo puesto en importancia productiva.
- Por otro lado, el conjunto de la producción de leche de ovino y caprino en nuestro país alcanzó un valor económico estimado 1 824,9 millones de euros, abarcando el 26 % del valor de la producción láctea nacional, que en el año 2019 alcanzó los 3.156,1 millones de euros sumando leche de vaca (74%), oveja (14%) y cabra (12%).

1.3.7.1 TRATADO DE LIBRE COMERCIO

Bajo el tratado EPA, la cercanía y otros factores otorgan históricamente ventajas a Estados Unidos en el comercio, siendo los países del Caribe proveedores naturales de varios productos agrícolas a aquel mercado. No obstante, las rebajas bienales de arancel que brinda el EPA van acercando situaciones, aunque el acuerdo estadounidense sigue considerándose más ventajoso.

En lo referente al comercio de bienes, España exhibe regularmente un saldo positivo en su balanza con el Caribe, según puede apreciarse en el cuadro siguiente. Si bien la balanza comercial con los países caribeños ha venido siendo positiva, el saldo fue disminuyendo con el paso de los años hasta 2020, con exportaciones españolas a las Islas del Caribe que alcanzaron los 1.482 M\$. En 2021 las exportaciones volvieron a crecer hasta alcanzar 1.860 M\$. Las cifras de exportación que se presentan hasta junio de 2022 son de 1.036 M\$.

En relación con el comercio bilateral con España, en 2021 las exportaciones totales españolas a República Dominicana alcanzaron los 707,40 MUSD. Esta cifra supuso un crecimiento del 28 % respecto a 2020. Respecto a la importación, la cifra total en 2021 ascendió a 115,68 MUSD; un 13% superior a 2020). Por su parte, en 2022 (hasta junio), se han alcanzado unas cifras exportadoras de 401,35 MUSD (32% más respecto al mismo periodo del año anterior) y unas importaciones de 67,86 MUSD (38% más).

Tabla 1 : Exportación Española por capítulos

EXPORTACIÓN ESPAÑOLA POR CAPÍTULOS (MILLONES DE €		Rank.	2019	2020	2021
1 S E E	69 -- PRODUCTOS CERÁMICOS	1	51,17	42,33	88,48
	84 -- MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	2	61,66	34,76	45,95
	85 -- APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS	3	47,03	28,20	32,48
	22 -- BEBIDAS TODO TIPO (EXC. ZUMOS)	4	23,05	16,69	26,71
	39 -- MAT. PLÁSTICAS; SUS MANUFACTU.	5	20,59	19,20	24,93
	94 -- MUEBLES, SILLAS, LÁMPARAS	6	47,29	17,46	22,95
	73 -- MANUF. DE FUNDIC., HIER./ACERO	7	24,67	15,92	21,97
	72 -- FUNDICIÓN, HIERRO Y ACERO	8	14,34	9,12	20,76
	48 -- PAPEL, CARTÓN; SUS MANUFACTURAS	9	10,90	10,94	16,29
	70 -- VIDRIO Y SUS MANUFACTURAS	10	14,88	12,76	15,74
	76 -- ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS	11	14,37	9,51	14,05
	04 -- LECHE, PRODUCTOS LÁCTEOS; HUEVOS	12	9,99	14,67	13,94
	62 -- PRENDAS DE VESTIR, NO DE PUNTO	13	14,30	7,47	13,66
	83 -- MANUFACT. DIVERSAS DE METALES	14	12,48	11,98	13,59
	33 -- ACEITES ESENCIALES; PERFUMER.	15	11,54	10,90	13,34
(Datos en millones de €)					
Productos industriales y tecnología		392,97	395,57	344,06	398,25
Bienes de Consumo		91,56	110,56	58,04	90
Agroalimentarios		66,83	68,02	67,38	79
Bebidas		24,26	30,21	18,81	28,76
TOTAL		575,62	604,35	488,29	596
					22

Fuente: Estacom

1.3.8 PERFIL DEL CONSUMIDOR

En términos generales la sociedad española es considerada una sociedad de consumo masivo, caracterizada por la compra masiva de servicios y bienes industrializados.

El consumidor español se tiende a planificar su cesta de la compra al céntimo, buscando el mejor precio. Sin embargo, han demostrado que un factor decisivo al momento de efectuar sus compras es la calidad que define al producto o servicio. Reconociendo la población así, que merece la pena pagar más por artículos de calidad. Los pagos fáciles, las promociones y el servicio al cliente también tienen una gran influencia.

Por otro lado, el comercio electrónico tiene muchas posibilidades ya que alrededor de 40 millones de personas están en línea en el país dentro de los cuales se conoce que los mismos gastan una media de 460 euros en compras en línea.

En relación a nuestro segmento objetivo que es el consumo de alimentos para el ganado caprino y ovino, el mismo necesita ser alimentado para cubrir sus necesidades de mantenimiento y de producción, expresándose esa necesidad en base al aporte de energía y de proteína principalmente, seguido del de vitaminas y minerales. Para cubrir estas necesidades los animales requieren un adecuado aporte de nutrientes, siendo los carbohidratos, las proteínas y las grasas los que deben ser ingeridos en una mayor cantidad en la dieta, siendo la proporción de estos nutrientes, entre otras sustancias, lo que caracteriza a los distintos alimentos.

Actualmente las microalgas se utilizan principalmente en la acuicultura como aditivos alimentarios por su composición bioquímica. Sin embargo, la inclusión de microalgas en piensos para animales es cada vez más frecuente porque además de una reducción en los costes de su producción, en paralelo se han ido demostrando los innumerables beneficios que proporciona

complementar la dieta regular de los animales con un pequeño porcentaje de algunas microalgas específicas.

Entre los beneficios de las microalgas en alimentación animal, se encuentran la mejora de la salud de los animales, el refuerzo de su sistema inmunológico, un engorde más eficiente, una mejor calidad de los productos finales, o una reducción de los antibióticos y medicamentos. Generalmente, se emplean como ingredientes funcionales en alimentación animal, ya que la biomasa de microalgas y los extractos procedentes de éstas, son una fuente de proteínas con un perfil de aminoácidos muy completo, carbohidratos, ácidos grasos esenciales, vitaminas, minerales y otros compuestos de interés, por ejemplo, pigmentos carotenoides. Las microalgas o sus respectivos extractos no son considerados como fuente de alimento principal para animales, sino más bien como mejora de las formulaciones de alimentos estándar.

El sector ovino y caprino, incluyendo ambas orientaciones productivas (carne y leche) representa en torno al 4 % de la Producción Final Agraria en España, con un valor estimado de 2.267,0 millones de euros en 2021. Con respecto a la Producción Final de la rama Ganadera , el conjunto de las producciones de ovino y caprino ocuparía el quinto lugar en importancia económica en dicho país, abarcando un 10,8%. Por lo que constituye una categoría del sector económico del país, de gran relevancia.



² Fuente: S. G. de Análisis, Coordinación y Estadística (MAPA)

³ Fuente: Eurostat

Como se puede apreciar, en el ámbito comunitario (UE-27), España aportaría el 25% del censo total de ovino, situándose como el primer país en importancia por número de animales según el censo comunitario.

1.3.9 PREFERENCIAS DE CONSUMO

Dentro de las preferencias del consumidor español, destaca la adecuada combinación entre precio (71%) y calidad (63%), seguidos por la ubicación (48%) del establecimiento (proximidad) y el trato y amabilidad (43%) y por la amplitud de la gama ofertada (34%), la confianza (28%) y el aspecto del establecimiento (27%).

Comparativamente, la diversidad de medios de pago aceptados, los días y horarios comerciales, la opción de compra no presencial y el compromiso social del comerciante tienen menor importancia.

El salario mínimo interprofesional o SMI es la retribución mínima que puede recibir un trabajador por su jornada laboral, independientemente del tipo de contrato que tenga. En el caso de España, el SMI para 2022 asciende a 1.000 euros al mes, dividido en 14 pagas anuales, y el salario mínimo diario a 33,33 euros.

HÁBITOS DE COMPRA Y CONSUMO CRITERIOS DE ELECCIÓN DEL COMERCIO



Fuente: Ministerio de industria y comercio de España

1.4 MANEJO DEL SARGAZO EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

El sargazo que sale hacia la superficie y se asienta en la orilla de las playas comienza un proceso de descomposición en el que libera metales como carbono, metano, entre otros metales pesados que posteriormente llegan a contaminar la tierra. Adicionalmente, los volúmenes de sargazo interfieren con la vida de otros ecosistemas. Cuando flotan durante semanas sobre el mar generan sombra, lo que representa un peligro para los arrecifes de coral,

dependientes de la luz solar. Cuando llega hasta la orilla, ahoga a los peces e impide el nado de las tortugas que salen a la superficie para desovar.

“Los eventos provocados por el sargazo conducen a que el manejo público y privado realice acciones como la remoción física en las playas o tratar de bloquear su llegada a las líneas costeras”, señala el estudio “Los impactos económicos del sargazo en el Caribe”, realizado por el SarAdapt Project Report, que explica que el intento de cuantificar el costo del sargazo implica tomar en cuenta la mano de obra, los materiales y equipos que son utilizados, así como las pérdidas por los ecosistemas afectados.

La limpieza del sargazo costó US\$120 millones a las economías del Caribe en 2018. Durante ese año, México—uno de los países más afectados—gastó aproximadamente US\$17 millones para la remoción de 500,000 toneladas del alga y unos US\$2.6 millones adicionales para retirar 85,000 en 2019, de acuerdo a este estudio.

República Dominicana carece de cifras oficiales sobre las pérdidas económicas generadas por el sargazo. Sin embargo, el costo de las tecnologías utilizadas para su recolección permite una aproximación de cuánto dinero se necesita para mitigar la llegada del alga a la arena.

En 2020, el Ministerio de Turismo y la Asociación Nacional de Hotelería y Restaurantes Asonahores firmaron un acuerdo para crear el fondo de mitigación y el manejo del sargazo. La propuesta, con una duración de hasta cinco años, explica que tanto el sector público como el sector privado iban a aportar cada uno US\$6 millones para la adquisición de barreras de sargazo en el país. Sin embargo, esta propuesta todavía aguarda por una licitación que permita la contratación de estas tecnologías.

En el mismo orden, nos surge la idea de darle un manejo que permita generar beneficios a los sectores involucrados, de este modo, a través de la

transformación del sargazo en un alimento novedoso nutritivo y de calidad superior se pretende alimentar a través de alternativas sostenibles el sector de Ganado Caprino y Ovino.

1.4.1 RECOLECCIÓN

En la actualidad, dos empresas dominicanas trabajan en la prevención de la sobreacumulación del sargazo. Algea Nova es una iniciativa que propone un manejo integral del alga, las cuales cuentan con barreras que permiten que el sargazo no llegue a la orilla, la recolección por las barcas y la transformación, para las que se han realizado diversas alianzas estratégicas internacionales.

Las barcas cuentan con una capacidad de recolección de 300 toneladas de sargazo al día en ocho horas de trabajo, alrededor de 200 metros cúbicos de esta alga, lo que les permite una cobertura de seis kilómetros de las playas privadas de las cadenas hoteleras Grand Palladium, Group Palace y Sanctuary, en Punta Cana.

1.4.2 PROCESAMIENTO

Las algas marinas que se recolectan se secan al sol durante una semana para posteriormente ser molidas, y así pasar por un tamizaje de 850 m en un molino de acero inoxidable Wiley. De esa forma se secan y muelen para hacer harina o mezclarlas con otros forrajes como suplemento mineral dietético. Basados en las determinaciones de la composición química, el aporte energético, la degradabilidad y la digestibilidad ruminal.

1.5 ANÁLISIS DEL MERCADO GANADERO EN ESPAÑA

El sector de vacuno de carne representa en España alrededor del 15,3% del valor de la Producción Final Ganadera y el 5,7 % del valor de la Producción Final Agraria. Este valor económico sitúa a España como tercer país en

importancia para este sector ganadero dentro del entorno comunitario de la UE-27, tras Francia y Alemania.

El censo bovino total de España se encuentra estabilizado alrededor de los 6.5 millones de cabezas, distribuidas en aproximadamente 140 mil explotaciones. Esto constituye la base generadora de diferentes producciones en nuestro país, incluyendo alrededor de 700 mil toneladas de carne de vacuno. En el entorno comunitario, España aportaría alrededor del 8% del censo bovino de la Unión y el 10,6% de la carne de vacuno producida.

La actividad productiva del sector vacuno de carne se apoya en dos segmentos diferenciados, por un lado, el subsector dedicado a la cría de vaca nodriza y por otro el subsector dedicado al cebo de terneros, ambos complementarios, pero con localizaciones y modelos de producción claramente diferenciados entre sí. En los últimos años además se constata una tendencia al avance en la adopción de modelos de producción ecológica y de producciones amparadas por denominaciones de calidad, reflejo de lo que se vendría evidenciando en el resto de la UE.

Por otro lado, la coincidencia de una progresiva disminución en el consumo interno con el aumento de la demanda en otros países, han hecho de la internacionalización una estrategia clave para este sector. Esto queda reflejado en la cifras y evolución de su comercio exterior, con un marcado protagonismo de las exportaciones, tanto de carne como de animales vivos.

El sector ovino-caprino, incluyendo ambas orientaciones productivas (carne y leche) representa en torno al 4,0 % de la Producción Final Agraria (PFA) en España, con un valor estimado de 2.266,4 millones de euros en 2021. Respecto a la Producción Final de la rama Ganadera (PFG), el conjunto de las producciones de ovino-caprino ocuparía el quinto lugar en importancia económica en el mencionado país, abarcando un 10,8%. Más en detalle, en

2021 el valor de la producción de carne de ovino y caprino alcanzó 1.359,9 millones de euros, un 14,0% más que lo registrado en el 2020.



1.6 ANÁLISIS FODA

Para comprender de manera precisa y concisa que el mercado Español supone un territorio viable para el desarrollo de este estudio, se han tomado en consideración diversos aspectos mediante el análisis de las fortalezas, oportunidades y amenazas.

Fortalezas

España posee una posición geográfica privilegiada, colocándola como centro de operaciones comerciales y potencia marítima.

Así mismo, cuentan con un protagonismo del sector exterior se ha convertido en un elemento diferencial del actual ciclo de crecimiento de la economía española.

En el mismo orden, se destacan por ser el 9° país del mundo con menos restricciones regulatorias al capital extranjero.

Cuentan con alto nivel de digitalización, capital humano y sostenibilidad ambiental.

Oportunidades

El consumidor español en la actualidad, está dispuesto a pagar un precio más alto por obtener productos de calidad e innovación.

Debido a los costos que incurre la alimentación del sector caprino-ovino el mercado español al contar con una extensa productividad y demanda para exportación de producción del mencionado sector. Por lo que se crea la oportunidad de buscar alternativas accesibles en costos y producción, permitiéndonos así crear una futura relación comercial.

Debilidades

Una de nuestras principales debilidades es el manejo en grandes masas de la recolección por falta de maquinaria.

Amenazas

- ❖ Descomposición temprana de materia prima.
- ❖ Deficiencia en la producción.
- ❖ Mal manejo del producto en embarcación.

CAPÍTULO II: PERSPECTIVA DEL SECTOR Y OPORTUNIDADES DEL PRODUCTO DE ORIGEN DOMINICANO EN EL MERCADO ESPAÑOL

2.1 PERCEPCIÓN DEL PRODUCTO

Aunque inicialmente el sargazo implicaba una molestia para los habitantes y hoteleros de la zona de República Dominicana, nos hemos dado a la tarea de mostrar que este tipo de planta es de gran beneficio y tiene un potencial beneficioso en diversas utilidades. Este más allá de resultar invasivo, como se había pensado, ha resultado ser un regalo de la naturaleza, analizando sus propiedades hemos establecido grandes maneras de aprovecharlo al máximo.

El producto nos permite sacar provecho de esta alga que ha llegado a nosotros para brindarnos un nuevo crecimiento económico con su aprovechamiento, nos brindan la oportunidad de ayuda a nuestro entorno, porque las altas concentraciones de sargazo acumuladas sin moverlas del lugar, son dañinas para los peces y la vida marina.

Nos encargaremos de contratar un servicio de retiro de sargazo, que nos ayude a mantener nuestras playas limpias y libres para usted, en beneficio de los peces y de los negocios locales, pero incentivando el uso de esta macroalga en actividad económica con la comercialización de este permitiéndonos darles un giro y llevarlas a un término que funcione a nuestro favor.

Su utilización en la industria alimentaria del ganado caprino y ovino es una oportunidad bastante innovadora, ya que estas algas tienen una cantidad razonable de ácido algínico, este es un polisacáridocoloidal que se obtiene de forma natural de las paredes celulares de las pardas, sus sales sódicas, cálcicas y potásicas se denominan alginatos y se emplean frecuentemente en la industria de la alimentación como espesantes y emulsionantes.

La cosecha de sargazo depende de la contratación para recolección que se logre, ya que no se cosechan actualmente para producir. pero nuestro objetivo es que la recolección esté subsidiada por la limpieza que realicen de la playa, la descomposición inadecuada del sargazo podría atentar contra la salud, porque al pudrirse expide contaminantes que bajan a la capa freática donde se genera agua, por tal razón nuestro producto es procesado según su recolección de manera inmediata extrayendo los posibles contaminantes para que este pueda ser utilizado sin ningún riesgo.

Nos enfocamos en tratar directamente el problema y ser un ente de unión de todos los sectores, con este producto innovador ante el incremento de sargazo, logramos el fin de un gasto millonario convirtiendo el sargazo en una mina de nuevos negocios millonarios.

Existe una empresa en Yucatán que reutiliza el sargazo en forma de abono para cultivos y alimento para cerdos y cabezas de ganado de manera local.

2.2 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO EN EL MERCADO ESPAÑOL

El sector ovino caprino, incluyendo ambas producciones como carne y leche representa en torno al 4,0 % de la producción en España, Respecto a la Producción Final de la rama Ganadera, el conjunto de las producciones de ovino caprino ocuparía el quinto lugar en importancia económica, abarcando un 10,8%.

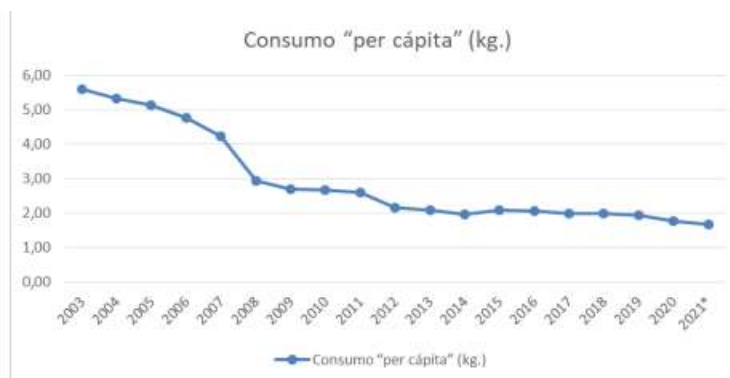
Como ya sabemos, España aporta el 25% del censo total de ovino, situándose como el primer país en importancia por número de animales según el censo comunitario. Además, en el censo ovino se puede estudiar la evolución del número de hembras reproductoras en función de su aptitud productiva. En 2021 el censo total de reproductoras era de 10.815.123

hembras, de las cuales el 79% eran de aptitud cárnica y un 21% de aptitud de ordeño.

En cuanto al censo de hembras reproductoras, el censo caprino es un sector orientado mayoritariamente a la producción láctea. En 2021 se contabilizaron 1.644.453 hembras, con un 74% de las hembras de aptitud láctea y un 26% de aptitud cárnica.

El mayor consumo de carne de ovino y caprino en España se realiza durante las fiestas navideñas. El consumo de estas carnes a lo largo del año está vinculado con la celebración de fiestas regionales o religiosas y celebraciones familiares.

Debido a diversos factores hubo una retracción en el consumo, por la variación de los hábitos dietéticos, circunstancias sociológicas y demográficas así como la competencia en el mercado con productos de otras especies ganaderas más baratas y asequibles para el consumidor. Si se analiza el consumo aparente, teniendo en cuenta la producción nacional y las importaciones y exportaciones de carne, la tendencia es más estable y el descenso en el consumo se ha reducido ligeramente en los dos últimos años.



El comercio exterior de carne y la salida de animales vivos son elementos que ayudan a la estabilidad y al mantenimiento de los niveles de precios en el

sector ovino de carne sobre todo en el actual contexto de disminución del consumo interno. Además, en los últimos años se ha avanzado en el proceso de internacionalización del sector ovino y caprino de carne español que se ha consolidado como un elemento indispensable para el equilibrio del mercado interior.

Estos factores indican que la producción del ganado va en aumento para poder suplir toda la demanda, lo que nos lleva a cubrir la demanda de alimentos para la crianza de este ganado con el alimento proveniente del Sargazo.

Debido a las altas demandas y producción vemos la gran oportunidad de negocio que podemos establecer con España como mercado meta, disminuyendo sus gastos en alimentos y aportando a la eliminación de este contaminante de una manera innovadora y productiva.

Al sustituir el alimento ganadero actual por nuestro producto no solo estaremos estableciendo una nueva negociación si no que estamos abriendo paso a un crecimiento económico bilateral, en el cual el medio ambiente costero se verá beneficiado tanto a nivel turístico como en la vida marina.

2.2.1 Índice de facilidad para realizar el negocio

España es considerado por su ubicación y extenso territorio, como un país lleno de oportunidades principalmente para inversores extranjeros que busquen emprender nuevos proyectos. Así mismo, España es un país reconocido por muchas cualidades siendo una de ellas su ubicación geográfica, atractivos turísticos, y clima. En relación directa a los negocios, se pueden destacar las amplias facilidades existentes tanto en el ámbito legal como fiscal, hasta el potente crecimiento que está experimentando la economía española en los últimos años. Además, la carga fiscal que soportan las empresas en España es bastante moderada y se encuentra por debajo

del promedio de la UE-28 y la Zona Euro. Todo ello lo hace un mercado cada vez más atractivo para establecer un negocio.

España se encuentra situada en el 31º puesto del "Doing Business" de los 190 países que conforman este ranking, que clasifica los mismos según la facilidad que ofrecen para hacer negocios. En el último año 2020 España cayó 1 puesto en este ranking, lo que indica que se ha hecho más difícil hacer negocios en el país.

2.2.2 Índice de competitividad global

El Foro Económico Mundial (WEF) a través del Índice de Competitividad Global como herramienta, busca identificar y a su vez comparar la capacidad para proporcionar oportunidades que brinden desarrollo fundamentalmente económico, a la población de los países analizados a través del análisis de una serie de indicadores, que evalúan tanto las políticas, como los factores económicos y las condiciones institucionales de cada país determinando así su nivel de productividad.

No obstante, el índice a través del análisis se estructura en 12 pilares: instituciones, infraestructuras, adopción de las TIC, estabilidad macroeconómica, salud, habilidades, mercado de productos, mercado laboral, sistema financiero, tamaño del mercado, dinamismo empresarial y capacidad de innovación, permitiendo a los países identificar sus fortalezas y debilidades para estimular el crecimiento económico, siendo en diversos casos, de gran ayuda para la elaboración de nuevas políticas públicas que promuevan un ambiente de inversión más propicio para dicho desarrollo.

Tabla 2: Ranking de Competitividad

Fecha	Ranking de Competitividad	Índice de Competitividad
2019	23°	75,28
2018	26°	74,20
2017	34°	67,14
2016	33°	65,52
2015	35°	64,94
2014	35°	65,35
2013	36°	65,69
2012	36°	64,83
2011	42°	64,19
2010	33°	65,51
2009	29°	67,38
2008	29°	66,61

Fuente: Foro Económico Mundial

2.2.3 Retos

Las exportaciones contribuyen significativamente al desarrollo sostenible de la República Dominicana, generando divisas y oportunidades de empleo directo e indirecto que contribuyen directamente al crecimiento económico del país. Si bien es cierto que el proceso de comercializar en el exterior es similar al proceso que realiza una empresa en su ámbito local existen diferencias en temas de costumbre comerciales, jurídicos, instrumentos y métodos de pago, comunicación, entre otros.

Aun así, en la actualidad muchas empresas deciden correr el riesgo de exportar encontrándose en ocasiones con desafíos. La falta de conocimientos del mercado donde desea exportar es uno de los retos fundamentales y es por esto que se recomienda que toda empresa grande o pequeña y todo individuo que quiera iniciar el proceso de exportación conozca y tenga las habilidades necesarias para vender sus productos en el mercado internacional.

Además, el proceso de exportación e importación requiere de una serie de pasos y procedimientos a seguir para ser exitoso. Como ocurre con cualquier actividad en nuestra vida, pueden surgir imprevistos que retrasen o interrumpan su desarrollo natural. De acuerdo con el estudio de mercado de esta investigación, hemos identificado los siguientes retos como los principales.

1. Identificación adecuada del sargazo a exportar.

Los sargazos poseen la peculiaridad de diferenciarse en ciertas cualidades a pesar de tener la misma procedencia. Algunos pueden envejecer a mayor velocidad que el resto y ciertos nutrientes pueden estar en mayor proporción que otros volviendo los sargazos nocivos. Estas diferencias influyen en la calidad del sargazo. Identificar el sargazo fresco y que esté en buenas

condiciones es importante para evitar aquellos que se encuentren en estado putrefacto que representan una amenaza a la salud de los animales.

2. Aplicación de todos los procesos de control de calidad requeridos por el gobierno de España para la compra de sargazo.

Consiguiente al reto anterior, los estándares de calidad en España como los de todos los países de la Unión Europea son muy altos. Para exportar productos de origen vegetal a España, y aún más si es para servir como alimento animal, es necesario cumplir ciertas normas de seguridad sanitaria y certificaciones. Al momento de procesar la materia prima se debe garantizar la excelencia en cada proceso, e igualmente realizar las diferentes pruebas para comprobar la calidad.

3. Medición de los costos que incurre la producción, conservación y exportación del producto y que a la vez brinde un margen de beneficio adecuado.

Para comercializar el alimento animal a base de sargazo se necesita extraer la materia prima, secarla y procesarla, se debe empacar y exportar hacia España para finalmente ser distribuida en los distintos canales. Todo este proceso logístico implica un costo elevado que en caso de no ser supervisado cuidadosamente puede traducirse como un riesgo para todo el proyecto.

4. Dificultad para obtener los recursos financieros disponibles para la exportación y/o la posibilidad de solicitar financiamiento para el primer año de trabajo.

Algunos países en Latinoamérica han incursionado en la venta de algas y sargazos como alimento para humanos y animales, tal es el caso de las algas

marinas peruanas, que han tenido éxito. Este proyecto es totalmente innovador en la República Dominicana y puede que muchos inversionistas se encuentren renuentes a invertir por el riesgo que representa. Es conveniente hacer las proyecciones a lugar y diseñar diversas estrategias para enfrentar las situaciones que se puedan presentar.

5. Proceso de introducción a un nuevo mercado.

La incertidumbre sobre la aceptabilidad de un producto en el nuevo mercado siempre estará presente cuando se introduzca por primera vez en el destino. En el mercado veterinario de España existen variados productos de alimentos para animales establecidos en el mercado desde hace años, muchos de estos cuentan con premiaciones y reconocimientos a nivel internacional. Introducirse a un nuevo mercado con un producto totalmente innovador es un gran reto que se ve intensificado cuando se debe competir con la confianza y tradición de los clientes con ciertos productos. Este proyecto tiene el reto de no solo introducir el producto sino también captar la atención de los consumidores y convencerlos de los beneficios del mismo.

6. Manejo de la cadena de suministro, ya que se exportará sargazo a España de forma marítima es necesario asegurar que los contenedores estarán climatizados de forma adecuada y no se dañará el producto.

El sargazo es un producto perecedero vulnerable a la temperatura y la humedad. Delimitar con detalle el estado en que se debe encontrar el sargazo para su exportación y comercialización es fundamental. Luego de limitar los factores se debe asegurar que el contenedor en el que se transporte cumpla con las cualidades requeridas.

7. Barreras culturales.

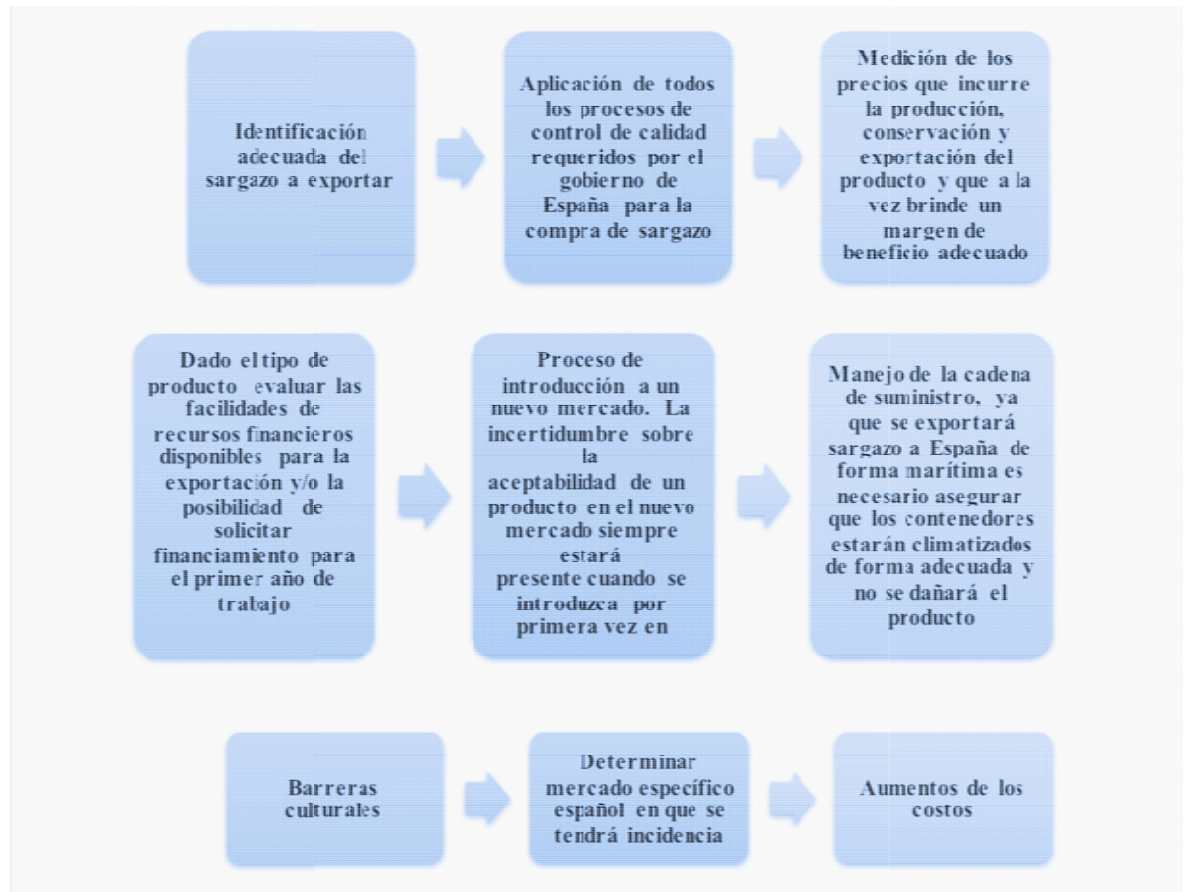
Las barreras culturales no sólo se constituyen de las diferencias de las costumbres de las personas, o su manera de realizar ciertas actividades, sino que también pueden estar presente en la manera de las leyes del país, normas y demás. Se debe estudiar a profundidad el contexto español para identificar las estrategias oportunas al momento de realizar la negociación. Así mismo, es ventajoso determinar el patrón de crianza empleado por los ganaderos en España y así ofrecer un producto que satisfaga sus necesidades.

8. Determinar mercado específico español en que se tendrá incidencia.

El sector ganadero español de ovinos y caprinos se puede clasificar en diferentes grupos de acuerdo a su raza, objetivo de crianza y tamaño de producción. De acuerdo a estos factores la crianza de los animales se puede distinguir en ciertos puntos. Determinar qué nicho de granjeros emplean en sus ganados técnicas de crianza adecuadas para una alimentación a base de sargazo asegura en gran medida el éxito del proyecto.

9. Aumento de los costos. La época actual se caracteriza por su tendencia cambiará con relación a los costos del comercio.

Estamos hablando tanto de los costos de la materia prima, pagos de impuestos y aranceles como el costo de los fletes y demás servicios. Razón inicial de estas alzas fue la pandemia de Covid-19 que en un principio estanco todo el comercio internacional con el cierre de las fronteras y que luego como una respuesta en cadena obligó a las empresas de diversos sectores y servicios aumentar sus precios. En la actualidad la guerra Rusia-Ucrania es la responsable del alza de los precios y la incertidumbre que se vive a nivel mundial en diversos temas no proyectan una mejora pronta.



**CAPÍTULO III: DISEÑO DE LA PROPUESTA LOGÍSTICA Y DE
COMERCIALIZACIÓN PARA LA EXPORTACIÓN DE SARGAZO HACIA EL
MERCADO DE ESPAÑA**

3.1 Estrategia de Marketing

España posee un mercado ganadero bastante amplio del cual depende en cierta parte su economía, ya que esto le genera ingresos altos anualmente dada la fuerte demanda de ganado caprino y ovino, tanto de crías, leche de cabra, como carnes en sí, siendo la demanda de productos alimenticios para este ganado también alta

Una vez establecido esto, nuestro objetivo de alcanzar nuestra meta de posicionamiento emplea establecer que hace a nuestro producto más atractivo, puntualizando así la posición que queremos alcanzar para permanecer con nuestros consumidores.

Debido a las crianzas de este ganado a niveles altos, el consumo de sus alimentos es también esencial, por tal razón decidimos dirigirnos a este mercado, ya que como país aplican una alta reducción de contaminantes y a su vez, al darle este nuevo uso al producto no solo estamos generando ingresos si no que estamos contribuyendo a eliminar contaminantes del ecosistema.

La estrategia que utilizaremos para iniciar es de branding o posicionamiento de marca, estas son las estrategias que tienen como objetivo posicionar la imagen de la marca pero dirigido a público objetivo. De esta forma buscamos que nuestro producto sea percibido e identificado por las características y valores que se han definido.

Esta estrategia permite llevar el sentimiento y la percepción del producto hacia nuevos horizontes, podemos evidenciar la autenticidad del producto, en qué se diferencia de su competencia y qué valores definen su proceder.

3.2 Canales de Distribución

España es un país con altas demandas de consumo para nuestro producto en sí por su gran producción ganadera registrada, según nuestras investigaciones. Por ser un producto introducido a un nuevo mercado, nos vemos orientados a utilizar un canal de distribución indirecto donde se trabajaría en conjunto con una empresa de mayor conocimiento ganadero que nos sirva como distribuidora para las empresas mayoristas y minoristas que se encargará de la venta del producto al consumidor final.

Hemos llegado a un acuerdo con algunas instituciones como son:

- Organización Interprofesional del Ovino y Caprino de Carne, INTEROVIC



Rama productora

- Coordinadora de Organizaciones de Agricultores y Ganaderos, COAG
 - Unión de Pequeños Agricultores y Ganaderos, UPA
 - Cooperativas Agro-alimentarias
 - Asociación Agraria de Jóvenes Agricultores, ASAJA
 - Asociación Nacional de Ganaderos Recriadores de Ganado Ovino de Carne, OVICEBO
-
- Asociación de criadores de Ovino y Caprino de Galicia - OVICA



A saber, los canales de distribución son el camino a través del cual viajan los productos y servicios desde el productor o proveedor de servicios hasta el consumidor final. Las empresas formulan diferentes estrategias de distribución o estrategias de canal para sus productos y servicios en función de diferentes factores y posibles etapas o intermediarios en el proceso de distribución.

“La importancia de los canales de distribución radica principalmente en que a través de un tercero es posible que el producto llegue a un mayor número de consumidores, y por lo tanto que crezcan las ventas del mismo.” (Rock Content, 2019)

Ilustración No. 1 Canales de distribución de bienes



Fuente: Elaboración propia.

En este sentido se toma en cuenta que los canales de distribución pueden ser tanto directo como indirecto. En los canales de distribución directa la empresa se hace responsable de vender el producto directamente, es decir sin intermediario, al consumidor final, mientras que en los canales de distribución indirecta la empresa trabaja con uno o más socios que funcionan como distribuidores o intermediarios para entregar sus productos y servicios a los clientes.

Se destaca que las ventajas de los canales directos consisten en el bajo costo, la posibilidad de lograr un alcance global, las ganancias no tienen que dividirse en distribuidores y que se puede obtener una respuesta inmediata por parte de los consumidores. Por otro lado, las ventajas del canal indirecto radican en reducir los costos de almacenamientos, aumento del stock por parte del fabricante y un mayor nivel de eficiencia por parte de los distribuidores.

Tomando en cuenta la naturaleza del producto, su versatilidad en cuanto a sus propiedades y el destino final de este junto a sus requisitos, se ha determinado que para el presente trabajo utilizaremos los canales de distribución indirectos. Como el producto a vender es el sargazo para el consumo de ganado se proponen utilizar diversos intermediarios, entre los principales se destacan:

Distribuidores de valor añadido.

Estos se encargan de agregar características a los productos para mejorarlos y luego proceder a vender los nuevos productos directamente a los clientes minoristas o al detalle. En el caso del sargazo, como será exportado tratado para el consumo de ganado, también se pueden considerar otros factores agropecuarios que permitan el mayor provecho de este producto. En este

sentido el producto se podrá comercializar como producto final o como materia prima para otros derivados.

Consultores.

Es posible que no ganen dinero directamente con la venta del producto, pero aun así son poderosos intermediarios que influyen en los clientes para que compren, aún más al contar con un producto que será exportado a otro país y es necesaria la intervención de personas residentes que colaboren con la comercialización. Estos consultores igualmente pueden formar parte de la estrategia de promoción gracias a sus conocimientos del mercado de ovinos y caprino español.

Mayoristas.

Para poder obtener mayores ganancias y compensar los costes – beneficios de exportar el sargazo a España, se han considerado los intermediarios mayoristas ya que estos logran vender los productos a granel, pero a precios más bajos, generalmente a minoristas. Así mismo, la empresa se ahorra el dinero de almacenamiento y distribución ya que son las empresas mayoristas las encargadas de guardar el producto en sus almacenes y luego distribuirlo en sus diferentes clientes.

Se prevé que los minoristas y distribuidores a pequeña escala de España sean quienes comercialicen el producto en el territorio.

Entre las empresas que distribuyen alimento para ganado en España se encuentran:

o Agro Show. Es una empresa dedicada a la comercialización de productos para la agricultura y la ganadería como también promover

actividades piscicultura, forestal, cuidado del medio ambiente, bienestar animal y nutrición.

- o Animal Vit. Son expertos en la fabricación de alimentos para animales. La compañía se dedica al bienestar animal, la ecología y el desarrollo rural sostenible.

- o Grupo Aregon. Se dedican a la comercialización de productos para ganadería y agricultura. La empresa tiene años en el mercado y en su cartera cuenta con productos de importantes marcas a bajos precios.

- o PET Natura de Sanidad Animal SL. La empresa cuenta con más de veinte años de experiencia en el mercado. Se especializan en la fabricación y comercialización de una línea específica en productos zoonosanitarios de belleza e higiene, complejos vitamínicos y alimento complementario para el cuidado de los animales.

- o AGROVECO. Su actividad principal es la producción de alimentos y materia prima para animales. Están operando desde el siglo XX y se han enfocado en la calidad e innovación como base de sus operaciones.

- o ADIVERTER S.L. La empresa es reconocida como consultora en bioseguridad y experta en nutrición animal. Es miembro del grupo Pinaluba, que incorpora 12 compañías del sector de la nutrición animal. Es líder en garantizar la seguridad alimentaria en toda la cadena, desde las fábricas de materia prima y alimento hasta las granjas, mediante un programa completo que incluye el control microbiológico.

3.3 Viabilidad del Proyecto

Gracias a los acuerdos comerciales que tiene República Dominicana con España, se cuenta con facilidades para la puesta en marcha de forma efectiva del proyecto. Uno de estos convenios es el Acuerdo de Asociación

Económica Unión Europea – CARIFORO (EPA), cuyo propósito comercial es consolidar el mercado de productos dominicanos para desarrollar productos de exportación competitivos y crear más empleos.

Este cubre gran parte del comercio de bienes y servicios, inversiones y regulaciones relacionadas con el comercio, y tiene como objetivo promover la integración de los países del Caribe en la economía global para el desarrollo sostenible. Según el acuerdo, el 98% de las mercancías originarias de los países del CARIFORO entran libres de impuestos en el mercado europeo. Por ello, los productos producidos por empresas cubiertas por el régimen de zona franca también se benefician del mencionado acuerdo.

3.1 Requerimientos de exportación

Procedimientos de exportación del sargazo como alimento para ganado caprino y ovino desde República Dominicana hacia España.

El proceso de exportación tiene como finalidad enviar mercancías legalmente a un territorio internacional con la finalidad de comercialización o nacionalización.

En República Dominicana, el proceso de exportación se rige por leyes, decretos y reglamentos elaborados por las distintas dependencias y autoridades gubernamentales involucradas. Además, también participan empresas privadas que contratan al gobierno para gestionar procesos como puertos y aeropuertos nacionales.

Ilustración 1 Proceso de exportación de productos de República Dominicana hacia España



Fuente: Pro Dominicana, 2021.

Nota: Si el exportador es persona física, no se requerirá registros de ONAPI y el Registro Mercantil.

Nuestro proyecto está basado en la exportación del sargazo procesado para alimento de ganado caprino y ovino hacia el mercado de España, en la República Dominicana este proceso de exportación está regulado por leyes y reglamentos, este proceso se desarrolla ante la Dirección General de Aduanas de la siguiente manera:

La empresa debe estar debidamente registrada ante la cámara de comercio y producción, Registro Nacional del Contribuyente (RNC) y registrado como exportador ante la Dirección General de Aduanas.

1. Se necesita el certificado sanitario mediante el Ministerio de Salud Pública, Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios (DIGEMAPS).
2. Se nombra un inspector que inspecciona las mercancías en origen.
3. Se solicita el Formulario de Inspección de Carga con 24 horas de antelación.
4. Lista de empaque.
5. Manifiesto de carga, el cual es el formato de titulación emitida por el transportista donde indican las especificaciones como los datos del medio de transporte, el tipo de mercancía, la cantidad, la unidad de medida, cantidad de bultos y pesos.
6. Factura comercial.

(Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, 2019)

El importador debe estar registrado en el programa de importación de productos alimenticios y reexportación (FIRS, Sistema de Importación y Exportación de Alimentos), Cuando el producto ingresa al mercado emiratí por primera vez, en este caso la empresa importadora debe obtener la aprobación de etiquetado la cual aplica para los productos que son empaquetados, además de esta aprobación puede ser requerida una prueba de laboratorio del producto previo a la importación.

3.1.1 INSTITUCIONES INTERMEDIARIAS

- Dirección General de Aduanas (DGA)
- Cámara de Comercio y Producción

- Dirección General de Medicamentos, Alimentos y Productos Sanitarios (DIGEMAPS)
- Ministerio Salud Pública
- La GSO (Gulf Standards Organisation),
- FAO (Organización de las Naciones Unidas para la alimentación y la agricultura)
- FIRST (sistema informático de control de importación y reexportación alimentaria)
- OIE (La Organización Mundial de Sanidad Animal)
- Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (CIPF)
- Organización Internacional de Normalización (ISO) y/o normas de la Unión Europea (UE)
- Secretaria General de Municipalidades (GSM)
- Comité Nacional de Seguridad Alimentaria (NFSC)
- Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Hídricos (MOEW)

3.1.2 Documentaciones

En seguimiento y aplicación de la Guía de exportación de Pro-Dominicana para el proceso de exportación inicial del Sargazo como alimento para ganado Caprino y Ovino hacia el mercado de España, las documentaciones son las siguientes:

- Registrar un nombre en ONAPI

Realizar el registro de marca ante la Oficina de la Propiedad Industrial (ONAPI) con todas las documentaciones en español.

- Registro comercial en la Cámara de Comercio

Para obtener acceso como empresa a los beneficios y facilidades que se obtiene al formalizarse.

- Registro Nacional de Contribuyentes (RNC)

El registro es emitido por la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), es utilizado como código de identificación para los contribuyentes. Se crea con el fin de utilizar un número común de liquidación y pago utilizados para los impuestos.

- Registrarse como exportador ante la Dirección General de Aduanas (DGA)

Es utilizado con el propósito de realizar actividades de exportación, sin perjuicio de cualquier persona o entidad que desee exportar.

- Factura comercial

En el país de destino, los envíos deben ir acompañados de una factura original, la cual debe contener el nombre del puerto de salida y entrada, el nombre y la dirección del consignatario, el nombre y la dirección del comprador, y la descripción detallada del producto.

- Formulario de Declaración única aduanera de exportación (DUA)

Este formulario se utiliza para consignar todos los datos de salida acerca del producto en nuestro caso el mango en Almíbar, este debe ser realizado a través del sistema integrado de gestión aduanera (SIGA)

- Documentos de embarques

El documento que ampara el transporte de mercancías por vía marítima se conoce como Bill of Lading, es un recibo auténtico emitido por el transportista, que confirma que los productos especificados están cargados.

- Certificación de origen

Este es un documento que certifica el origen del producto. Para hacer uso de las preferencias arancelarias en el tratado de libre comercio, se debe presentar el certificado de origen correspondiente. En este caso, la República Dominicana es signataria de 6 tratados de libre comercio que incluyen sus

respectivos certificados de origen. Dependiendo del mercado de destino de la exportación, el exportador debe adjuntar un certificado de origen a los documentos de exportación.

Para los productos de origen vegetal y animal los certificados son emitidos por el Ministerio de Agricultura, Laboratorio Veterinario Central (LAVENDEN) y la Inspección de Salud Vegetal y Animal de los Estados Unidos (APHIS-USDA).

Para el caso de los países de la Unión Europea está el Certificado de circulación de mercancías EUR-1, SGP Form A y el Certificado de Origen de la República Dominicana. En cuanto a la República Dominicana y España, ambos países son partícipes del Acuerdo de Asociación Económica (EPA) por sus siglas en inglés.

- Vistos Buenos (Productos Agrícolas).

Dada las características del producto a exportar, es necesario registrar empresas y áreas de producción (empresas manufactureras, empresas, empacadoras) ante el Ministerio de Agricultura en el Departamento de Inocuidad Agroalimentaria (DIA) y Dirección Nacional de Vegetales Orientales y Frutas Frescos de Exportación (DINVOFEX), y obtener las aprobaciones o requisitos especiales que exijan que sus productos sean exportados de acuerdo con la normatividad vigente antes de la exportación.

- Lista de empaque y la Inspección de la Dirección General de Aduanas.
- El contrato de compraventa internacional

En este documento el importador realiza el compromiso y especifica con claridad datos como el precio, el incoterm que será utilizado y especificaciones técnicas.

- Guía Aérea (Air Waybill).
- Carta de porte.

3.1.3 Normas y regulaciones

Las reglas y medidas establecidas específicamente para regular la introducción de productos alimenticios en un sitio en particular con el fin de prevenir la entrada de plagas y estas se denominan reglas de control.

En España, se establecen normas fitosanitarias para las exportaciones de otros países para una amplia gama de productos. El propósito es determinar quiénes deben y quiénes no deben comer estos alimentos por la salud del pueblo español.

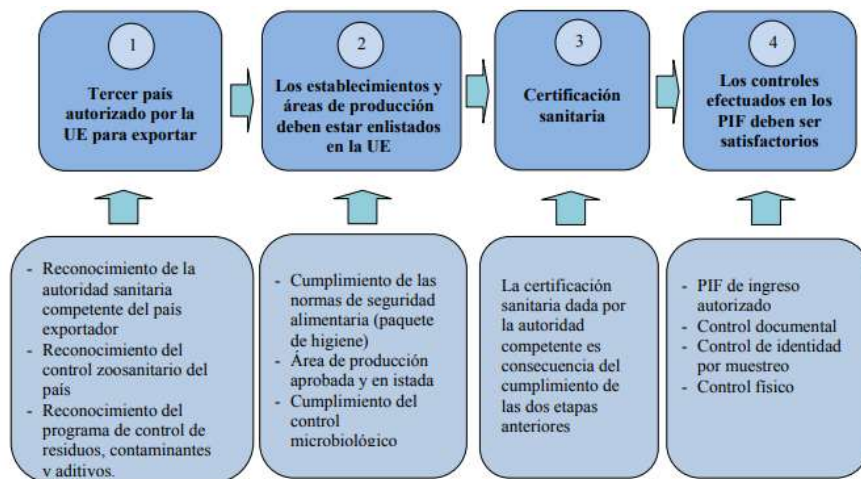
Para las exportaciones a otros países fuera de la Unión Europea, el operador deberá solicitar, a través de la aplicación CEXVEG (Sistema de Inspección Fitosanitaria), la emisión del certificado fitosanitario correspondiente. La solicitud deberá indicar el punto de control fronterizo del puerto, el aeropuerto de salida o el centro de inspección homologado y autorizado por el Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación para tal efecto; donde las mercancías estarán listas para el examen físico, y la emisión del certificado fitosanitario correspondiente en caso de ser necesario.

Las exportaciones a la Unión Europea de productos específicos como la acuicultura y productos agrícolas, están sujetas a la certificación oficial, basadas en el reconocimiento de la autoridad competente del control sanitario del país exportador no europeo.

Dicho reconocimiento de la fiabilidad de la autoridad competente es un prerrequisito para que el país sea elegible y autorizado para exportar a la UE.

De acuerdo con los procedimientos europeos, para que un productor de un país no perteneciente a la Unión Europea pueda exportar y comercializar animales o productos de origen acuícola como alimentos, alimentos para animales y otros, a la Unión Europea, deberá cumplir con las siguientes etapas:

Esquema



Fuente: BID-NT-112. Guía SPS para Exportar UE.DOC

Eta 1:

Para todos los productos de la pesca y de la acuicultura, los países de origen deben estar en la lista de países elegibles para el producto pertinente.

El criterio de elegibilidad es:

- Reconocimiento de la autoridad sanitaria competente del país exportador
- Reconocimiento del control zoonositario del país
- Reconocimiento del programa de control de residuos, contaminantes y aditivos.

Tercer país autorizado por la UE para exportar

Los controles efectuados en los PIF deben ser satisfactorios

- Cumplimiento de las normas de seguridad alimentaria.
- Área de producción aprobada y en lista.
- Cumplimiento del control microbiológico

Certificación sanitaria:

La certificación sanitaria dada por la autoridad competente es consecuencia del cumplimiento de las dos etapas anteriores, Los establecimientos y áreas de producción deben estar enlistados en la UE.

- PIF de ingreso autorizado
- Control documental
- Control de identidad por muestreo
- Control físico 36

Los países deben tener una autoridad competente responsable de las inspecciones y controles oficiales a lo largo de la cadena de producción. La autoridad de control sanitario debe tener estructura y recursos para llevar a cabo la inspección eficaz y brindar las garantías de salud pública creíbles y atestaciones de salud animal que sean parte del certificado zoosanitario que acompaña los productos que se destinan a la UE.

Etapas 2:

El registro de los establecimientos productores en el área de producción debe estar aprobado y constar en el listado mantenido por la UE. La autoridad competente del país exportador debe brindar garantías de la clasificación de esos productos y efectuar una vigilancia estricta de las zonas (áreas) de producción para excluir la presencia de biotoxinas marinas que puedan causar envenenamiento de los productos;

Un plan de control debe ser diseñado por la autoridad competente y sometido a la Comisión Europea para su aprobación inicial y su renovación anual

Las inspecciones efectuadas por la OAV son necesarias para confirmar el cumplimiento de los requisitos descritos anteriormente. Por lo tanto, una misión de inspección es establecida en acuerdo entre la autoridad competente del país exportador y la Comisión Europea.

Etapas 3:

Certificación sanitaria: Consecuencia del cumplimiento de las dos etapas anteriores, el certificado sanitario tiene validez oficial para la Unión Europea.

Etapas 4:

Controles: Corresponde a los controles que realizan los inspectores oficiales en los PIF para verificar el cumplimiento de lo certificado, por ejemplo que los productos provienen de un país autorizado, de una planta aprobada y que han sido elaborados bajo los requisitos de higiene y de salud animal regulados por la Comisión Europea y el Estado miembro al cual va destinado.

La frecuencia de los controles físicos depende del nivel de riesgo del producto y de resultados de inspecciones previas. Los embarques que no cumplan con los requisitos de la legislación de la UE podrán ser destruidos o, bajo ciertas condiciones, reenviados al país exportador dentro de los 60 días.

3.1.3.1 Medidas arancelarias

Antes de exportar los productos se debe tomar en cuenta el Real Decreto 387/2021, de 1 de junio, por el que se regula el régimen de certificación fitosanitaria oficial para la exportación de vegetales y productos vegetales y

se modifica el Real Decreto 58/2005, de 21 de enero, por el que se adoptan medidas de protección contra la introducción y difusión en el territorio nacional y de la Comunidad Europea de organismos nocivos para los vegetales o productos vegetales, así como para la exportación y tránsito hacia países terceros.

(Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2005).

Si el país exportador no es miembro de la Unión Europea como es el caso de la República Dominicana, la tasa del impuesto se calcula sobre la base de precios preferenciales sobre el valor CIF de las mercancías, de acuerdo con la tasa arancelaria general.

El Código TARIC y su base de datos incluyen todos los aranceles aplicables y todos los procedimientos y/o políticas aduaneras para todas las mercancías. Los productos agrícolas están sujetos a un arancel NMF de la UE del 14,1 %, y los productos no agrícolas están sujetos a un arancel del 4,3%.

A pesar de que una política de comercio exterior es algo liberal dentro de la Unión Europea, España impone una serie de restricciones, especialmente a los productos agrícolas. La Política Agraria Común (PAC) define lo siguiente: La aplicación de compensaciones a la exportación e importación de productos agrícolas, con el objetivo de apoyar el desarrollo agrícola en la Unión Europea. Esto significa la aplicación de regímenes de control y regulación para los productos que deseen ingresar al territorio de la Unión Europea.

3.1.3.2 Envasado

Este es una parte importante del proceso de elaboración, el cual cumple con dos objetivos importantes: anunciar el producto y protegerlo adecuadamente para que se conserve durante un período determinado.

Al elegir el envasado nos enfocamos en cumplir con:

- Contención.
- Protección y conservación.
- Comunicación.
- Facilidad de fabricación.
- Comodidad de manejo del producto



SACO DE YUTE, EL MÁS NATURAL

El yute es una fibra natural, estos sacos están especialmente recomendados para envasado de alimentos, sus lienzos se utilizan incluso para secar las hojas de tabaco.

En el transporte de estos productos los sacos de yute son preferidos a los de polipropileno por la impermeabilidad de este último. Ya que, al momento de llenar los sacos, el producto mantiene una tasa de humedad demasiado elevada para asegurar una buena conservación. La impermeabilidad de los sacos sintéticos tiene como consecuencia la deterioración del mismo. Sus propiedades lo convierten en un envase necesario para que el producto se conserve fresco y a su vez consumible. Al conservar adecuadamente el producto a exportar, estaremos manteniendo al máximo sus propiedades nutritivas.

Los sacos de yute tienen el color característico de café claro. Una vez confeccionados, normalmente a medidas estándar internacionales, se pueden imprimir hasta con tres colores con un sistema de flexografía.

En España los objetivos y directrices europeos en cuanto a normativa de envasado de alimentos han sido recogidos en distintas leyes nacionales. Dos de las más importantes se encuentran actualmente en proceso de tramitación y ambas deberían entrar en vigor a lo largo de este 2022: la Ley de Residuos y Suelos Contaminados para una Economía Circular y el Real Decreto Ley de Envases. La segunda de estos surge para la renovación del decreto establecido desde hace 20 años establece que todos los contenedores con productos alimenticios ya sean primarios o secundarios, deben estar hechos de materiales de calidad alimentaria que no contaminen, es necesario proteger los alimentos correctamente durante la manipulación, transporte y almacenamiento.

Se debe envasar el producto siguiendo las prácticas correspondientes de fabricación con la finalidad de asegurar las medidas adecuadas para reducir la contaminación de alimentos. Cada uno de los envases comercializados por

parte de algún país de la Unión Europea, debe cumplir tanto los requisitos medioambientales como los sanitarios. Es por ello, que la Unión Europea busca armonizar sus medidas nacionales sobre la gestión de los envases y de los residuos de envases para preservar el medio ambiente y el funcionamiento correcto del mercado interior.

(Cárdenas, 2016)

Entre las exigencias esenciales de España esta:

Los envases deben responder a ciertas exigencias. Por tal razón, la Comisión fomenta la elaboración de ciertas normas europeas.

Los Estados que lo conforman deben comprobar que los envases comercializados respeten las exigencias esenciales:

- Que se limite el peso y el volumen de los envases al mínimo. Esto se hace buscando garantizar el nivel necesario de seguridad, higiene y aceptabilidad para el consumidor;
- Se debe reducir el contenido de sustancias peligrosas del material del envase y sus elementos;
- Se debe diseñar un envase reutilizable o valorizable.

3.1.3.3 Etiquetado

REAL DECRETO 1334/1999, de 31 de julio, por el que se aprueba la Norma general de etiquetado, presentación y publicidad de los productos alimenticios.

La presente Norma se aplicará al etiquetado de los productos alimenticios destinados a ser entregados sin ulterior transformación al consumidor final,

así como a los aspectos relativos a su presentación y a la publicidad que se hace de ellos y que en esta Norma se regulan.

Los productos que se comercializan en la UE deben adherirse a los requisitos de etiquetado de la UE, para así:

- Preservar la salud, seguridad e intereses de los consumidores
- Proporcionar información sobre el producto: contenido, composición, uso seguro y precauciones especiales, etc.

Existen elementos de etiquetado de carácter obligatorio para la Unión Europea que son:

- Denominación de venta
- Lista de ingredientes
- Cantidad neta
- Fecha de duración
- Nombre o razón social y la dirección de fabricante
- Lugar de origen

DISEÑO GRAFICO DEL ENVASADO



3.1.3.4 Embalaje

El embalaje se utiliza para agrupar varios productos en un solo bulto, digamos que para unificarlos en una sola carga para facilitar su manejo.

Entre los beneficios de este esta:

- Identificar las mercancías
- Mayor protección a los productos
- Mejor conservación de los productos
- Facilita el almacenamiento.
- Permite el ahorro de espacio en los almacenes.
- Evita pérdida, daños y robos.
- Facilita las maniobras de embarque y desembarque de los contenedores.



Unificación

Es eficiente o conveniente que nunca se olvide que el Profesional Técnico en Tráfico y Tramitación Aduanal es la persona responsable del buen manejo y acondicionamiento de las mercancías. Por otro lado, de que las mismas lleguen en buen estado, que es lo que todo comerciante y cliente final desea. (León, 2015)

En todo momento se deben de embalar las mercancías de tal manera que las mismas “puedan cuidarse solas”. Lo dicho antes, realmente podría parecer broma, sin embargo, es muy cierto. Es bueno asegurarse de que el embalaje que se establezca, sea de características que proporcionen protección al bien y protección de la mercancía. (León, 2015)



Embalaje

Generalidades del empaque y cantidad según contenedor

Peso: 40kg

Largo: Largo

Volumen de sacos: 550 Sacos por contenedor

Contenedor 20 pies: 22,000 kg

Capacidad de cada Pallet: 36 Sacos

Peso: 40kg

Largo: Largo

Volumen de sacos: 700 Sacos por contenedor

Contenedor 40 pies: 28,000 kg

Capacidad de cada Pallet: 36 Sacos

3.2 Proceso Logístico

Para la efectiva exportación y posterior comercialización de un bien, es indispensable coordinar y ejecutar de manera sistemática el proceso logístico, el cual involucra organizar, planificar e implementar una serie de estrategias rentables para el eficiente transporte y efectivo almacenaje de bienes, servicios y/o información, que van desde el punto de origen o procedencia, hasta el punto de consumo acorde a los requerimientos del consumidor, sabiendo que el éxito de todas las actividades involucradas está estrechamente relacionada. Por ende, se asegura una correcta coordinación del transporte y distribución de mercancías, así como la producción de la misma.

Para este proceso iniciamos con la recolección de la materia prima o producto base (Sargazo) en las playas de Bocachica donde se observa el mayor predominio, a través de equipos especiales de recolección amigable con el ecosistema y económicamente factible. Logrando así generar beneficios para todos los involucrados.

Una vez recolectada la materia, se procede con el proceso de limpieza y desinfección cumpliendo con las normas y estándares de calidad, en el que se eliminan todas aquellas impurezas que no aportan ningún beneficio nutricional, de tal manera que el producto sea lo más nutritivo posible, cumpliendo con las exigencias y demanda del consumidor.

Luego de realizar el proceso de desinfección anteriormente descrito, para lograr un aporte efectivo de macronutrientes, proteínas y fibras, se realizará una combinación con desechos orgánicos consumibles a través de procesamientos agrícolas disponibles localmente. Todos aquellos que se generan a partir de cultivos de leña o de hierba y los producidos en el desarrollo de actividades propias de estos sectores y finalmente producir un

alimento que esté dirigido a la industria ovina y caprina, partiendo de pruebas en las que estos consumen y disfrutan de un alimento.

Una vez el producto se encuentra listo, el siguiente paso a realizar es el adecuado envasado y empaquetado del mismo de manera correcta y eficiente, tomando en cuenta todos los criterios y exigencias exigidos por el país que recibirá el mismo, en este caso España. Dicho esto, el producto una vez empaquetado, se exportará a través de un contenedor vía marítima, el cual tendrá una duración aproximada de 25 días desde el puerto de Caucedo hasta el puerto de Barcelona, España en términos CIF.

3.2.1 Fletes

El flete utilizado para la exportación de CYE Ovinos y Caprinos será vía marítima en un contenedor de 20'.

Para estipular los costes de fletes en el caso de un contenedor completo, FCL (Full Container Load), la naviera cobra un flete básico por unidad y generalmente no basa el precio ni en el peso ni en el volumen de la carga que va dentro del contenedor. En caso de que el contenedor completo tenga un peso elevado, la naviera aplicará un flete unitario más alto.

Contenedor de 40 pies: USD\$ 6,100

Contenedor de 20 pies: USD\$ 5,880

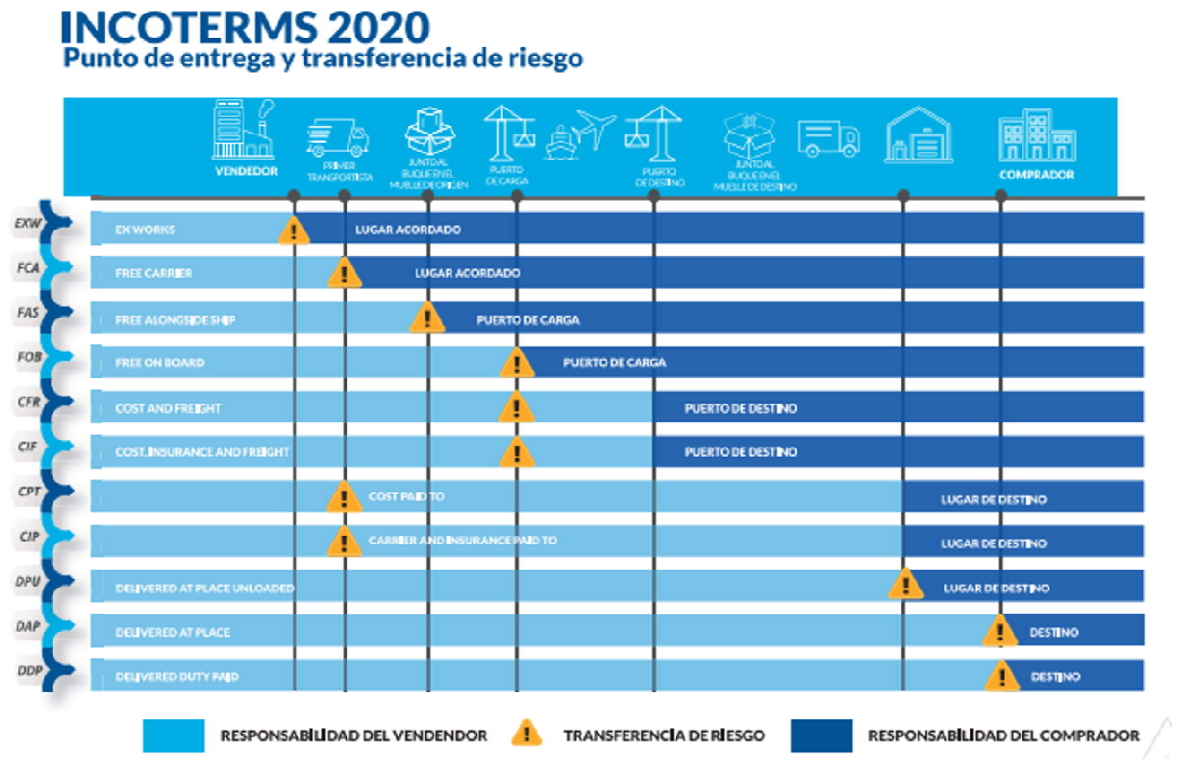
Tiempo: El viaje tiene una duración de 20 a 25 días

Ruta: El buque zarpa de Caucedo y atraca en el puerto de Barcelona, España

3.2.2 Incoterms

Los Términos Comerciales Internacionales (INCOTERMS) son reglas establecidas por la Cámara de Comercio Internacional y utilizadas en los contratos de compraventa internacional. Incoterms es un término general que define las transacciones entre importadores y exportadores, para que ambas partes entiendan las responsabilidades, costos y riesgos del comercio internacional, así como la gestión de las operaciones posteriores a la comercialización. requerido y el flete desde el envío hasta la recepción. por el país importador.

Ilustración 2 Incoterms 2020



Fuente: Pro Dominicana, 2021.

Luego de hacer un análisis comparativo se concluye que el incoterm que supone la mejor opción es (CIF) un acuerdo de envío internacional, que supone que un vendedor cubre los costes, el seguro y el flete del pedido de un comprador mientras la carga está en tránsito. El coste del seguro y el flete solo se aplican a los bienes transportados por vía fluvial o marítima.

Los bienes se exportan al puerto del comprador designado en el contrato de venta. Hasta que las mercancías se entreguen en el puerto de destino del comprador, el vendedor corre con los costes de cualquier pérdida o daño del producto. Además, si el producto requiere aranceles aduaneros adicionales, trámites de exportación o inspecciones o cambios de ruta, el vendedor debe cubrir estos gastos.

Sin embargo, una vez que los bienes han llegado al puerto de destino del comprador, el comprador asume la responsabilidad de cualquier tarifa o cargo por descargar y entregar el envío al destino final. El incoterm CIF es similar al transporte y seguro pagados (CIP), pero CIF se usa solo para envíos marítimos y fluviales, mientras que CIP se puede usar para cualquier modo de transporte, por ejemplo, por camión

- Características básicas del incoterm CIF
- El coste, seguro y flete (CIF) es un término de comercio internacional y solo se aplica a los bienes enviados por vía fluvial o marítima.
- Con el coste, del seguro y el flete, el vendedor cubre los costos, el seguro y el flete de la orden del comprador mientras está en tránsito.
- Una vez que la carga ha sido entregada en el puerto de destino del comprador, el comprador asume la responsabilidad de los costes de importación y entrega de las mercancías.
- Sin embargo, la transferencia del riesgo se produce del vendedor al comprador cuando la mercancía ha sido cargada en el buque.
- El comprador asume la propiedad de los bienes una vez en el barco, y si la carga se daña durante el tránsito, el comprador debe presentar un reclamo ante la compañía de seguros del vendedor.

Responsabilidades del vendedor

Bajo los términos CIF, las responsabilidades del vendedor incluyen:

- Compra de licencias de exportación para el producto.
- Proporcionar inspecciones de productos.
- Cualquier cargo o tarifa por el envío y la carga de las mercancías al puerto del vendedor
- Costos de embalaje para exportar la carga.
- Tarifas por despacho de aduana, aranceles e impuestos (para exportar)

- Costo de envío de la carga por vía marítima o fluvial desde el puerto del vendedor hasta el puerto de destino del comprador
- Costo de asegurar el envío hasta el puerto de destino del comprador
- Cubrir el coste de cualquier daño o destrucción de los bienes.
- El vendedor debe entregar la mercancía al buque en el plazo acordado y presentar prueba de entrega y carga.

Responsabilidades del comprador

Una vez que los bienes han llegado al puerto de destino del comprador, el comprador asume la responsabilidad de los costes asociados a la importación y entrega de los bienes. Algunos de estos costes incluyen lo siguiente: Más información en los siguientes enlaces:

- Descarga del producto en la terminal portuaria
- Traslado del producto dentro de la terminal y al lugar de entrega
- Cargos por derechos de aduana y asociados con la importación de mercancías.
- Cargos por transporte, descarga y entrega de la mercancía al destino final

3.2.3 CONTINGENTE ARANCELARIO

La ley Unificada de Aduanas y el Arancel Aduanero Unificado (UCL) del GCC. El UCL establece un arancel aduanero unificado en casi todos los productos alimenticios procesados (SIICEX)

			
CÓDIGO	DESIGNACIÓN DE LA MERCANCÍA	GRAV.	EX. ITBIS
12.12	Algarrobas, algas, remolacha azucarera y caña de azúcar, frescas, refrigeradas, congeladas o secas, incluso pulverizadas; huesos (carozos)* y almendras de frutos y demás productos vegetales (incluidas las raíces de achicoria sin tostar de la variedad <i>Cichorium intybus sativum</i>) empleados principalmente en la alimentación humana, no expresados ni comprendidos en otra parte.		
	- Algas:		
1212.21.00	- - Aptas para la alimentación humana	0	
1212.29.00	- - Las demás	0	
	- Los demás:		

3.2.4 PRESUPUESTO LOGÍSTICO

Para llevar a cabo una exportación es indispensable realizar y establecer un exhaustivo análisis de costes logísticos, ya que estos recaen directamente en el precio del producto final ocasionando que se vean beneficiados o no.

Por su lado, los costos logísticos son todos los gastos generados en el transporte del producto, desde la recolección de materias primas hasta la entrega del producto final y por ende involucra todos los pasos generados en

ese trayecto. Es por ello que todo el proceso logístico puede representar un gasto significativo, por lo que es importante analizar los diferentes tipos de costos logísticos de forma rutinaria. Dentro de estos costes se pueden mencionar, costos de inventario, almacenamiento, del cambio de modo de transporte y de distribución.

Tabla 3: Costos logísticos para la exportación de sargazo como alimento de ganado ovino y caprino.

COSTOS LOGÍSTICOS PARA LA EXPORTACIÓN DE SARGAZO COMO ALIMENTO DE GANADO OVINO Y CAPRINO EN UN CONTENEDOR SECO 40' 2 TEU		
CONCEPTO	CARGOS RD\$	CARGOS USD\$
Origen		
Transporte Terrestre	21.060,00	300,00
Declaración Única Aduanera (DUA)	300,00	5,55
Vuce (Certificado fitosanitario)	900,00	16,66
Inspección	1.890,00	35,00
Origen Terminal DP World Caucedo	10.263,21	190,06
Costo por día	897,34	16,61
Sello por Contenedor	2.160,69	40,00
Total	37.471,24	603,88
Destino		
Flete Marítimo (RD-ESPAÑA)	98.820,00	1.830,00
Destino Barcelona	9.211,32	170,58
Seguro de Carga	75.060,00	1,390

Documentación Free x Contenedor	3.780,00	70,00
Total	186.871,32	3.460,58
Costo Total	219.48,84	4.064,46

Fuente: Elaboración Propia

3.3 Estrategia de comercialización

Es cierto que es amplio el manejo de precios, que se manejan dependiendo la pureza, pero el alginato tiene un valor aproximadamente de 10 dólares por kilo, y si se multiplica por todas las toneladas que se están varando sería provechoso”, comentó Hernández Carmona, quien es fundador de una planta piloto para la producción de alginatos en el Cicimar en La Paz, Baja California Sur.

El especialista explicó que dicha planta fue diseñada originalmente para el procesamiento de algas marinas existentes en la zona Pacífico Norte de la Península de Baja California, pero también se podría utilizar para el sargazo en la zona del Caribe.

A manera simple podríamos definir la estrategia de ventas como aquellos planes que realiza una empresa con el fin de vender sus servicios o productos al segmento del mercado objetivo con la intención de obtener beneficios económicos. Parte importante de una estrategia de venta es el departamento de marketing, quienes se encargan de crear diseños para lograr ventas, alcanzar nuevos clientes y crear diseños que fomenten las ventas. Al diseñar una estrategia de venta se deben considerar el público

objetivo y las cualidades que posee el mismo; de qué manera se llevará a cabo el lanzamiento del proyecto; el método de distribución entre otros.

La estrategia de distribución implica las decisiones que se toman como empresa sobre qué canales, sistemas y tipos de distribución debemos utilizar para llegar a tantos clientes como sea posible. Cuanto más acertadas sean estas decisiones, más se podrá como empresa acercar el producto a sus clientes de la forma más relevante. De esta forma, los clientes llegarán al producto de la forma más fácil y cómoda, lo que aumentará la eficiencia de las ventas.

Si somos curiosos y revisamos las etiquetas de los productos que usamos y/o consumimos a diario, nos encontraremos con que muchas veces son productos de países a miles de kilómetros de distancia, aunque estén justo en nuestra mesa de comedor. Esto se logra de forma sinérgica mediante el uso de canales de distribución y la gestión de la cadena de suministro para ser global.

Ilustración 2. Formas de implementar las estrategias de distribución y ventas



Fuente: Marketing y Social Media Mercedes Zafra

Como resultado, una estrategia de distribución nos permitirá identificar puntos de venta clave en función de los clientes a los que atiende y los tipos de productos que vendemos. Como estrategia clave se concretará una alianza con socios estratégicos, los cuales nos suministrarán la materia prima, mientras que la empresa procesadora Industria de Empaques Múltiples Alma Rosa SRL será la encargada de empaquetar y envasar los productos listos para enviar al mercado de destino.

El mercado de alimentos para ganado en España está segmentado por tipo de animal (ganado de leche, ganado de carne y otro ganado), tipo de producto (comida seca, comida húmeda, dietas veterinarias, golosinas, (cereales, pasteles y mezclas, desperdicio de alimentos, aditivos para piensos y otros ingredientes), canal de distribución (comida especializada para animales) (Mordor Intelligence, 2022).

Se espera que el mercado mundial de alimentos para animales registre una CAGR del 3,2% durante el período de pronóstico (2022-2027). La pandemia

de Covid-19 ha obstaculizado significativamente la creciente demanda mundial de alimentos para animales, interrumpió las cadenas de suministro y limitó el comercio de productos. A medida que la situación se alivie, se espera que desaparezcan las interrupciones, lo que facilitará el comercio de productos.

Este aspecto nos permitirá crear una estrategia selectiva en el proceso de venta a través de un número limitado de intermediarios que sepan asignar un valor adecuado a la viabilidad comercial del producto.

El canal de distribución que se utilizará es el indirecto, es decir, a través de corredores, de esta manera podemos reducir el riesgo de colocación de productos, porque los corredores tienen contactos y fuentes de información que facilitan las negociaciones y, al mantener transacciones con los clientes, aseguran el desarrollo de las ventas. Al trabajar con corredores se debe tomar en cuenta el margen de ganancia de los mismos, lo que conlleva a beneficios inferiores por los pagos que han de realizarse a estos.

Hay muchos factores a considerar cuando se envían mercancías por mar. Entre ellos se encuentran los puertos. Saber elegir tu destino y puerto de salida nos ahorrará mucho tiempo y dinero. Por tanto, esta opción, aunque en la mayoría de los casos va asociada al lugar más cercano al origen del producto, también se puede conseguir utilizándose de forma muy cómoda, lo que supone un ahorro en función del destino del producto.

Como potencia portuaria mundial, España ocupa el puesto 11 por detrás de los gigantes asiáticos, Estados Unidos, Alemania y Holanda. Es de gran importancia en el transporte marítimo internacional. Entre los 125 puertos más importantes del mundo se encuentran estos 5 puertos españoles, que demuestran cada vez más la integración estratégica de España en el mercado marítimo con posiciones estratégicas y puntos de transferencia clave en la mayoría de las rutas.

El mercado mundial de alimentos para animales está muy fragmentado, con muchos actores locales y regionales compitiendo para aumentar su participación de mercado en un mercado dominado por actores internacionales. Archer Daniels Midland, Cargill Inc., Land O' Lakes Inc., De Heus y ForFarmers son algunos de los principales actores del mercado español. Dado este escenario entre los principales puntos de venta están las veterinarias, centros de distribución agropecuarias, suplidores industriales, entre otros.

3.3.1 Análisis de precios en el mercado

La estrategia de precios es un conjunto de lineamientos establecidos por las empresas, basados en decisiones que determinan las políticas de precios a seguir en cada etapa del ciclo de vida del producto. Como empresa antes de iniciar la producción y distribución del sargazo se tomaron en cuenta diversos factores que influyen en el costo del producto:



Para tomar buenas decisiones y posteriormente generar los resultados deseados, es necesario evaluar los precios presente en el mercado elaborando un análisis comparativo tanto de los productos similares como de sustitutos.

En el mismo orden podemos conocer que los precios de mercado se conocen como el valor monetario asignado a un producto o servicio por parte de la empresa que lo distribuye o comercializa; en base a ello podemos afirmar que supone el precio que los consumidores o compradores están dispuestos a pagar en un mercado o espacio libre y abierto a fin de obtener dicho producto o servicio.

El medio que se considera más versátil es la evaluación de precios en relación a nuestra competencia a pesar de ser productos distintos pero que cumplen con la misma función, debido a que el sargazo y la manera en la que se presentará representa un producto innovador y con muchos beneficios que ofrecer abarcando diversos sectores.

Evaluando el mercado español, pudimos observar que de manera particular el alimento caprino y ovino se encuentra envasado en sacos de 25-30 Kg. Así mismo, se pudo analizar que el precio estándar del saco se encuentra en un promedio de 15-17 euros, por lo que podemos validar que el costo por kg es de 0,5 euros aproximadamente.

El mercado de alimentos de ganado en España posee un sin número de competidores de distintas regiones del mundo. Entre ellos los siguientes:

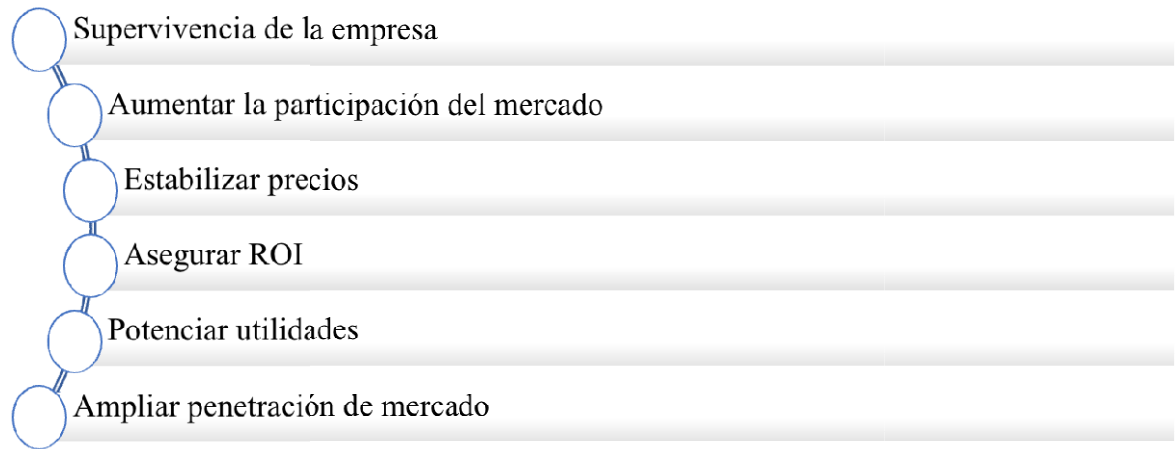
Tabla 4: Comparativo de precios de competidores del mercado de alimentos para ganado en España

Marca	Producto	Características	Precio
Biosur	Suplemento de engorde	Biomix Crianza y vitaminas ADE	€50
Ganadera del Ebro	Sustituto Lacteo	Saco de 700g	€105
Agromel	Suplemento mineral para bovinos	Bovimix proteinada 27%	€90
COREPE S.A	Melaza para ganado	Pote de 30 kg	€50

Fuente: Secretaría de Agricultura de España.

La fijación de precios es el proceso de determinar la compensación financiera que recibirá una empresa por cualquier producto o servicio. La base inicial de los precios de venta es el costo de producción y distribución de cada artículo. Cabe señalar que la fijación de precios del producto a comercializar está influenciada por otros factores extremadamente importantes como las condiciones del mercado en el que participa la empresa, sus principales competidores y por supuesto la percepción y estabilidad financiera de los clientes más frecuentes (Clavijo, 2021).

Dado que las ventas son la única fuente de ingresos de la empresa, el precio determinará la ganancia neta de la empresa. Por lo tanto, representa el retorno de los recursos y el tiempo invertido en la producción, distribución, promoción y venta del producto. Para esto tomaremos en cuenta diversos objetivos:



- Supervivencia de la empresa. Puntos clave para el desarrollo social y económico de un país es la supervivencia de las empresas; esto no depende solamente del trabajo empresarial, sino de otras cualidades específicas de las empresas y, en especial, de las cualidades características del territorio donde se establezcan. La habilidad de perdurar con actividad a lo largo del tiempo da espacio al concepto de supervivencia empresarial. Estamos enfocados en ofrecer un producto innovador de alta calidad que cumpla con los requisitos de los consumidores pero que a la vez tenga un precio asequible.
- Aumentar la participación del mercado. Incremental la participación o presencia de la marca en el mercado corresponde al aumento del trabajo que se emplea en las ventas del negocio y el establecimiento de estrategias innovadoras para impulsar las cuotas del mercado. Como estrategia se mantendrá contacto directo con las principales empresas de distribución y consumo de alimentos para animales en España.
- Estabilizar precios. Esto corresponde a la solidez de los precios, es decir, que los precios no deberían experimentar aumentos significativos ni bajas mediante un período extendido. Los procesos de inflación o deflación en periodos extendidos traen como resultado efectos negativos en los países. Diferentes situaciones pueden ocurrir que afectan la estabilidad de los

precios, pero se tiene como objetivo acordar ventas a largos plazos con importantes consumidores.

- Asegurar ROI. El retorno sobre la inversión es un indicador económico con el cual se puede identificar qué cantidad de dinero se está ganando o perdiendo en la empresa con las inversiones llevadas a cabo. El cálculo utilizado emplea el levantamiento de los ingresos totales, extraer los costos de estos, y por último, dividir el resultado entre los costos totales. Como un proyecto nuevo se prevén los gastos de lanzamiento, investigación de mercados, y demás relacionados a la exportación. Aunque en un principio la remuneración sea lenta con la correcta administración financiera se podrá controlar cualquier daño económico.
- Potenciar utilidades. Eficientizar los gastos y los costos, es decir, mejorar el proceso de producción y la administración del negocio funciona como herramienta para aumentar las utilidades en la empresa. En mercados en crecimiento es necesario implementar estrategias comerciales y empresariales que puedan dar respuesta al aumento de la demanda.
- Ampliar penetración de mercado. Para alcanzar a un mayor número de consumidores en un segmento se realiza la expansión de las marcas que corresponde al trabajo de la penetración de mercado. Se utilizan estrategias de engagement y acercamiento, dando lugar a nuevos significados y asegurando que el mercado tenga un mayor interés en la empresa y lo que comercializa.

3.3.2 PRESUPUESTO DE COMERCIALIZACIÓN

Para todo plan de negocios contar con un presupuesto de comercialización es fundamental, ya que a partir de este se irán basando todas las decisiones a tomar, trabajando como una herramienta financiera que en el proceso ayudará a establecer y determinar todos los costes que involucran llevar a cabo el mismo, en este caso de exportación, ello con la finalidad de permitir conocer y evaluar la rentabilidad y factibilidad del proyecto a ejecutar.

Para realizar un correcto presupuesto de comercialización, debemos tomar en cuenta tres costos fundamentales para el proceso de exportación de sargazo como alimento para ganado ovino y caprino, implicando los costos de recolección de la materia prima, producción y el costo de exportación.

España posee un sector ganadero extenso y activo que goza de reconocimiento mundial por su calidad en los productos. Las normas fitosanitarias, las técnicas de crianza y la tecnología invertida en las actividades del sector ovino y caprino marcan una tendencia fuerte en el sector. Dada a la fuerte demanda del sector por productos que puedan mejorar la calidad de vida de su ganado se estará realizando la comercialización de alimento mediante canales indirectos. A pesar de que la venta no se realizará directamente con el consumidor final, se llevará a cabo una campaña de comercialización y para la misma el presupuesto

En el plan de negocios el presupuesto es una herramienta financiera fundamental. La misma nos ayuda a delimitar los costos a generarse en procesos determinados para ser evaluados y determinar la viabilidad de un proyecto.

Tabla 5: Presupuesto de comercialización.

DETALLE	VALOR
<i>Diseño de páginas web</i>	\$ 15,643.00
<i>Diseño afiches</i>	\$ 5,483.00
<i>Departamento de exportación (costes operativos)</i>	\$ 35,627.00
<i>Investigación de mercados</i>	\$ 25,000.00
<i>Publicidad en el exterior</i>	\$ 20,500.00
<i>Otros gastos</i>	\$ 10,800.00
<i>Gestión de inventario y almacenamiento</i>	\$ 4,685.00
<i>Embalaje y empaquetado</i>	\$ 3,000.00
<i>Flete</i>	\$ 2,350.00
<i>Distribución</i>	\$ 1,540.00
<i>Personal</i>	\$ 33,500.00
<i>Otros gastos</i>	\$ 15,480.00
Total	\$173,608.00

Fuente: Creación Propia

Para llevar a cabo el presupuesto se deben abordar tres costos básicos a ser considerados en el proceso de exportación de sargazo para la alimentación de ganado caprino y ovino hacia España, los cuales son: costo de producción y el costo de exportación.

Los costes de comercialización son costes directos de la función de ventas, proporcionales al número de unidades vendidas, y sólo vinculadas a dicha función.

3.3.3 PROMOCIÓN

Una vez que ya hemos definido la estrategia de comercialización y el canal de distribución debemos enfocarnos en desarrollar una estrategia de marketing proyectada para ser muy efectiva y una promoción viable adecuada para lograr que nuestro posicionamiento de la marca sea permanente en el mercado. Una estrategia de promoción consiste en una serie de pasos destinados a impulsar las ventas de un producto específico en nuestro mercado meta mediante campañas que atraigan al consumidor.

Existen varios tipos de estrategias que pueden ser utilizados como son:

Audiovisuales

Medios Digitales

Web

Medios Físicos

Según recomendaciones de expertos en el mundo de los negocios, una promoción efectiva que da mejor resultado es la que se enfoca el utilizar diferentes tipos de tácticas para un mayor éxito en los objetivos de ventas.

Para los mercados agrícolas a los que se enviarán nuestros productos, nos enfocaremos en los medios en línea para utilizar estas estrategias de promoción. Sabiendo que España tiene una infraestructura tecnológica moderna, la mayoría de sus ciudadanos interactúan a diario gracias al aumento de la conectividad y la integridad en la era tecnológica global en la que vivimos hoy.

Por tanto, estaremos considerando los siguientes medios:

Redes sociales

Esto implica generar contenido promocional que se publicará en las principales redes sociales como Facebook, Instagram, etc. Ello para generar tráfico web que aumente el conocimiento de la marca.

Congresos y seminarios online

El producto podrá ser comercializado de manera virtual con los distribuidores y clientes potenciales a través de las plataformas y los demás medios online. Se podría considerar como una herramienta de acercamiento para a partir de ahí, planear una cita presencial.

Congresos y seminarios presencial

La estrategia utilizada es parecida a los congresos y seminarios virtuales con la diferencia de que el vendedor y el consumidor tendrán un encuentro más cercano. Del mismo modo el cliente podrá conocer el producto a más detalle con la ayuda de sus sentidos.

Email marketing

Como su nombre indica, se produce mediante el envío de contenido promocional por correo electrónico de forma que permite una relación más directa con los clientes y una comunidad de suscriptores potenciales de la marca.

CONCLUSIÓN

A partir del análisis de la presente investigación del estudio de viabilidad para la exportación Dominicana de Sargazo para la Alimentación de Ganado Caprino y Ovino hacia España ha arrojado resultados positivos, destacando por ser un desarrollo innovador en torno al desarrollo sustentable y eco amigable. Lo que a su vez permite que la Republica Dominicana se convierta en un país desarrollado y a su vez exportador de un producto innovador, a partir de organismos fotosintéticos producidos en grandes cantidades en sus mares y playas

Pese a que República Dominicana actualmente no cuenta con ningún desarrollo concreto o en proceso de ejecución para la transformación de Sargazo en productos sostenibles que procuren generar beneficios a diversos sectores, se sostiene que posee el potencial y la capacidad de desarrollar y potenciar la recolección, transformación y distribución de este desecho natural, gracias a la gran presencia anual de este fenómeno que inunda con su presencia las playas dominicanas.

Siendo seleccionado el mercado europeo, específicamente España, por tratarse de un país económicamente abierto al mundo que se enfrenta a un cambio por parte de los consumidores. Los cuales han demostrado en los últimos años un enfoque en productos de calidad, iguales o sustitutos de los ya existentes, que proporcionen igual de beneficios, pero a un menor costo. A razón de ello, se demuestra también que el mercado español supone el mayor productor de productos derivados del ganado ovino y caprino gracias a la agrupación y coincidencia de diversos factores que la hacen idónea para la cría de estos animales. En consecuencia, la demanda existente de alimento para las mencionadas razas ganaderas es alta.

Un aspecto a resaltar dentro de la presente investigación son algunas particularidades relacionadas al sistema jurídico/comercial para el establecimiento de una empresa en el mencionado país al que se desea exportar. Sin embargo, existen diversos canales de distribución y/o comercialización por lo que no supondría ningún factor negativo para la viabilidad de la exportación.

RECOMENDACIÓN

Los vínculos comerciales entre la República Dominicana y España desde sus inicios han sido muy favorables debido a que a través de los años han fortalecido su relación comercial hasta la actualidad.

Algunas recomendaciones que nacen a partir del análisis realizado entre los mercados de España y Rep. Dom.:

- Posicionar a República Dominicana como un Hub Logístico en el caribe para así potenciar el posicionamiento de República Dominicana en España.
- Es importante implementar estrategias que logren un posicionamiento permanente del mercado dominicano y así posicionar nuestro producto, y luego llevarlo a más países europeos, aunque en este continente tenemos un factor distintivo en cuanto a las competencias debido a que nuestro producto tiene un componente muy característico y una gran influencia por su denominación de origen que lo convierte en producto único con gran aceptación para nuestros clientes potenciales.
- El mercado español se caracteriza por tener un gran consumo de ganados, lo que representa una ventaja comparativa.
- Para dar a conocer el Sargazo como alimento en el mercado español nos resulta interesante la utilización de alianzas estratégicas distribuyendo a grandes mercados y consumidores finales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABC Economía. (2019). España, una economía abierta al mundo. Recuperado 21 de Noviembre de 2022, de https://www.abc.es/economia/abci-espana-economia-abierta-mundo-201901200211_noticia.html
- Areoca. (2022). Medio Ambiente: Situación del sargazo es crítica en RD y el Caribe . Recuperado 16 de Octubre de 2022, de <https://www.arecoa.com/destinos/2022/07/25/medio-ambiente-situacion-del-sargazo-es-critica-en-rd-y-el-caribe/#comments>
- Banco Interamericano de Desarrollo. (2019). La transformación de un tesoro para Jamaica. Recuperado 16 de Octubre de 2022, de <https://www.iadb.org/es/mejorando-vidas/la-transformacion-del-sargazo-en-un-tesoro-para-jamaica>
- BID-NT-112. Guía SPS para Exportar UE.DOC. (s. f.). Disposiciones generales. Recuperado 11 de Noviembre de 2022, de <https://www.boe.es/boe/dias/1999/08/24/pdfs/A31410-31418.pdf>
- Cei-RD. (2021). Manual de Oportunidades RD - España. Recuperado 25 de Octubre de 2022, de https://prodominicana.gob.do/Documentos/Manual%20de%20Oportunidades%20-%20Espa%C3%B1a_V3.pdf
- Centro de Apoyo a la Tecnología e Innovación. (2018). INFORME SOBRE EL ESTADO DE LA TÉCNICA TECNOLÓGICAS SOBRE LA RECOLECCIÓN DEL SARGAZO. Recuperado de Noviembre de 2022, de http://www.registracional.go.cr/propiedad_industrial/Documentos/IVT%20TECNOLOGIAS%20SOBRE%20RECOLECCION%20DEL%20SARGAZO.%20RED%20CATI%20CARD%20REPUBLICA%20DOMINICANA.PDF

— Centroamérica Forbes. (2022). Recuperado 22 de Octubre de 2022, de <https://forbescentroamerica.com/2022/02/04/sargazo-un-negocios-por-descubrir>

— Greenpeace. (2019). ¿Es el sargazo realmente malo?. Recuperado 19 de Octubre de 2022, de <https://www.greenpeace.org/mexico/noticia/3055/es-el-sargazo-realmente-malo/#:~:text=El%20sargazo%20es%20activador%20del,y%20la%20carencia%20de%20minerales>.

— Intec. (2021). Sargazo: solución para tratamiento de aguas residuales. Recuperado 28 de Octubre de 2022, de <https://www.intec.edu.do/notas-de-prensa-investigacion/item/sargazo-solucion-para-tratamiento-aguas-residuales>

— Junta de Andalucía. (s. f.). Gestión integral de explotaciones de caprino de leche. Recuperado 19 de Noviembre de 2022, de <https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2021-04/Caprino%20de%20leche.pdf>

— La Colmena. (2021). ¿Qué es el Sargazo y por qué llega a nuestras playas? Recuperado 16 de Octubre de 2022, de <https://colmena.intec.edu.do/2021/08/que-es-el-sargazo-y-por-que-llega-a-nuestras-playas/>

— Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2005). Recuperado 25 de Octubre de 2022, de https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2021-10588

— Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2021). Caracterización del sector ovino y caprino de leche en España. Recuperado 19 de Noviembre de 2022, de https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/temas/produccion-y-mercados-ganaderos/caracterizacionovinoycaprinolechedatos2021_tcm30-562416.pdf

— Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2021). Caracterización del sector ovino y caprino de leche en España. Recuperado 19 de Noviembre de 2022, de <https://www.mapa.gob.es/es/ganaderia/temas/produccion-y-mercados-ganaderos/sectores-ganaderos/vacuno-de-carne/informacion-del-sector/>

— Presidencia de la República Dominicana. Perfil Medio Ambiente. (2022). Ministerio de Economía dialoga con la Fundación Grupo Puntacana y el INTEC para articular esfuerzos ante el desafío del sargazo. Recuperado 16 de Octubre de 2022, de <https://presidencia.gob.do/noticias/ministerio-de-economia-dialoga-con-la-fundacion-grupo-puntacana-y-el-intec-para-articular>

— ProDominicana. (2021). Guía de Exportación. Recuperado 10 de Noviembre de 2022, de <https://www.prodominicana.gob.do/Documentos/Guia%20Exportacion%20AF.pdf>

— Revista Cubana de Ciencia Agrícola. (2006). Las algas marinas *Sargassum* spp. y *Macrocystis pyrifera*: ¿una alternativa para el forraje del ganado bovino en la península de Baja California?. Recuperado 6 de Noviembre de 2022, de <https://www.redalyc.org/pdf/1930/193017672007.pdf>

— Revista El Economista. (2015). Sargazo, útil para la industria alimentaria. Recuperado 19 de Octubre de 2022, de <https://www.eleconomista.com.mx/arteseideas/Sargazo-util-para-la-industria-alimentaria-20150802-0103.html>

— Revista Mercado. (2022). Expediente Sargazo: la raíz del problema. Recuperado 16 de Octubre de 2022, de <https://www.revistamercado.do/economia/expediente-sargazo-1>

— Revista Técnica Ganadería. Alimentación. (2020). Algas: ingrediente proteico de calidad para la alimentación del ganado. Recuperado 2 de Noviembre de 2022, de http://www.revistaganaderia.com/algas/alimentacion/algas-ingrediente-proteico-de-calidad-para-la-alimentacion-del-ganado_12628_112_15800_0_1_in.html

ANEXOS



Emily Atkin, August 29, 2018

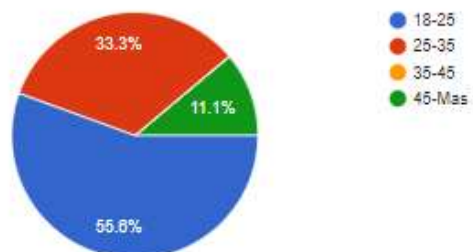
ENCUESTA

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSck6BrAgHp4tmKpPsxWHD43vtgJ_DIJZ3ekL5yBIWZd7Lxpw/viewanalytics

Rango de Edad

 Copiar

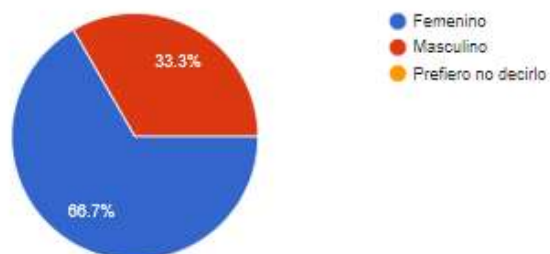
9 respuestas



Sexo

 Copiar

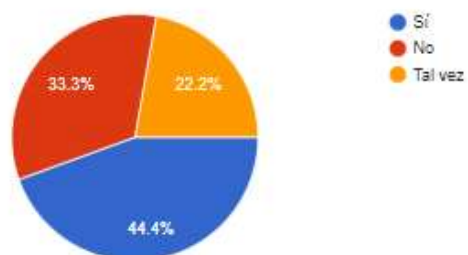
9 respuestas



Tiene usted algun conocimiento sobre el Sargazo?

 Copiar

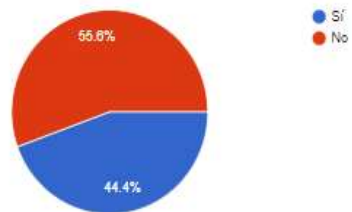
9 respuestas



Sabe que impacto causa este en las costas de Rep. Dom?

 Copiar

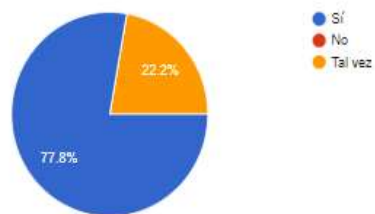
9 respuestas



Consideras que la presencia de Sargazo en las playas, afecta el turismo?

 Copiar

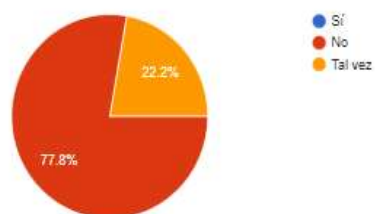
9 respuestas



Tiene algún conocimiento sobre la utilización del Sargazo como materia prima?

 Copiar

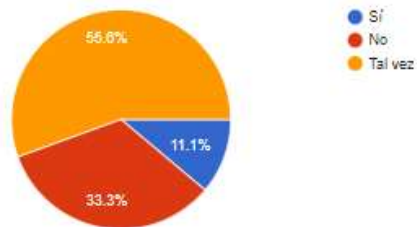
9 respuestas



Consideras favorable los beneficios posibles de la utilización de Sargazo como alimento?

 Copiar

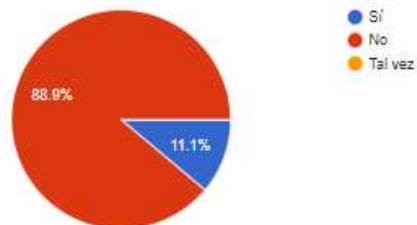
9 respuestas



Entiende usted que se maneja suficiente información sobre la utilización del Sargazo?

 Copiar

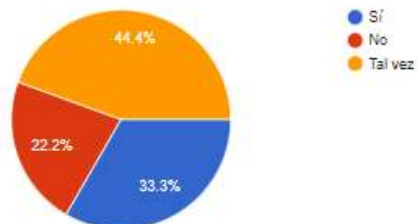
9 respuestas



Compraría usted alimentos procesados para ser consumidos por ganado que sean provenientes del Sargazo?

 Copiar

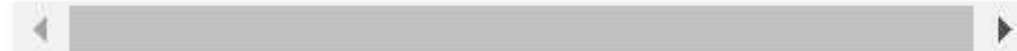
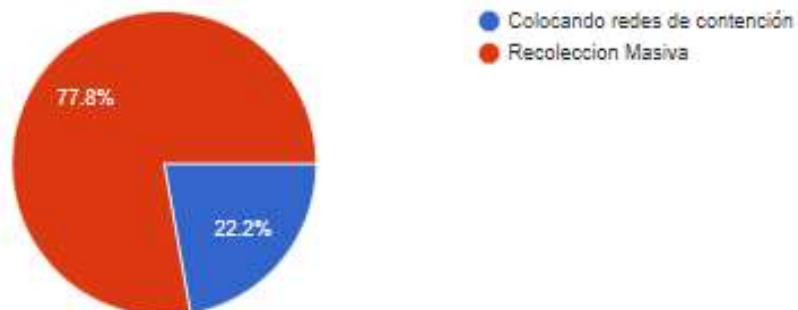
9 respuestas



Como eliminaría usted el sargazo en las costas?

 Copiar

9 respuestas



Considera usted que el gobierno debe invertir mas en la solución del problema y obtener beneficios a la economía?

 Copiar

9 respuestas

