

SERVICIOS AL  
**EXPORTADOR**

DEPARTAMENTO DE  
INTELIGENCIA DE MERCADOS

**Estudio Especializado**  
El mercado de productos pesqueros  
en República Dominicana



Índice

I.	Resumen Ejecutivo .....	3
II.	Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos .....	5
III.	Análisis de la Oferta en el País de Destino .....	6
3.1	Producción del País de Destino Republica Dominicana .....	6
3.2	Exportaciones Totales del País de Destino .....	7
3.3	Importaciones del País desde Perú .....	11
3.4	Análisis de la Competencia .....	12
IV.	Análisis del Sector / Línea en el Mercado .....	13
4.1	Variedades y Formas de Presentación .....	13
4.2	Canales de Distribución .....	15
4.3	Canales de Comercialización .....	16
4.4	Precios .....	21
V.	Análisis de la Demanda .....	22
5.1	Perfil del Consumidor .....	22
5.2	Análisis de Tendencias .....	25
5.3	Percepción del Producto Peruano .....	25
VI.	Requisitos de Acceso al Mercado .....	26
6.1	Medidas Arancelarias .....	26
6.2	Regulaciones .....	29
6.3	Otras Regulaciones (Etiquetado / Orgánicos / GMO/ / Envases y Embalajes) ¡Error! Marcador no definido.	
6.4	Certificaciones .....	30
VII.	Actividades de Promoción .....	¡Error! Marcador no definido.
7.1	Ferias .....	32
7.2	Exhibiciones ( <i>permanentes, degustaciones</i> ) .....	32
7.3	Publicaciones Especializadas .....	32
VIII.	Contacto de Interés .....	32
8.1	Institucionales .....	32
8.2	Comerciales .....	32
IX.	Conclusiones y Recomendaciones .....	34
X.	Perfil de Compradores VER ANEXO 3 .....	35

## I. Resumen Ejecutivo

El principal objetivo del presente estudio especializado es ofrecer una descripción general del mercado pesquero en República Dominicana (RD), tomando como referencia los productos pesqueros peruanos priorizados e indicados por PROMPERÚ, y en base a la recopilación y análisis de diferentes fuentes, entrevistas, comprobación de datos e información realizados durante el viaje de prospección realizado durante la última semana de junio de 2017. Es decir, pretende identificar las oportunidades y nichos de mercado que este país caribeño representa para la oferta pesquera de Perú, con una visión global del país y de su potencialidad como objetivo en las operaciones de exportación.

República Dominicana es un país de muy baja producción pesquera, ya que los recursos del mar han sido sobre-explotados. Asimismo, no es una plaza de fuerte tradición pesquera, ya que el mar del Caribe no cuenta con muchos recursos marinos. Es así que la producción anual de productos del a pesca es de 15 000 toneladas. En tanto, el consumo pesquero es bajo en comparación con otros mercados regionales; de hecho, los números oficiales de FAO indican que su consumo varía entre 5 kg. y 10 kg. anuales aunque ,probablemente, una mitad de este se destina al sector HORECA. En volumen neto, el país importa unas 100 000 toneladas al año, así se puede estimar que más del 70% del consumo interno proviene de importaciones. Con estos niveles de importación, República Dominicana puede parecer un país con buenas perspectivas para incrementar la presencia de producto pesquero de Perú. Empero, cuando se analiza más a fondo estos datos se nota que las importaciones se concentran en tres productos: bacalao, arenque ahumado y anchoveta enlatada, cuyas importaciones representan más de la mitad de las compras al exterior de República Dominicana. A ello, se le debe añadir unas 3 000 toneladas de filetes de pangasius congelados y una cantidad similar (muchas re-exportación de EE.UU.) de filetes de tilapia de China.

Los canales de distribución están muy concentrados, prácticamente tres importadores (Grupo Ramos, Frigoríficos Bahía y Grupo Alonzo) dominan más del 90% del mercado. Por su parte, el canal minorista moderno muestra también altos grados de concentración siendo tres cadenas las líderes del mercado (Grupo Ramos, Centro Cuesta Nacional y Supermercado Bravo).

La producción peruana puede mostrar dificultades para ingresar en el mercado de República Dominicana de gran volumen, ya que no cuenta con especies de pescado para producir un bacalao de calidad como el noruego, pero se debe tomar en cuenta prácticas comerciales

como la de China que ha logrado acceder a este mercado con un producto de filetes tipo bacalao, ya listo para consumir, que seguramente se produce con un pescado (polaca) que puede ser similar a la merluza de Perú.

En cuanto a las conservas de anchoveta, la oferta peruana debe competir con los enlatados de Tailandia que ingresan al mercado dominicano con precios de importación bastante bajos debido a que el país asiático subvenciona al producto. Asimismo, es imperativo mejorar los niveles de calidad debido a que, de acuerdo a compradores encuestados con experiencia previa, se han encontrado presencia de juveniles en algunos enlatados peruanos por lo cual puede haber hasta veinte anchovetas en una lata. De hecho, las empresas entrevistadas y el consumidor dominicano, en general, prefieren anchovetas de tallas grandes, máximo diez por lata. Es importante mencionar que el arancel de importación para la anchoveta en conserva es de 0%. Como una propuesta a largo plazo, quizás el arenque ahumado – producto de alta demanda en República Dominicana - se podría sustituir con una anchoveta grande, también ahumada de origen peruano.

Asimismo, el producto que tiene muestra mejores oportunidades en el mercado es la pota y sus tentáculos. Existe gran expectativa entre los importadores especializados por este producto en 2017, debido a que tienen conocimiento de las mayores capturas en Perú, a diferencia del año anterior que debido a la escasez y alza de precios tuvieron que recurrir a sustitutos como el pulpo de India, por ejemplo.

En lo referente a mahi mahi (entero & filetes), existe consenso en que el producto peruano es de óptima calidad pero los precios elevados hacen que sea de difícil importación en estos momentos. De hecho, uno de los principales compradores dominicanos ha optado por adquirir mahi mahi de China (5 contenedores/mes) debido a que ofrece precios más competitivos por lo cual se sugirió a las empresas peruanas utilizar un glaseo al 30% para estos productos tal como lo hacen los competidores asiáticos para llegar a una mejor cotización. Además, el consumidor dominicano prefiere el producto glaseado debido a que tiene la percepción de que es más limpio y seguro.

Los langostinos congelados muestran un buen potencial debido al creciente interés del canal HORECA en su consumo y la prohibición de la importación proveniente del Sudeste Asiático y México desde 2013 debido al brote de EMS, lo cual abre las puertas para los proveedores sudamericanos y centroamericanos.

Finalmente, se debe notar que los aranceles de la importación de productos pesqueros en

República Dominicana no son muy altos. Algunos alimentos esenciales para la seguridad alimentaria no tienen aranceles (bacalao, arenque ahumado y anchoveta en conserva), mientras que al resto de productos se les aplica una tasa del 20%.

## II. Alcance del Estudio Especializado: Sector y/o Líneas de Productos

Los productos que se consumen en República Dominicana que provienen de la importación son principalmente el bacalao, las anchovetas en conserva, el arenque ahumado, los filetes de tilapia y de pangasius. Mientras que la langosta y el caracol de producción local tienen como destino el mercado HORECA y de exportación, debido a que el consumo local de estas dos especies es muy bajo.

El **bacalao** desde siempre ha sido monopolio de Noruega. Pero en los últimos años se debe notar que China ha entrado al mercado con filetes “tipo bacalao”, ya listos para el consumo, que seguramente se produce con polaca (*micromesistius australis*). De similar modo, a largo plazo, los exportadores peruanos podrían tener oportunidades desarrollando un producto similar con la merluza, por ejemplo, como insumo principal.

La **anchoveta en conserva** es un producto principal de consumo para la población de bajos ingresos. Este producto procedente de Tailandia, en mayor medida, Ecuador y Perú se puede vender a precios muy bajos debido a que el país asiático subvenciona su producción. Así que únicamente con precios más competitivos el productor peruano podría aumentar su participación en este segmento de mercado. El arancel de la sardina enlatada de importación en República Dominicana es de 0%.

El **arenque ahumado** es otro producto base del consumo pesquero dominicano. El 99% del producto se importa desde Canadá. Quizás, a modo de propuesta, este producto se podría sustituir con una anchoveta grande, también ahumada y de origen peruano.

La **pota** (tentáculos, anillas y rabas) tiene una demanda importante, ya que la tradición culinaria de República Dominicana está basada en la cocina española, donde los cefalópodos tienen un papel preponderante. Incluso, en algunos casos, se venden los **tentáculos** de la pota como “pulpo”. Este es el producto que mayores oportunidades muestra para Perú en el corto plazo.

Al contrario de Jamaica, la República Dominicana consume bajos niveles de **langostinos**; sin embargo, podrían existir posibilidades en el canal HORECA en donde existe interés en desarrollar este producto, aunque existe preferencias por la langosta local. De hecho, de

acuerdo a cifras extraoficiales, se estima que las importaciones dominicanas de langostinos congelados podrían haber alcanzado los US\$ 12 millones en 2016, donde el vanammei es la variedad predominante. Las posibilidades de Perú como proveedor son importantes si se tiene en cuenta que el Gobierno Dominicano ha prohibido indefinidamente la importación de langostinos provenientes de Tailandia, China, Vietnam, Bangladesh, Malasia & México debido a los brotes de EMS quedando opción únicamente para proveedores centroamericanos y sudamericanos (Ecuador).

Hay que notar que los aranceles de la importación de productos pesqueros en República Dominicana no son muy altos. Algunos productos esenciales para la seguridad alimentaria no tienen aranceles (bacalao, arenque ahumado y lata de sardina), los demás tienen 20% de aranceles.

### III. Análisis de la Oferta en el País de Destino

#### 3.1 Producción de Republica Dominicana

**Cuadro N°01: Evolución de la Producción Pesquera de República Dominicana**

Especie	1980	1990	2000	2010	2014	2015	Var. % Prom 2015 - 1980	Var. % 2015 - 2014
Pescado marino	2 760	2 760	2 382	1 632	1 289	1 525	-13,8	18,3
Caracol	706	5 120	1 778	256	1 842	1 447	19,7	-21,4
Langosta	166	750	1 286	1 001	2 454	1 282	66,7	-47,8
Pargo	259	70	753	1 288	907	1 116	44,1	23,0
Mero	826	1 180	873	1 498	674	758	-2,1	12,5
Tilapia	1 490	600	994	159	935	1 134	-6,6	21,3
<b>Total</b>	<b>10 491</b>	<b>19 769</b>	<b>13 140</b>	<b>15 770</b>	<b>15 865</b>	<b>14 078</b>	<b>7,63</b>	<b>-11,3</b>

Fuente: FAO FISHSTAT

El sector pesquero dominicano contribuye a la economía del país principalmente a través de la creación de fuentes de empleo y la seguridad alimentaria. La política pesquera dominicana busca desarrollar la industria nacional para mejorar la calidad de vida de las comunidades costeras; así como proporcionar a los habitantes del país proteína animal de alta calidad y proteger de la sobreexplotación ciertos recursos sensibles que deben ser manejados de manera sostenible para asegurar su disfrute por parte de futuras generaciones.

La producción pesquera en el año 2015 fue de 14 078 toneladas. La pesca de captura,

cuyos principales recursos están completos o sobre-explotados, registró desembarques del orden de 11 800 toneladas. En términos de volumen desembarcado, las especies de mayor valor comercial fueron el pescado marino (10% de participación en 2015), langosta (9%), pargos y meros (14%) y el cobo/caracol (10%, calculando su peso vivo).

En tanto, los desembarques de la pesca continental fueron 565 toneladas. La producción acuícola alcanzó un récord máximo de más de 2 200 toneladas en 2015. Con la inversión y la tecnología de América del Norte, a través de jaulas marinas, el país llegó a producir 350 toneladas de pámpano amarillo, el cual ha encontrado buena aceptación en los mercados locales y extranjeros.

Las pesquerías de pequeña escala predominan el sector. Aproximadamente 11 000 pescadores fueron reportados, de los cuales 2 500 se dedican a la pesca continental y 8 400 a la pesca marina costera<sup>1</sup>. Además, cerca de 2 500 personas, en la mayoría mujeres, obtienen también ingresos a través de la comercialización de productos pesqueros.

El mercado interno es el principal destino de la producción nacional, el cual demanda casi la totalidad de la pesca de captura. Sin embargo, se hace difícil estimar el suministro anual por habitante (el que tentativamente podría indicarse entre 6 y 10 kg en los últimos veinte años) ya que este mercado está fuertemente influenciado por la demanda de pescado fresco y congelado proveniente del turismo. Este sector ha sido motor también de un aumento constante de las importaciones de productos pesqueros, las que se suman a las compras convencionales de pescado seco y en conserva con destino al consumo de la población local.

### 3.2 Exportaciones Totales de República Dominicana

**Cuadro N°02: Evolución de las Exportaciones de Pesca CHD de República Dominicana**  
Miles de US\$

Especie	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom 2015 - 2011	Var. % 15' - 14'	Part % 2015
Arenque ahumado	7 263	4 224	4 667	7 449	4 397	-11,8	-41,0	36

<sup>1</sup> FAO, comunicación personal

Langosta ( <i>Palinurus spp.</i> ) congelada	2 988	2 546	2 469	2 249	3 316	2,6	47,4	27
Bacalao fresco o refrigerado	-	442	360	985	1 511	-	53,4	12
Otros	4 304	2 437	1 524	1 335	2 958	-8,9	121,6	24
<b>Total</b>	<b>14 555</b>	<b>9 649</b>	<b>9 020</b>	<b>12 018</b>	<b>12 182</b>	<b>-4,4</b>	<b>1,4</b>	<b>100</b>

Fuente: COMTRADE

Las exportaciones de pesca de CHD de República Dominicana al mundo son limitadas y durante el periodo 2011 – 2015 mostraron promedio de US\$ 12 millones. De hecho, más del 80% de sus envíos se concentran en tres productos específicos: arenque ahumado, langosta congelada y bacalao por lo cual no compite directamente con Perú. Vale indicar que el principal producto de exportación, es decir el arenque ahumado, es una re – exportación de producto canadiense y no corresponde a la oferta dominicana.

### 3.3 Importaciones de República Dominicana

**Cuadro N°03: Evolución de las Importaciones de Pesca CHD de República Dominicana**

Millones de US\$

Categoría de Productos	2012	2013	2014	2015	2016*	Var. % Prom 2016 - 2012	Var. % 16' – 15'	Part % 2016
0305 - Pescado seco, salado o ahumado	66	56	59	56	62	-1,6	9,9	38,6
1604 - Preparaciones y conservas de pescado	51	36	38	44	37	-7,7	-16,0	23,1
0303 - Pescado congelado	9	7	9	9	17	19,0	91,1	10,8
0306 - Crustáceos frescos o congelados	13	10	17	13	17	6,4	28,0	10,4
0304 - Filetes de pescado frescos o congelados	17	16	19	22	12	-9,1	-47,5	7,3
0307 - Moluscos frescos o congelados	5	5	6	6	11	23,7	69,7	6,8
1605 - Crustáceos & moluscos en conserva	0,5	0,3	0,4	1	4	67,8	416,5	2,4
Otros	1	1	1	2	1	6,6	-47,8	0,5
<b>Total</b>	<b>162</b>	<b>131</b>	<b>150</b>	<b>154</b>	<b>161</b>	<b>-0,2</b>	<b>4,4</b>	<b>100,0</b>

Fuente: COMTRADE

El mercado pesquero de República Dominicana es altamente dependiente de las importaciones; de hecho, se estima que el 70% de la demanda interna es cubierta por las compras al exterior, las cuales registraron US\$ 161 millones en 2016, lo cual representó un crecimiento de 4,4% en relación al año anterior, con lo cual alcanzaron los niveles de 2012. En cuanto a volumen, estas superan las 50 mil toneladas.

**Cuadro N°04: Principales Productos de Pesca CHD Importados por República Dominicana**

Millones de US\$



Productos	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom 2015 - 2011	Var. % 15' - 14'	Part % 2015
030551- Bacalao seco	45	44	38	44	40	-2,9	-8,9	26
160413 - Conservas de sardina / anchoveta	25	37	25	25	31	4,8	22,9	20
030542 - Arenque ahumado	19	20	17	12	14	-7,6	20,6	9
160414 - Conservas de atún	12	12	9	12	12	0,8	6,2	8
030619 - Crustáceos congelados	5	5	3	5	5	3,9	9,8	3
030499 - Congelados de carne de pescado	2	5	5	5	5	21,4	3,3	3
030616 - Langostinos congelados	0	6	4	7	5	-	-32,5	3
030749 - Calamares, sepias & pota congelados	1	1	1	2	2	10,9	-0,5	1
Otros	45	31	30	39	40	-3,2	3,2	26
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>162</b>	<b>131</b>	<b>150</b>	<b>154</b>	<b>-0,2</b>	<b>2,9</b>	<b>100</b>

Fuente: COMTRADE

Debido al limitado acceso y poca transparencia de la estadística disponible de las importaciones de República Dominicana, se tomará únicamente como referencia las compras del país al cierre de 2015. Los principales productos de importación son el bacalao seco (US\$ 40 millones / - 8,9% de variación), seguido por la sardina / anchoveta enlatada (US\$ 31 millones / + 22,9%) y el arenque ahumado (US\$ 14 millones / + 20,6%). Asimismo, en cuanto a nuevos productos, el pangasius ha ingresado con fuerza al mercado dominicano con niveles de importación de 3 000 toneladas anuales.

El atún enlatado es un producto que compite, de cierto modo, con la anchoveta / sardina en conserva. Las importaciones de este producto en República Dominicana han mantenido su nivel estable en US\$ 12 millones. Dos tercios de las importaciones de este producto provienen de Tailandia, con China y Ecuador como segundo y tercer proveedor. Asimismo, de acuerdo a Euromonitor International, se prevé que el mercado dominicano de conservas de pescado se incremente a una media de 1,8% para el periodo 2016 – 2020, al pasar de 5,9 miles de TM a 6,2 miles de TM.

Finalmente, los calamares, sepias y potas congelados totalizaron US\$ 2 millones en 2015; sin embargo, de acuerdo a estadística preliminar para 2016, se estima que las compras de estos productos hayan alcanzado los US\$ 6 millones. La familiaridad del consumidor dominicano con los cefalópodos debido a la herencia española de su cocina, así como la mayor demanda del canal HORECA podrían explicar este comportamiento. El principal proveedor de esta clase de productos es China, seguido por España y Perú (básicamente tentáculos, anillas y rabas de pota crudas congeladas).

**Cuadro N°05: Principales Proveedores de Pesca CHD de República Dominicana**

Millones de US\$

Proveedor	2011	2012	2013	2014	2015	Var. % Prom 2015 - 2011	Var. % 15' - 14'	Part % 2015
Noruega	42	40	37	44	40	-1,5	-9,7	26
China	23	28	19	22	23	0,4	6,4	15
Canadá	25	24	20	16	19	-6,8	21,7	12
Tailandia	18	19	13	11	14	-5,2	31,0	9
Vietnam	13	10	10	10	11	-4,5	10,3	7
EE.UU.	9	9	8	11	10	2,9	-8,4	7
India	6	6	3	6	8	10,3	31,7	5
Ecuador	2	2	3	5	4	28,5	-6,3	3
Chile	3	3	3	3	4	8,0	31,0	3
España	2	2	3	3	4	17,5	23,9	3
Perú	5	9	6	5	3	-8,3	-27,2	2
Otros	7	9	7	14	12	13,2	-13,2	8
<b>Total</b>	<b>155</b>	<b>162</b>	<b>131</b>	<b>150</b>	<b>154</b>	<b>-0,2</b>	<b>2,9</b>	<b>100</b>

Fuente: COMTRADE

Como era de esperarse, Noruega (26% de participación 2015) es el principal proveedor de pesca de CHD de República Dominicana debido a que tiene el monopolio del bacalao seco, el más importante producto de importación del país. Le sigue China (15%), quien junto con Tailandia, tienen el liderazgo en lo relativo a conservas de sardinas sustentado en el factor precio. De similar modo, Canadá (12%) es casi el único suplidor de arenque ahumado.

Perú actualmente es el proveedor número 11° y representa el 2% de las compras de República Dominicana (2015). Pese a que en los últimos años ha perdido participación en lo relativo a conservas de anchoveta / sardina frente a la oferta low – cost de China y Tailandia; surgen oportunidades a corto plazo para la oferta exportable de pota (tentáculos, filetes & anillas), un producto en franco crecimiento y con gran aceptación por el público dominicano siempre y cuando los precios retornen a niveles normales de 2015.

### 3.4 Importaciones de República Dominicana desde Perú

Cuadro N°06: Principales Productos de Pesca CHD Peruanos Importados por Rep. Dominicana

Miles de US\$

Producto	2012	2013	2014	2015	2016	Var. % Prom 2016 - 2012	Var. % 16' - 15'	Part % 2015
160420 - Conservas de sardina (exc. entero o en trozos)	639	83	-	123	489	-6,5	297,7	34
160413 - Conservas de sardina enteras o en trozos	1 391	2 722	2 011	1 328	334	-30,0	-74,9	23

030749 - Jibias, potas y calamares congelados Principalmente: anillas, filetes & tentáculos	574	450	421	695	285	-16,0	-58,9	20
160416 - Conservas de anchoa entera o en trozos Principalmente: sardinas en salsa de tomate	5 796	2 503	1 595	981	238	-55,0	-75,7	16
160554 - Cefalópodos procesados o conservados Principalmente: rodajas de rejos & tentáculos precocidas	16	19	7	18	46	31,4	161,3	3
030366 - Merluza congelada	-	-	-	42	38	-	-9,1	3
030389 - Pescado congelado nep. Principalmente: Mahi Mahi entero	457	231	79	152	16	-56,8	-89,5	1
Otros	467	216	168	135	0	-100,0	-100,0	0
<b>Total</b>	<b>9 339</b>	<b>6 224</b>	<b>4 280</b>	<b>3 473</b>	<b>1 447</b>	<b>-37,3</b>	<b>-58,3</b>	<b>100,0</b>

Fuente: Aduanas del Perú

Aunque República Dominicana es el destino número treinta y tres para productos pesqueros de CHD (2016) peruanos; para el país caribeño, el Perú es su proveedor número once a nivel mundial y tercero en la región latinoamericana por detrás de Ecuador y Chile. Las importaciones desde Perú han disminuido notablemente al pasar de US\$ 9,4 millones en 2012 a solo US\$ 1,5 millones en 2016; esto pese al crecimiento de la demanda dominicana que ha sido canalizada principalmente por proveedores del Asia (China & Tailandia), especialmente en cuanto a conservas. Sin embargo, de acuerdo a estadísticas del primer semestre de 2017, se puede observar un incremento de las compras desde Perú en poco más de 62% como consecuencia de las mayores importaciones de conservas de sardinas entera en aceite vegetal (1/4 Club) y merluza congelada<sup>2</sup>.

Los cefalópodos procesados, básicamente rodajas de pota precocidas (rejos y tentáculos), aumentaron su demanda a una tasa media anual de 31,4% entre 2012 y 2016; sin embargo, la presentaciones crudas congeladas mostraron un comportamiento negativo como consecuencia de la menor oferta peruana y el incremento de los precios de la materia prima debido al Fenómeno del Niño del año anterior. De acuerdo a entrevistas realizadas, este es el producto que mejores perspectivas muestra en este mercado en la medida que establezcan sus precios, similar comportamiento muestra el mahi mahi congelado (filetes / enteros).

<sup>2</sup> Aduanas de Perú

### 3.5 Análisis de la Competencia

El producto peruano se le puede complicar entrar en el mercado de República Dominicana, ya que no tiene pescado para producir un bacalao de calidad como el noruego, pero hay que observar que China ahora está ingresando con un producto de filetes “tipo bacalao”, ya listo para consumir, que se produce con un pescado (polaca) que puede ser similar a la merluza de Perú.

En cuanto a las conservas de anchoveta, la oferta peruana debe competir con los enlatados de Tailandia que ingresan al mercado dominicano con precios de importación bastante bajos debido a que el país asiático subvenciona al producto. Asimismo, es imperativo mejorar los niveles de calidad debido a que, de acuerdo a algunos compradores con experiencia previa, se han encontrado presencia de juveniles en algunos enlatados peruanos por lo cual puede haber hasta veinte anchovetas en una lata. De hecho, las empresas entrevistadas y el consumidor dominicano, en general, prefieren anchovetas de tallas grandes, máximo diez por lata. Es importante mencionar que el arancel de importación para la anchoveta en conserva es de 0%. Como una propuesta a largo plazo, quizás el arenque ahumado – producto de alta demanda en República Dominicana - se podría substituir con una anchoveta de talla grande, también ahumada de origen peruano.

Por otro lado, el producto que muestra mejores oportunidades en el mercado es la pota y sus tentáculos. Existe gran expectativa entre los importadores especializados por este producto en 2017 debido a que tienen conocimiento de las mayores capturas y de la calidad del producto peruano, a diferencia del año anterior que debido a la escasez y alza de precios del producto tuvieron que recurrir a sustitutos como el pulpo de India, por ejemplo.

En lo referente a mahi mahi (entero & filetes), existe consenso en que el producto peruano es de óptima calidad pero los precios elevados hacen que sea de difícil importación en estos momentos. De hecho, uno de los principales compradores dominicanos ha optado por adquirir este producto de China (5 contenedores/mes) debido a que ofrece precios más competitivos por lo cual se sugirió a las empresas peruanas utilizar un glaseo al 30% para estos productos, tal como lo hacen los asiáticos para llegar a una mejor cotización. Además, el consumidor dominicano prefiere el producto glaseado debido a que tienen la percepción de que es más limpio y seguro.

#### IV. Análisis del Sector / Línea en el Mercado

##### 4.1 Variedades y Formas de Presentación

###### • Productos Curados / Ahumados

Los productos más importantes de mercado pertenecen a presentaciones curadas como el bacalao y el arenque ahumado. Estos productos no han cambiado de forma y presentación en los últimos 50 años. Los supermercados los venden usualmente en empaques de 600 gr., que es la cantidad de consumo promedio de una familia estándar de República Dominicana. La única variación en lo relativo al bacalao, es la presencia de pescado “tipo bacalao” proveniente de China, el cual básicamente es importado como un filete previamente salado y deshidratado para posteriormente desalarse, re-hidratado para el consumo, y vendido en bandejas selladas al vacío.



###### **Arenque ahumado sellado al vacío**

Origen: Canadá

Precio 89 Pesos /libra - US\$ 1,9 /libra



###### **Bacalao**

Origen: Noruega

Precio 109 Pesos /libra - US\$ 2,3 /libra

###### • Conservas & Productos Preservados

La anchoveta en conserva es la base del consumo de enlatados en los sectores de menores ingresos de la población donde tiene fuerte presencia la oferta tailandesa y, en menor medida, productos de origen peruano y ecuatoriano. De acuerdo a Euromonitor International, el incremento del consumo de conservas de pescados sustentará este comportamiento,

siendo las marcas más populares aquellas enfocadas en el segmento de precio medio como Brunswick (atún & sardina) y Roland Tuna (atún). Sin embargo, el segmento de precio bajo representa alrededor de un tercio de la categoría y es liderado por marcas como Ocean Taste (sardinas) y Paco Fish (sardinas).

Como se observa en la fotografía de la parte inferior predomina la oferta de sardinas / anchovetas en conserva de origen tailandés, envasadas en aceite vegetal y en salsa de tomate, con una variedad de precios que ronda entre 36 y 41 pesos dominicanos en latas 1 lb. tall (Aproximadamente 480 gr).



#### • **Productos Congelados**

Los filetes de pangasius y tilapia se venden en confecciones de 400 gr (dos filetes empacados al vacío). El mercado de filetes congelados se encuentra dominado por Vietnam (pangasius) y China (tilapia), lo cual ha propiciado que algunos productores locales de tilapia no puedan competir.

En cuanto a otras especies, se distinguió la presencia de pota – probablemente peruana – congelada en distintas presentaciones: anillas crudas congeladas, anillas empanizadas & tentáculos (en fotos). Además también se oferta calamar loligo en filetes & tubos.





En lo relativo a precios, los tentáculos de pota congelados se ofrecen en US\$ 4,0/kg. Sin embargo, se pudo encontrar en un supermercado el mismo producto declarado como “pulpo” con un PVP de US\$ 7/Kg; mientras que el pulpo verdadero la hacía en US\$ 8/kg. Entre otros productos se puede destacar los precios de los tubos de calamar (no pota) congelados en US\$ 7,85/kg. y los filetes de calamar (no pota) en US\$ 3,70/ kg.



**Productos cefalópodos descongelados**

**Pulpo criollo**

Precio: 169 Pesos / Libra – US\$ 3,58 /Libra

**Filetes de pota**

Precio: 79 Pesos / Libra – US\$ 1,67 / Libra

**Tentáculos de pota**

Precio: 69 Pesos /Libra – US\$ 1,46 / Libra

Finalmente, la venta de pescado fresco es muy limitada. Generalmente existen pequeñas pescaderías cerca de las playas y puntos de desembarque, sin embargo a veces estas pescaderías suelen vender tilapia importada congelada como local y fresca.

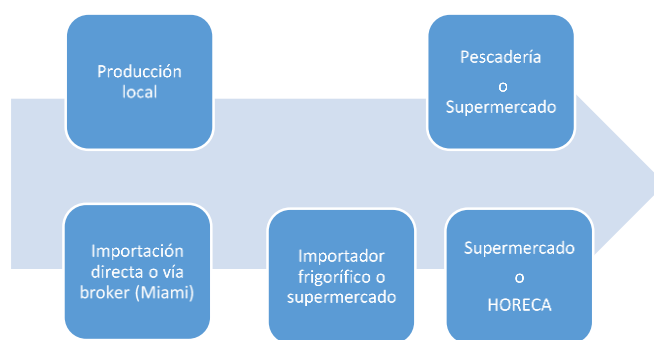
**4.2 Canales de Distribución**

Para productos como el arenque ahumado de Canadá o la tilapia procedente de Vietnam o China, las importaciones usualmente se realizan a través de brokers en EE.UU. – Miami ya que el costo de la logística se hace más bajo al poder llenar un container con más facilidad.

Hay también algunos frigoríficos que importan producto de nicho directamente desde el país de origen, como Frigoríficos Bahía que importa 5 containers/mes de mahi mahi (50% enteros / 50% filetes) directamente desde China. Obviamente, la presencia de contenedores mixtos de productos pesqueros es usual y recomendada. La industria de transformación en el país es aún incipiente, por lo cual prevalecen las empresas de empaçado.

En general el flujograma de comercio pesqueros en República Dominicana es muy sencillo

**Gráfico N°01: Flujo de Importación de Productos Pesqueros en República Dominicana**



Fuente: Entrevistas personales

### 4.3 Canales de Comercialización

#### - Canal Tradicional

No hay un mercado de pescado fresco municipal en la ciudad de Santo Domingo, ni hay venta informal en las calles de la ciudad, lo cual reconfirma que la producción local es muy limitada. Hay puntos de venta y pescaderías en los puertos y los puntos de desembarque. Los restaurantes compran pescado fresco en estos lugares, pero la venta está muy limitada.

#### - Canal Moderno

**Cuadro N°07: Evolución de las ventas retail de las principales cadenas de supermercados de R.D.**

Millones de US\$

Marca	Cadena	2012	2013	2014	2015	2016	Var. % 16' - 12'
Multicentro La Sirena	Grupo Ramos	515	520	570	616	678	32
Jumbo	Centro Cuesta Nacional	373	381	414	452	496	33
Hipermercado Plaza Lama	Grupo Lama	201	207	224	247	272	35
Almacenes Iberia	Almacenes Iberia	119	121	131	143	156	31
Supermercados Nacional	Centro Cuesta Nacional	105	112	126	135	147	39
Hipermercado Ole	Hipermercado Olé	70	85	89	99	109	57
La Cadena	Mercatodo	63	70	84	92	105	65
Supermercado Bravo	BEMOSA	59	62	71	77	84	42
Super INESPRES	INESPRES	46	50	56	59	62	35



Supermercados Pola	Grupo Ramos	36	38	50	62	59	66
Super Lama	Grupo Lama	22	24	26	38	46	112
Aprezio	Grupo Ramos	8	10	15	22	27	227
Carrefour	Carrefour SA	16	17	16	17	19	18
Jumbo Express	Centro Cuesta Nacional	4	5	5	4	4	5
Almacenes Unidos	Almacenes Unidos	-	-	2	2	2	-
Otros		4 251	4 510	4 762	5 047	5 320	25
<b>Total</b>		<b>5 889</b>	<b>6 211</b>	<b>6 641</b>	<b>7 113</b>	<b>7 584</b>	<b>29</b>

Fuente: Euromonitor International

Hay unos 138 supermercados en el país, pero los tres grupos principales controlan 81 de estos. Según un estudio de Euromonitor International, la ventas retail de las principales cadenas de supermercados en República Dominicana crecieron 7% en 2016, alcanzando 348 900 millones de pesos dominicanos (US\$ 7 600 millones) en valor. Con una fuerte tendencia a la apertura de nuevos puntos de venta, tanto en la capital como en las ciudades interiores, para ampliar su base de consumidores. Las proyecciones muestran un crecimiento constante de las ventas de esta clase de establecimientos hasta alcanzar los 434,5 millones de pesos (US\$ 10 000 millones) en 2021. Sin embargo, las pequeñas cadenas minoristas regionales siguen operando en el país debido a que la mayoría de las pequeñas ciudades no está cubierta por los grandes conglomerados de supermercados. No hay datos sobre la presencia de productos pesqueros en el portfolio de las grandes cadenas y de los pequeños supermercados. En las entrevistas, los responsables indicaron que quizás el volumen de ingresos por productos pesqueros es alrededor del 2% del volumen total de negocio.

Sin lugar a dudas el Grupo Ramos (42 supermercados) y el Centro Cuesta Nacional (26 supermercados) llevan la delantera en cuanto a cantidad de sucursales de hipermercados, supermercados y tiendas minoristas con distintas marcas enfocadas en las diferentes clases sociales. Las estadísticas de la Tesorería de Seguridad Social de República Dominicana indican que estados dos cadenas son de las mayores empleadoras privadas del país con 9 994 y 6 351 trabajadores, respectivamente.

A continuación una breve descripción de las principales cadenas del país.

#### **GRUPO RAMOS (42 puntos de venta)**

Dirige el grupo empresarial familiar creado por su padre Román Ramos Uría desde 1965, cuando adquirió la primera tienda La Sirena. En 1979 incursiona en la venta de alimentos y ha construido la más grande cadena de supermercados del país.



**LA SIRENA (24 puntos de venta)**

Cuenta con un total de 24 supermercados, que a la vez son tiendas por departamentos. Es la más grande red de su especie en el país. En el Gran Santo Domingo La Sirena tiene 13 tiendas, 4 en Santiago y el resto en ocho provincias: Puerto Plata, La Vega, Duarte, San Cristóbal, Monseñor Nouel, La Altagracia, Espaillat y Peravia.



**SUPER POLA Y APREZIO (7 puntos de venta)**

El primero cuenta con siete sucursales, cuatro en Santo Domingo y tres en el interior, mientras que para satisfacer la demanda de zonas urbanas más densas y de menos alcance económico, Super Pola cuenta con la cadena de supermercados económicos Aprezio, con 11 locales en distintos puntos de la provincia Santo Domingo.

**GRUPO CCN (26 puntos de venta)**

26 supermercados tiene a cargo las empresas del Centro Cuesta Nacional (CCN), un emporio que tuvo su origen en el pequeño Colmado Mercedes, fundado por su abuelo Manuel González Cuesta en 1935. Hoy CCN es una gran cadena de supermercados Nacional y Jumbo, así como otras tiendas relacionadas.



**SUPERMERCADOS NACIONAL (13 puntos de venta)**

Cuenta con 13 grandes locales, de los cuales dos están en Santiago, uno en La Romana y uno en Punta Cana, La Altagracia. Nueve se ubican en puntos estratégicos de la capital. CCN también opera en sus supermercados la Librería Cuesta, Casa Cuesta y Ferretería Cuesta. También se destacan sus tiendas Juguetón.

**JUMBO**

### **JUMBO Y JUMBO EXPRESS**

Haciendo honor a su nombre, los supermercados Jumbo son cada vez más grandes en tamaño y número con siete locales, cuatro en la capital, y el resto en La Romana, Santiago y San Pedro de Macorís. Con un concepto de negocios más accesible, también están los Jumbo Express, con seis locales en zonas más pobladas.

  
**Olé**  
EL ROMPEPRECIOS!

### **OLÉ (13 puntos de venta)**

Esta cadena de hiper y supermercados es iniciativa de José Manuel Rodríguez Lomba. Se destaca por sus constantes ofertas, además de que, entre sus altas y bajas, ha sabido establecerse en zonas que no han sido exploradas por negocios similares, lo cual le permite conquistar mercados. Actualmente Olé tiene cinco supermercados y ocho hipermercados, distribuidos en el Gran Santo Domingo, y abarcando la zona de Bocha Chica, así como el dinámico poblado de Haina, provincia San Cristóbal. Su origen se relaciona con la tienda El Encanto, que inicialmente era de calzados.



### **SUPER BRAVO (6 puntos de venta)**

Esta cadena de supermercados cada vez más amplía su presencia en la ciudad y se ha extendido con una sucursal en Santiago. Su propietario, Rafael Monestina Corripio, es reconocido como innovador con nuevos productos de fabricación nacional, así como con ofertas de buenos precios y ampliación de horario corrido hasta las 12:00 de la media noche, lo cual le ha ganado un aumento de sus ventas. Por asuntos religiosos, en los supermercados Bravo no se expende bebidas alcohólicas, salvo vinos. Es uno de los supermercados más populares.



### **PLAZA LAMA (7 puntos de venta)**

Esta tienda por departamentos tiene dos conceptos de negocios en materia de supermercados. Plaza Lama tiene siete locales, de los cuales uno se ubica en Santiago y otro en La Romana. También están los Súper Lama, que se enfocan más en el concepto de supermercado que en el de tiendas y están ubicados en puntos estratégicos de la capital con dos locales, así como uno en Bávaro, La Altagracia, y otro en La Vega. Fundada por Mario Lama Handal, lo que hoy es Plaza Lama inició hace décadas como una tienda de calzados que poco a poco fue creciendo hasta ser lo se conoce actualmente.



## LA CADENA (10 puntos de venta)

En marzo del año 1999 nació este concepto de supermercados dirigido por personas de amplia experiencia en la comercialización y de productos de alimentación, hogar y artículos en general. Este concepto de supermercados se ha expandido en el Distrito Nacional y la zona Este de Santo Domingo, concentrando su estrategia en bienes de consumo básico. La Cadena es presidida por el empresario Juan Ramos como parte del Grupo Mercatodo, y como las demás cadenas de supermercados ofrece tarjetas de cliente fiel para descuentos y otras facilidades.

### 4.4 Precios

Los precios en general son bastante altos, especialmente los enlatados de origen español. Sin embargo, el bacalao se vende a precios accesibles, seguramente menos caros que en el mercado europeo pero elevado para el poder adquisitivo dominicano. Por otro lado, el arenque ahumado, que es un producto particular que prácticamente se vende únicamente en el mercado dominicano, tiene precios muy bajos. Asimismo, se pudo encontrar algunas presentaciones de pota en los supermercados del país



Durante la entrevista a Casa Bravo, se mostró la clase de productos que usualmente se realizaban en Perú: Sardinas en aceite vegetal ¼ club en marcas distintas

**Cuadro N°08: Precios referenciales en punto de venta**

Producto	Precio	Mercado
Filetes de merluza IQF, 20% glazing	3 US\$/kg	supermercado Bravo
Arenque entero, ahumado	3,50 US\$/kg	Supermercado Jumbo
Filetes de arenque, ahumados	11 US\$/kg	Supermercado La Sirena
Almejas con concha	7 US\$/kg	Supermercado La Sirena
Bacalao	4-5 US\$/kg	Supermercado Jumbo y Plaza Lama
Atún enlatado en aceite de oliva (125 g) producto español	5 US\$ lata	Supermercado Olé

		40 US\$/kg	
Atún enlatado en salsa de tomate (80 g) producto español		1,10 US\$ lata	Supermercado Olé
		13,75 US\$/kg	
Atún enlatado en aceite vegetal (80 g) producto español		1,30 US\$ lata	Supermercado Olé
		15,85 US\$/kg	
Sardina enlatada en escabeche (120 g) producto español		1,50 US\$ lata	Supermercado Jumbo
		12,35 US\$/kg	
Calamares enlatados en salsa americano (80 g)		1 US\$ lata	Supermercado Jumbo
		12,50 US\$/kg	
Mejillones enlatados en escabeche (80 g)		1,50 US\$ lata	Supermercado La Sirena
		19,00 US\$/kg	
Tentáculos de calamar (pota) congelado (block frozen)		4,00 US\$/kg	Supermercado Plaza Lama
Tentáculos de calamar (pota) declarado como pulpo		7,00 US\$/kg	Supermercado Olé
Pulpo de verdad (congelado IQF)		8,00 US\$/kg	Supermercado Olé
Tubos de calamar (no pota) congelados		7,85 US\$/kg	Supermercado Olé
"Filetes" de calamar (nuca de pota) congelados en granel		3,70 US\$/kg	Supermercado Jumbo

Fuente: Visitas a puntos de venta

## V. Análisis de la Demanda

### 5.1 Perfil del Consumidor

El Pescado se consume en RD todo el año, pero aumenta considerablemente para festividades como Semana Santa; en dicha época los importadores, supermercados y pescaderías hacen fuertes campañas publicitarias para incrementar la venta.

A partir del análisis desarrollado y de la prospección realizada in situ durante el mes de junio de 2017, en diferentes supermercados e hipermercados, podemos destacar que la ingesta de pescado en República Dominicana es relativamente bajo. Sin embargo, el consumo se concentra en productos como el bacalao, arenque ahumado (filetes y entero) y la sardina / anchoveta enlatada, así las secciones de pescadería que se encuentran en los supermercados e hipermercados son relativamente pequeñas y a veces las góndolas originalmente dedicadas

a la zona de pescaderías se han transformado en secciones para la venta de ahumados y bacalao. La calidad de los productos frescos es generalmente muy baja en los supermercados, pero en un caso (La Sirena) fue bastante buena ya que el experto de importación de productos congelados y frescos estaba presente en la estructura, a menudo para controlar la calidad y enseñar las bases de manejo de productos pesqueros a los empleados. En los otros supermercados que se visitaron, los productos congelados eran de baja calidad, con escarchas, indicando que muchas veces se apagan los freezers durante la noche.

En los apartados siguientes recogemos ejemplos de productos con varias fotografías que muestran las diferentes presentaciones y empaques de las variadas especies que se ofertan a los consumidores, en las secciones de congelado, fresco/refrigerado, y seco/salado.

### **SECCIÓN DE PESCADO CONGELADO**



**Pulpo Congelado**  
 Supermercado Jumbo  
 Precio: US\$ 4,23 / libra

Aunque puede variar, la sección de congelados representa en promedio entre el 40% y 50% del espacio destinado para productos pesqueros en los supermercados dominicanos. En este tipo de sección se puede encontrar gran oferta de pescado entero y HGT envasado al vacío, filetes, rodajas y porciones envasados al vacío y en bolsas IQF. Asimismo, tentáculos de calamar, que están entre las especies de mayor demanda por parte de la población del país, generalmente son realmente pota de Perú. Incluso a veces se venden los tentáculos de este producto como “pulpo”, que obviamente es contrario a las leyes de origen del producto.

### **SECCIÓN DE PESCADO FRESCO / REFRIGERADO**

En el caso del pescado fresco y refrigerado, podemos encontrar pescado entero, eviscerado y limpio, filetes, mientras que en lo relativo a presentaciones de venta se pueden encontrar tanto a granel como envasadas en atmósfera modificada, o simplemente en bandeja. Es importante mencionar que si bien se oferta como “fresco”, gran parte del pescado que se comercializa en esta sección es descongelado. En tanto, las especies más comunes son productos de la pesca local como langostas, langostinos, carites, meros, lambies y tilapia; asimismo, se puede

encontrar pota (botones & anillas) en seafood mix refrigeradas, tal como se muestra en la segunda foto inferior.



### SECCION DE PESCADO CURADO & CONSERVAS

Es muy común y habitual el consumo del pescado salado y deshidratado, el clásico bacalao de Noruega, que entra el país sin arancel, ya que es un producto de gran consumo, para la población de menores ingresos. El bacalao está presente en todos los supermercados, y se vende en bandejas de 600 g. Otro producto muy habitual, también con arancel cero es el arenque ahumado, de Canadá. Este producto se vende entero o en filetes.

En cuanto a productos pesqueros preparados y envasados, se pudo encontrar sardina / anchoveta, atún y caballa enlatada. También la sardina / anchoveta en conserva, como el bacalao y la arenque ahumada, es considerada un producto importante para la seguridad alimentaria del país por lo cual tiene arancel cero. Por otro lado, se puede afirmar que el 70% de la oferta corresponde a anchovetas preservadas en salsa de tomate, 20% en aceite de soja y 10% en agua & sal. Por último, la mayoría de productos son de origen tailandés, a excepción de las conservas sardina y de jurel provenientes de España y Chile, respectivamente.





## 5.2 Análisis de Tendencias

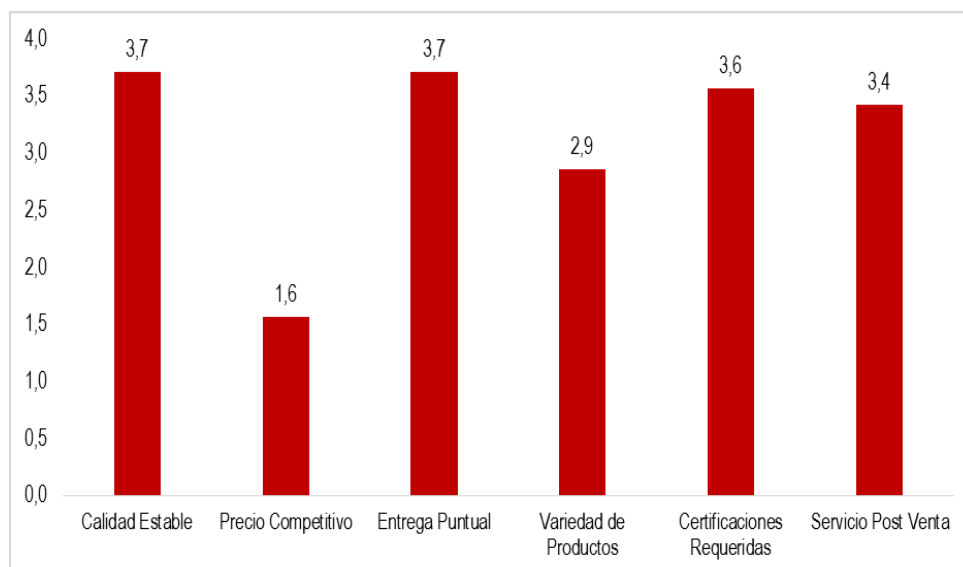
El consumo de pescado no es muy alto en el país. Es también difícil elaborar datos confiables, ya que el turismo consume importantes cantidades de pescado, así que con un mayor número de turistas el consumo de productos pesqueros crece de manera proporcional. República Dominicana recibe anualmente alrededor de 3 millones de turistas.

Posiblemente el consumo real de la población local es similar a los demás países de cultura española de la región, es decir muy bajo, alrededor de 5 kg por persona por año. El la tendencia enfocada en la salud en la cual el consumo de pescado es beneficioso para la salud aún no es muy difundida por lo cual el Gobierno viene invirtiendo en lo relativo a sensibilización de los consumidores. El único hecho positivo al nivel de seguridad alimentaria que se ha logrado en los últimos años es la importación con arancel cero para la sardina enlatada y el bacalao.

## 5.3 Percepción del Producto Peruano

En base a las entrevistas realizadas, los importadores especializados tienen al producto peruano en alta consideración. Prácticamente el comentario general es que el producto peruano es de excelente calidad, solo su precio es demasiado alto para este mercado. Los expertos de productos congelados comentaron que les gustaría tener más producto peruano en su portafolio, ya que – salvo excepciones – nunca han tenido problemas con la calidad, ni con los controles y trámites sanitarios, lo cuales son realizados en pocos días, ya que existe mucha confianza con el producto de Perú.

**Gráfico N°02: Percepción del Producto Peruano (1 – 5)**



Fuente: En base a entrevistas personales realizadas a los principales compradores de productos pesqueros en RD

También los expertos de productos enlatados expresaron buenas opiniones sobre el producto peruano, y expresaron que es una lástima que no puede competir en el mercado con el producto tailandés por el momento. Sin embargo, se observó en los supermercados, enlatados de origen español, que se venden a precios 3 o 4 veces más altos que los de origen tailandés. Obviamente el consumidor con disponibilidad económica compra el producto español convencido de su alta calidad. Esta imagen es el fruto de años de promoción del producto, que se ha quedado en el imaginario colectivo del consumidor dominicano, algo parecido se nota también en otros países latinoamericanos.

## **VI. Requisitos de Acceso al Mercado**

### **6.1 Medidas Arancelarias**

El cambio en el marco de las políticas comerciales en la República Dominicana durante los últimos veinte años ha sido dramático. Los pilares de esta transformación han sido dos reformas arancelarias que liberalizaron sustancialmente las importaciones de bienes, una legislación que otorga incentivos fiscales a las zonas francas de exportación, una ley de inversión extranjera que ofrece trato nacional a los inversionistas extranjeros y varias reformas fiscales que han hecho mucho más transparente el sistema tributario, además de leyes y reglamentos específicos que liberalizaron e hicieron más transparente el comercio exterior. Paralelamente, la República Dominicana ha ido desarrollando una activa agenda de negociaciones comerciales multilaterales y regionales, la cual se ha traducido en compromisos generales y específicos de liberalización comercial.

A lo largo de los últimos años, la República Dominicana se ha embarcado en un proceso de liberalización comercial. Este proceso, cuyas bases han sido la reforma arancelaria implementada a partir de 1990, y la nueva reforma arancelaria del año 2001, se ha caracterizado por la eliminación de la mayor parte de las restricciones no arancelarias a las importaciones, la simplificación de los procedimientos de importación, la adopción de normativas más transparentes y la reducción de los niveles y la dispersión arancelaria.

En virtud de la Ley No. 146-00 sobre Reforma Arancelaria el país inició la utilización del llamado Sistema GATT de valoración aduanera. La nueva estructura consta de 5 tasas arancelarias 0%, 3%, 8%, 14%, 20%. Estas tasas se aplican sobre un universo de 6,695 subpartidas arancelarias del llamado Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Por otro lado, la Ley No. 14-93, contentiva del Código Arancelario Dominicano, estipula que el pago de los impuestos arancelarios se liquidará sobre la base imponible del valor CIF (costo, seguro y flete), calculado en pesos oro.

Aunque la mayoría de los bienes importados están solamente sujetos al pago del arancel vigente, un conjunto de bienes de origen agrícola está sujeto a contingentes arancelarios, en virtud de la llamada Rectificación Técnica ante la Organización Mundial del Comercio ([www.wto.org](http://www.wto.org)) a través de la cual el país introdujo algunas restricciones adicionales al comercio de ajo, arroz, azúcar, carne de pollo, cebolla, habichuelas, leche en polvo y maíz. Dentro de la cuota, los aranceles son de 20% y 25%. Los aranceles fuera de la cuota oscilan entre 40% y 117%.

A excepción de los productos sujetos a contingentes arancelarios, la República Dominicana no requiere licencias o permisos de importación. Sin embargo, la importación de los siguientes productos está sujeta a procedimientos de tipo administrativo:

- Sustancias para la protección de plantas y productos veterinarios.
- Semillas y bulbos, frutos, especias, plantas vivas, abonos y plaguicidas, productos cárnicos, pescado y crustáceos, animales vivos, productos lácteos.
- Armas y municiones.
- Ganado y carne fresca.
- Algunos medicamentos y productos químicos.

• **Azúcar.**

En adición a los aranceles, el importador debe pagar el Impuesto Selectivo al Consumo y el Impuesto a la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS).

Las importaciones de productos pesqueros en República Dominicana están sometidas a diferentes aranceles, de acuerdo a la partida arancelaria correspondiente, pero en todo caso están sujetas a la actual tarifa que se sitúa entre 0% y 20%, dependiendo del país de origen, si es producto crudo, procesado, envasado. Prácticamente todos los productos priorizados tienen un arancel del 20%, con la excepción de la sardina (anchoveta) enlatada, que por razones de seguridad alimentaria y nutricional tiene una tarifa favorable del cero porcientos.

Para los productos peruanos que han centrado el análisis y prospección de oportunidades comerciales en RD, en el marco de este estudio especializado, recogemos a continuación las diferentes partidas arancelarias aplicadas y sus tarifas, de acuerdo a la información que ofrece la página web de la OMC.

El TLC (Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos de América, en castellano), es un tratado que busca la creación de una zona de libre comercio entre los países firmantes. Hace permanente los beneficios para el 80% de productos centroamericanos que brinda la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC), abarcando un volumen comercial de treinta mil millones de dólares. Este tratado incluye los productos pesqueros, así que los productos pesqueros de EE.UU. puedan entrar el país sin ningún arancel. Las empresas entrevistadas declaran que es práctica común cambiar rotulo en EE.UU. de los productos importados desde China y Vietnam, y que estos productos entran en RD como producto norteamericano sin pagar aranceles.

**Cuadro N°09: Aranceles de República Dominicana para Productos Seleccionados**

Subpartida Nacional	Descripción	Arancel % para Perú
03031400	Trucha entera congelada	20%
03038900	Mahi mahi congelado	20%
03049900	Anchoveta congelada	20%
03048200	Trucha filete congelada	20%
03061720	Langostino vannamei congelado	20%
03074900	Pota cruda congelada	20%
16041300	Sardina (anchoveta) en conserva	0%
16055400	Pota precocida	20%

Fuente: Aduanas de República Dominicana

## **6.2 Regulaciones**

El Decreto No. 528-01 que aprueba el Reglamento General para Control de Riegos en Alimentos y Bebida en la República Dominicana es la base de las regulaciones del consumo pesquero. Los objetivos del reglamento son los siguientes:

- a) Establecer y hacer cumplir las disposiciones sanitarias en el proceso de producción y comercialización de alimentos y bebidas para consumo humano.
- b) Controlar los riesgos para la salud generados por el inadecuado uso de aditivos contaminantes o toxinas, así como por la presencia de organismos causantes de enfermedades.
- c) Definir el procedimiento para la solicitud, expedición y renovación Certificado de Registro Sanitario, estableciendo, además, las condiciones pueden originar su cancelación.
- d) Contribuir a propiciar el proceso de armonización normativa para la aplicación del Acuerdo sobre Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (AMSF) de la Organización Mundial del Comercio (OMS), el CODEX ALIMENTARIUS y los convenios sobre inocuidad de alimentos.

El CAPITULO XVIII describe el consumo de pescado y moluscos frescos y congelados, en el CAPITULO XIX lo de los pescados ahumados.

## **6.3 Otras Regulaciones**

El Decreto No. 528-01 que aprueba el Reglamento General para Control de Riegos en Alimentos y Bebida en la República Dominicana es la base de las regulaciones del consumo pesquero. En el describe el etiquetado o rotulación. Es obligatorio colocar etiqueta en el envase de todo alimento preenvasado, en la cual deberá aparecer la siguiente información, según sea aplicable al alimento, excepto cuando expresamente se indique otra cosa en la Norma Técnica Dominicana, NORDOM 53, entre otras:

- Nombre del alimento, el cual deberá indicar la verdadera naturaleza del alimento, y normalmente deberá ser específico y no genérico.
- Fecha de fabricación, la cual indica cuando el alimento se transforma en el producto final.
- Fecha límite de utilización (fecha límite de consumo recomendable). Fecha en la

que termina el periodo de garantía después de estar el producto almacenado o colocado en las góndolas o tramos de expendios en las condiciones indicadas. Después de esta fecha no se considerara comercializarse el alimento.

- La lista de ingredientes deberá ir encabezada o precedida por un título apropiado (ingredientes). Deberán enumerarse todos los ingredientes por orden decreciente de peso inicial (m/m) en el momento de la fabricación del alimento.

Los datos que deben aparecer en la etiqueta, en virtud de la NORDOM 53 o cualquier otra norma oficial, deberán indicarse con caracteres claros, visibles, indelebles y fáciles de leer por el consumidor en circunstancias normales de compra y uso.

- Etiquetado cuantitativo de los ingredientes. Cuando el etiquetado de un alimento destaque la presencia de uno o más ingredientes valiosos, o la descripción del alimento produzca el mismo efecto, se deberá declarar el porcentaje final del ingrediente (m/m) una vez fabricado.
- Cuando en la etiqueta de un alimento se destaque el bajo contenido de uno o más ingredientes, deberá declararse el porcentaje del ingrediente (m/m) en el producto final.
- En la etiqueta, junto al nombre del alimento o muy cerca del mismo, aparecerán las palabras o frases adicionales necesarias para evitar que se induzca a error o engaño al consumidor con respecto a la naturaleza y condición física auténtica del alimento, que incluyen pero no se limitan al tipo de medio de cobertura, la forma de presentación o su condición o el tipo de tratamiento al que se ha sometido; por ejemplo, deshidratación, concentración, reconstitución, ahumado, entre otros.
- Los productos orgánicos incluyendo los productos pesqueros están bajo el Reglamento de Agricultura Orgánica que incluye también la acuicultura y los productos hidrológicos en general. <sup>3</sup>

#### **6.4 Certificaciones**

CODOPESCA es responsable de varias certificaciones de importaciones y exportaciones de productos pesqueros:

<sup>3</sup> <http://www.fondomarena.gob.do/images/docs/mediateca/reglamentos/reglamento-820-03-sobre-agricultura-orga-nica.pdf>

Requisitos para Certificado de No Objeción para Importación de Productos Pesqueros

Carta de solicitud al Consejo Dominicano de Pesca y Acuicultura (CODOPESCA) indicando:

- Número de la Licencia de Comercialización.
- Tipo, cantidad neta en kilogramos y costo FOB según la factura final del o los productos.
- El país de donde viene el producto.
- Aeropuerto o muelle por donde entrará.
- Número de Contenedor y Seal.

Factura comercial (NO PROFORMA)

Certificado de Origen de autoridad competente.

Certificado de Sanitario de autoridad competente.

Bill of Loading. (BL)

Copia de la licencia de comercialización vigente.

En caso de que la importación contenga langostino se solicita además el certificado de no EMS. Debe tomar en cuenta que hay prohibición de importación de langostino de los siguientes países: China, Vietnam, Bangladesh, México, Tailandia y Malasia, según la Resolución 52-2013<sup>4</sup>.

Requisitos para Certificado de No Objeción para exportación de Productos Pesqueros

Carta de solicitud al Consejo Dominicano de Pesca y Acuicultura (CODOPESCA) indicando:

- Número de la Licencia de Comercialización
- Tipo y cantidad de producto
- Destino hacia donde irá el producto.
- Aeropuerto o muelle por donde saldrá.
- Número de Contenedor.

Factura comercial del producto a exportar

Copia del Formulario Único de Exportación

Copia de la licencia de comercialización vigente

<sup>4</sup> <http://www.otcasea.gob.do/wp-content/uploads/2008/08/resolucion-52-2013.pdf>

## VII. Actividades de Promoción

### 7.1 Ferias

No hay ferias específicas de productos pesqueros en República Dominicana o el Caribe. Sin embargo, los importadores dominicanos más importantes indicaron que generalmente van a la feria de Seafood Expo North America de Boston a realizarse en marzo de 2018. Asimismo, los compradores de mayor tamaño también visitan regularmente la Seafood Expo de Bruselas en búsqueda de nuevas tendencias y potenciales proveedores.

### 7.2 Exhibiciones

Aunque no existen exhibiciones periódicas relacionadas a productos pesqueros se recomienda la promoción de productos pesqueros peruanos en puntos de venta como supermercados ("*Semana del Productos Peruanos*") la cual podría ser una buena oportunidad para promover no solamente productos pesqueros, sino la vasta oferta alimentaria del país.

### 7.3 Publicaciones especializadas

No hay publicaciones especializadas en productos pesqueros.

## VIII. Contactos de Interés

### 8.1 Institucionales

***CODOPESCA - Consejo Dominicano de Pesca y Acuicultura***

Autopista Duarte, km. 6 1|2, Edif. Agricultura.

Jardines del Norte

Santo Domingo

República Dominicana

Tel 809-547-3888

Fax 809-547-3284

<http://www.codopesca.gob.do>

***Dirección General de Aduanas***

Av. Abraham Lincoln, #1101, Ens. Serrallés, D. N.,

Santo Domingo

República Dominicana

Tel: 809-547-7070

Fax: 809-540-5854

<http://www.aduanas.gob.do>

***Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social (MISPAS)***

Av. Dr. Héctor Homero Hernández, Esq. Av. Tiradentes, Ens. La Fe

Santo Domingo

República Dominicana

Tel: 809-541-3121

<http://www.msp.gob.do>



## 8.2 Comerciales

### **Grupo Ramos**

Dirección Av. Winston Churchill esq. Ángel Severo Cabral Edif. La Sirena Churchill, piso 6  
Nombre y cargo de la persona de contacto Raul E. Marrero Castro - Category Manager Pescados y Mariscos Eric Rosario – Category Jr. Frescos  
Teléfono Of +1 (809) 472 4444 Ext. 14154 - Marrero Of +1 (809) 472 4444 Ext. 14153 - Rosario  
E-mail [r.marrero@gruporamos.com](mailto:r.marrero@gruporamos.com) [e.rosario@gruporamos.com](mailto:e.rosario@gruporamos.com)  
Página Web <http://gruporamos.com/>

### **BRAVO S.A.**

Dirección Ave. Winston Churchill # 1452 - Piso 4 Santo Domingo, R.D.  
Nombre y cargo de la persona de contacto Valeriano Rafael Monestina, dueño Melvin Alejandro Andujar - Gerente de compras  
Teléfono Of +1 (809) 530 1010 Ext 8143  
E-mail [m.andujar@bravo.com.do](mailto:m.andujar@bravo.com.do)  
Página Web <http://superbravo.com.do>

### **Frigoríficos Bahía S.A.**

Dirección Avenida Los Beisbolistas No 122, Manoguayabo, Santo Domingo  
Nombre y cargo de la persona de contacto Miguel Paulino - Gerente de ventas  
Teléfono Of +1 (809) 379 2250  
E-mail [miguel@fbahia.com](mailto:miguel@fbahia.com)  
Página Web <http://www.fbahia.com>

### **Grupo Alonzo – Congelados del Caribe S.R.L.**

Dirección Av.Monumental#24,La Yuca Santo Domingo,Rep.Dom.  
Nombre y cargo de la persona de contacto Romagle Bastidas Encargada de compras internacionales Rosanna Gonzalez, Asistente  
Teléfono Of +1 (809) 620 8585  
E-mail [romaglebastidas@gmail.com](mailto:romaglebastidas@gmail.com)  
Página Web <http://grupoalonzo.com.do>

### **Casa Paco**

Dirección Torre Empresarial Reyna II, Local 301 - Ave. Pedro Henriquez Ureña No. 138 Santo Domingo  
Nombre y cargo de la persona de contacto Tomás Pascual Martínez - Gerente de compras internacionales  
Teléfono Of +1 (809) 379 2250 +1 (809)748-0666 - Ext. 247 Administración  
E-mail [tpmartinez@paco.fish](mailto:tpmartinez@paco.fish) – Pascual Martínez [spresidencia@casapaco.com.do](mailto:spresidencia@casapaco.com.do) –  
Página Web <https://www.casapaco.com.do>

### **Centro Cuesta Nacional**

Dirección Av. Luperon esq. Gustavo Mejía Ricart, Edificio Centro Cuesta Nacional  
Nombre y cargo de la persona de contacto Carolina Amiama - Gerente de compras de carne y mariscos Natividad Baldera - Secretaria  
Teléfono Of +1 (809)-537-5017 Ext 2019  
E-mail [camiaamae@ccn.net.do](mailto:camiaamae@ccn.net.do) [nbaldera@ccn.net.do](mailto:nbaldera@ccn.net.do)  
Página Web <http://www.centrocuestanacional.com>

### **Pesquera José Gómez**

Carretera Sánchez Km 9, Calle San Gabriel #23 Santo Domingo  
Nombre y cargo de la persona de contacto Franklin Gómez - Encargado de compras  
Teléfono Of +1 (809) 532 4032  
E-mail [empresapesquera@gmail.com](mailto:empresapesquera@gmail.com)  
Página Web <http://www.empresapesquerasrl.com>

### **La Sirena**

Dirección Av. Winston Churchill esq. Ángel Severo Cabral  
Nombre y cargo de la persona de contacto Loraina Pena

Teléfono Of +1 (809) 472 4444  
E-mail [l.pena@sirena.com](mailto:l.pena@sirena.com)  
Página Web <http://tiendalasirena.com>

## IX. Conclusiones & Recomendaciones

En el papel República Dominicana parece ser un país interesante para los exportadores de productos pesqueros, ya que importa una cantidad considerable (56 000 toneladas de producto en el año 2016 o 100 000 toneladas de productos en peso vivo). Las importaciones se concentran en tres productos: bacalao (monopolio noruego), arenque ahumado (monopolio canadiense) y sardina enlatada (monopolio tailandés). Estos productos representan casi la mitad de las importaciones de RD. Hay que agregar unas 3 000 toneladas de filetes de pangasius congelados y una cantidad similar (muchas re-exportación de EE.UU.) de filetes de tilapia de China.

Sin embargo, el producto peruano tiene algunas posibilidades de entrar en el mercado de RD, especialmente mirando los productos de mayor consumo. Empezando por el bacalao: Perú no tiene un pescado de alta consistencia como la merluza del Atlántico del Norte, para producir un bacalao de calidad como el noruego, pero hay que resaltar que China actualmente entro en el mercado con un producto de filetes tipo bacalao (producido partiendo del abadejo), ya listo para el consumo. La recomendación es investigar si tecnológicamente se puede producir un producto similar utilizando la merluza de Perú u otra especie como materia prima. (Obviamente hay que hacer un análisis de costos, para averiguar si el producto final peruano puede competir en el mercado con el producto chino). El arancel del bacalao es cero para todos los países, que puede ser positivo para una exportación directa desde Perú.

La sardina enlatada de Tailandia se puede vender a precios muy bajos (subvención del país a la conserva). Así que con subvenciones para el productor peruano se podría esperar entrar en este segmento de mercado. El arancel de la sardina enlatada es cero para todos los países de origen.

Quizás el arenque ahumado se podría sustituir con anchoveta grande, también ahumada de origen peruano. Es una línea de investigación tecnológica muy interesante, dado que mientras el arenque entero ahumado seguramente se presenta distinto de la anchoveta grande ahumada, los filetes pueden ser muy similares. Hay que hacer una investigación detallada para desarrollar un producto (filetes de anchoveta ahumada) similares a los que se consumen actualmente en República Dominicana, y analizar los costos de producción, para saber si se puede ser competitivo con el producto canadiense presente en el mercado.

El producto peruano que tiene mayores posibilidades en el mercado es la pota y sus tentáculos. Es un producto ya presente en el mercado, y aceptado por parte de los importadores. Obviamente en este momento hay una falta de producto en el mercado, ya que la producción peruana del 2016 ha sido baja por efecto del Niño. Todo el mundo a nivel de los importadores especializados está esperando el producto del 2017, ya que parece que hay buena pesca de pota en este momento.

Al contrario de Jamaica, la República Dominicana consume bajos niveles de langostinos; sin embargo, podrían existir posibilidades en el canal HORECA en donde existe interés en desarrollar este producto, aunque existe preferencias por la langosta local. De hecho, de acuerdo a cifras extraoficiales, se estima que las importaciones dominicanas de langostinos congelados podrían haber alcanzado los US\$ 12 millones en 2016, donde el vanammei es la variedad predominante. Las posibilidades de Perú como proveedor son importantes si se tiene en cuenta que el Gobierno Dominicano ha prohibido indefinidamente la importación de langostinos provenientes de Tailandia, China, Vietnam, Bangladesh, Malasia & México debido a los brotes de EMS quedando opción únicamente para proveedores centroamericanos y sudamericanos (Ecuador).

Hay que notar que los aranceles de la importación de productos pesqueros en RD no son muy altos. Algunos productos esenciales para la seguridad alimentaria no tienen aranceles (bacalao, arenque ahumado y lata de sardina), los demás tienen 20% de aranceles.

Se recomienda exportar un productos elaborados a base de pota (anillas, rabas, tentáculos e incluso empanizados) como se hacía en los años antes del Niño; desarrollar un producto tipo arenque ahumado basándose en la anchoveta y como tercera posibilidad se podría desarrollar un filete de merluza, salado y deshidratado, empaquetado listo para el consumo, es decir desalado y re-hidratado.

Un producto de nicho para el canal HORECA es el mahi mahi (filetes, porciones & enteros), que los importadores mencionaron como un producto importante de Perú, pero que ha visto limitada su importación en el último año debido a su alto precio de venta. Sin embargo, existe interés en volver a desarrollar negocios con esta especie debido a que son apreciados por los turistas principalmente.

En general las posibilidades de incrementar el negocio de exportación de productos pesqueros con República Dominicana son limitadas, aunque algunos productos pueden ser competitivos.

Lo más importante es hacer un estudio costo - beneficio muy detallado para los potenciales nuevos productos que este estudio ha identificado .

**X. Perfil de Compradores VER ANEXO III**

Perfil de comprador: Grupo Ramos

1. Datos de Contacto del Comprador

<b>Empresa</b>	
<b>Página Web</b>	<a href="http://gruporamos.com/">http://gruporamos.com/</a>
<b>Dirección</b>	Av. Winston Churchill esq. Ángel Severo Cabral Edif. La Sirena Churchill, piso 6
<b>Nombre y cargo de la persona de contacto</b>	Raúl E. Marrero Castro <i>Category Manager Pescados y Mariscos</i> Wellington Peña <i>Category Manager Conservas &amp; Picaderas</i> Eric Rosario <i>Category Jr. Frescos</i>
<b>Teléfono</b>	Of +1 (809) 472 4444 Ext. 14154 – Marrero Of + 1 (809) 472 4444 Ext. 14108 - Peña Of +1 (809) 472 4444 Ext. 14153 - Rosario
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:r.marrero@gruporamos.com">r.marrero@gruporamos.com</a> <a href="mailto:w.pena@gruporamos.com">w.pena@gruporamos.com</a> <a href="mailto:e.rosario@gruporamos.com">e.rosario@gruporamos.com</a>



1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Grupo Ramos opera desde el 1965 en la gran distribución, con tres formatos de negocio de venta al por menor: multicentros, bajo la marca La Sirena; supermercados, bajo la marca Super Pola; y tiendas de descuento, bajo la marca Aprezio. Tiene más de 10 000 empleados y 53 tiendas. Todos productos de pescados congelados y enlatados, muy poco pescado fresco. En general, los productos pesqueros representan alrededor del 2% de las facturaciones del conglomerado del Grupo Ramos.

1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS

El grueso de los productos pesqueros comercializados por el Grupo Ramos en sus distintos establecimientos corresponde a presentaciones congeladas y en conserva, con espacios reducidos destinados para frescos. En cuanto a conservas, destaca la amplia presencia de anchovetas ¼ club en

salsa de tomate y aceite vegetal, aunque también ofrece productos premium como mejillones en escabeche en la tiendas de la marca La Sirena; por otro lado, su portafolio de congelados es bastante más amplio destacando tentáculos de calamar (pota) y filetes de tilapia y pangasius. Al igual que el resto de minoristas cuenta con grandes volúmenes de arenque ahumado canadiense y bacalao noruego.

### 1.3. **IMPORTACIONES**

Prácticamente, a nivel de productos pesqueros, todo lo que se comercializa es de origen importado (60 contenedores/mes), aparte de una muy pequeña parte de oferta de frescos que provienen de la pesca nacional, siendo los productos que más problemas dan a los encargados. La mayoría de las conservas vendidas por las tiendas del Grupo Ramos cuentan con marca propia como Brunswick, Roland Fish y Paco Fish (Casa Paco). Las anchovetas en conserva y el bacalao cuentan con arancel de 0% y se encuentran exentos del pago de IVA. Esta es una subvención por parte del gobierno dominicano, por motivos de seguridad alimentaria y nutricional de la población, ya que son productos accesibles y bien aceptados en todos los estratos sociales.

Actualmente importan desde Perú tentáculos y filetes de pota que tienen muy buena acogida en la población, así como merluza HG. En total, la demanda de ambos productos al año fue de 48 toneladas (50% / 50%).

### 1.4. **EXPORTACIONES**

Siendo una empresa de gran distribución enfocada en el mercado dominicano, no exporta.

## 2. **Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra**

### **Criterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	3
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	4
D. Entrega puntual	4
E. Condiciones de venta	3

De manera similar que la mayoría de minoristas dominicanos, consideran que una buena relación calidad / precio es necesaria al momento de seleccionar un proveedor del extranjero. Sin embargo, una

calidad aceptable es suficiente, lo cual explica el éxito que en los últimos años han tenido las conservas tailandesas, por ejemplo. En ello radica también las preferencias del Grupo Ramos por la pota (tentáculos & filetes) congelada frente a otros cefalópodos como el calamar loligo o el pulpo, incluso.

### 3. *Percepción de la empresa respecto al Perú*

#### *Experiencia previa con productos peruanos*

<b>Productos Peruanos</b> (Producto / Marca)	<b>Uso</b> (materia prima / productos para reproceso / terminados)	<b>Frecuencia de Importación</b> (Veces por mes, año)
Tentáculos de pota congelados	Producto Terminado p/ venta	4 veces por mes
Merluza HG	Producto Terminado p/venta	Eventualmente
Anchoveta en aceite vegetal	Producto Terminado p/venta	Eventualmente

#### *Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)*

<b>Ítem</b>	<b>Puntaje</b>
A. Calidad estable	4
B. Precios competitivos	1
C. Entrega puntual	4
D. Variedad de productos	3
E. Certificaciones requeridas	3
F. Servicio post-venta	3

La empresa tiene en alta consideración la calidad de los productos peruanos frente a los competidores asiáticos; sin embargo, el factor precio, particularmente en lo relativo a anchovetas en conserva, hacen que sea poco competitivo en este mercado. Sin embargo, productos como los derivados de la pota son los que mejor se acomodan a sus necesidades debido a que son más económicos en relación al calamar loligo, por ejemplo, y de óptima buena calidad.

### 4. *Conclusiones*

La empresa prefiere comprar productos pesquero provenientes de Perú, a través de brokers, ya que las condiciones de pago y el manejo de los permisos sanitarios son más fáciles. Sin embargo, está dispuesta a reunirse con las empresas peruanas para retomar relaciones comerciales. Comentaron que en estos momentos la oferta de pota peruana es limitada y los precios elevados, por lo cual se han visto forzados a buscar otras alternativas, pero esto sería coyuntural, ya que la calidad del producto es excelente. La empresa está interesada en contactarse con empresas peruanas, en su sede o en Perú directamente. El mayor problema son los precios altos del producto peruano en estos momentos.

 <p>COMISION DE PROMOCION DEL PERU PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	<b>FORMATO DE ESTUDIO ESPECIALIZADO</b>	<p>CÓDIGO FO-INF-011 VERSIÓN 01 PÁG. 40 DE 71</p>
---	---	---

La empresa reporta que CODOPESCA, la autoridad nacional dominicana, entrega un permiso de importación en unos 2-3 días, que no es considerado un tiempo demasiado largo.

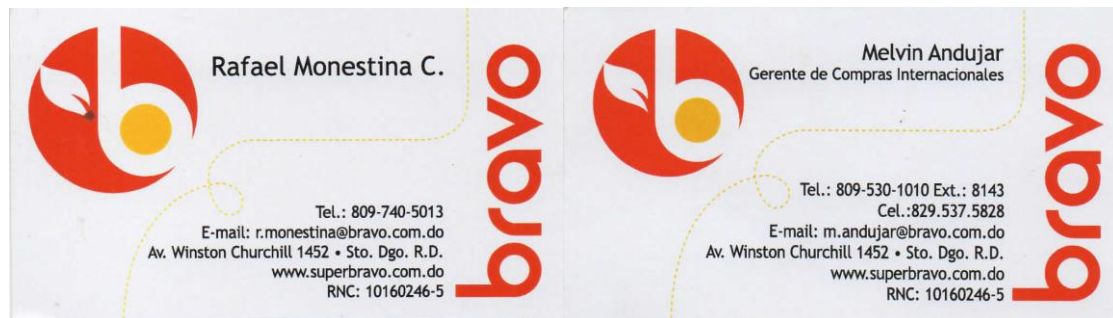
Asimismo, importa 60 containers de productos pesqueros de todo el mundo al mes. El Grupo Ramos está importando langostino congelado, y con la prohibición de importar este producto desde Tailandia, China y Vietnam, han empezado a importar de Ecuador, pero la calidad no resulta buena. Así en este momento, importan langostinos de Costa Rica, (arancel cero por causa del TLC), pero la oferta de Perú podría ser interesante en este momento de crisis EMS.



Perfil de comprador: BRAVO S.A.

1. Datos de Contacto del Comprador

Empresa	
Página Web	<a href="http://superbravo.com.do">http://superbravo.com.do</a>
Dirección	Ave. Winston Churchill # 1452 - Piso 4 Santo Domingo, R.D.
Nombre y cargo de la persona de contacto	Valeriano Rafael Monestina Owner Melvin Alejandro Andújar Gerente de compras internacionales
Teléfono	Of +1 (809) 740 5013 Ext 8143 – Monestina Of +1 (809) 530 1010 Ext 8143 – Andújar
E-mail	<a href="mailto:rmonestina@bravo.com.do">rmonestina@bravo.com.do</a> <a href="mailto:m.andujar@bravo.com.do">m.andujar@bravo.com.do</a>



1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Empresa familiar, activa en la gran distribución desde el año 1979. En la actualidad cuenta con 10 supermercados y un hipermercado. Esta cadena de supermercados cada vez más amplía su presencia en la ciudad y se ha extendido con una sucursal en Santiago. Su propietario, Rafael Monestina Corripio, es reconocido como innovador con nuevos productos de fabricación nacional, así como con ofertas de buenos precios y ampliación de horario corrido hasta las 12:00 de la media noche, lo cual le ha ganado un aumento de sus ventas. Por asuntos religiosos, en los supermercados Bravo no se expende bebidas alcohólicas, salvo vinos. Es uno de los supermercados más populares.

1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS

Como ya se mencionó opera en todas las líneas del gran comercio minoristas centrandose su oferta en alimentos tanto de origen nacional como importado. En lo que respecta a productos pesqueros se puede observar oferta de bacalao y arenque ahumado, así como filetes de pescados congelados

provenientes del Sudeste Asiático, calamar (pota) de Perú y anchovetas en conserva adquiridas de Marruecos.

### 1.3. **IMPORTACIONES**

La empresa importa alrededor de 20 contenedores de productos pesqueros al mes. Casi todos los productos pesqueros ofertados en sus tiendas son importados, comenzando por el bacalao de Noruega, arenque ahumado de Canadá, filetes de tilapia congelados de China, filetes de pangasius congelados de Vietnam, tentáculos de pota congelados de Perú y sardinas enlatadas provenientes de Tailandia, aunque un pequeño lote de anchovetas en aceite vegetal también se adquiere del país sudamericano.

### 1.4. **EXPORTACIONES**

Siendo una empresa de grande distribución, no exporta.

## 2. **Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra**

### **Críterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	3
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	4
D. Entrega puntual	4
E. Condiciones de venta	3

De acuerdo a la entrevista realizada al Grupo Bravo S.A., el precio es un factor determinante al momento de realizar una compra al exterior; sin embargo, la calidad del producto también debe ser óptima debido a que se dirigen directamente al consumidor final.

## 3. **Percepción de la empresa respecto al Perú**

### **Experiencia previa con productos peruanos**

Productos Peruanos (Producto / Marca)	Uso (materia prima / productos para reproceso / terminados)	Frecuencia de Importación (Veces por mes, año)
Tentáculos de pota congelados	Producto Terminado p/venta	2 containers/mes (en años normales)

Anchoveta en aceite vegetal	Producto Terminado p/venta	40 toneladas (2016)
-----------------------------	----------------------------	---------------------



fuerte oferta de Tailandia.

La empresa adquiere tentáculos de pota congelados de Perú con una demanda de dos contenedores mensuales en tiempos normales (precios estables). Asimismo, anteriormente, compra sardinas en aceite vegetal bajo su marca propia "Bravo" aunque en menores volúmenes que años anteriores debido a la

**Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Calidad estable	5
B. Precios competitivos	1
C. Entrega puntual	3
D. Variedad de productos	3
E. Certificaciones requeridas	3
F. Servicio post-venta	3

**4. Conclusiones**

Bravo es una empresa de Gran Distribución más chica que el Grupo Ramos. Sin embargo puede ser una contraparte muy interesante, ya que el dialogo entre empresas puede ser más directo y personal.

Dos productos de Perú se importan en volúmenes menores: sardina enlatada y tentáculos de pota. A nivel de sardina, únicamente se importan pequeños lotes debido a que el precio de Perú es demasiado alto aunque la calidad es muy buena; sin embargo, no puede competir con Tailandia que tiene una subvención estatal a nivel de latas pequeñas (1/4 club). En el pasado, también la sardina de Ecuador estaba en el mercado, pero por la dolarización en Ecuador, este producto resulta demasiado caro. Al nivel de tentáculos de pota, se notó una falta de producto y un precio demasiado alto en el reciente pasado. Ahora que se ha retornando la pesca de pota en Perú, están muy interesados en comprar nuevamente, a un precio más bajo.

 <p>COMISION DE PROMOCION DEL PISO PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	<b>FORMATO DE ESTUDIO ESPECIALIZADO</b>	<p>CÓDIGO FO-INF-011</p> <p>VERSIÓN 01</p> <p>PÁG. 44 DE 71</p>
---	---	---

La empresa está interesada en encontrar a representantes de empresas peruanas. En meses normales la empresa importa 2 containers de papa de Perú, y cerca 20 containers de productos pesqueros de los demás países.

El dueño de Bravo comentó que el menú base de la población pobre es arroz con un enlatado de sardina en tomate. Otro producto de la canasta básica es el bacalao o el arenque ahumado, que se ponen con arroz y pimienta. Ahora China está entrando en el mercado del pescado curado con filetes de abadejo sin espinas, listo para el consumo, pero al consumidor dominicano también le gustan las espinas, por lo cual no le auguran éxito a este producto en el futuro que por el momento se vende bastante bien. Existe una importante demanda por parte de los restaurantes de tilapia viva, que Bravo S.A. importa un container al mes desde China.

**Perfil de comprador: Frigoríficos Bahía S.A.**

**1. Datos de Contacto del Comprador**

<b>Empresa</b>	<b>Frigoríficos Bahía S.A.</b>
<b>Página Web</b>	<a href="http://www.fbahia.com">http://www.fbahia.com</a>
<b>Dirección</b>	Avenida Los Beisbolistas No 122, Managuayabo, Santo Domingo
<b>Nombre y cargo de la persona de contacto</b>	Miguel Paulino Gerente de ventas
<b>Teléfono</b>	Of +1 (809) 379 2250
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:miguel@fbahia.com">miguel@fbahia.com</a>



**1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA**

Frigoríficos Bahía es una empresa importadora - congeladora que trabaja en el área de carnes, pescados, mariscos, vegetales y pre-cocidos congelados. Cuentan con cámaras de recepción de mercadería, refrigeración y congelación, vehículos de transporte con sistema de frío a una temperatura de menos 18° Centígrados.

**1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS**

La empresa cuenta con una amplia gama de productos pesqueros en su portafolio, los cuales se comercializan en presentaciones congeladas, destacan: filetes de salmón (incluso ahumado), bacalao, rape s/piel, rodaballo, lubina, trucha, dorado salmonete, pargo, lomos de bacalao, filetes de platija, sardinas, filetes de mero, boquerón en corte mariposa, sepia 20/40, merluza (tronquitos & filetes); así como langostino vanammei (41 – 50), langostino black tiger (en todas las tallas a pedido), king crab, tubos de calamar – pota (U10, puntillas, tentáculos & a la romana), pulpo, vieras, mix de mariscos, entre otros.

**1.3. IMPORTACIONES**

Aunque la empresa cuenta con un amplio portafolio de productos, los cuales muchas veces los importan a pedido, realizan compras sostenidas de filetes de tilapia de China, filetes de pangasius de Vietnam, merluza congelada de Argentina & Chile; además de algunos pocos productos locales, como la langosta. Debido a su modelo de negocio, es importante mencionar que el grueso del volumen importado de la empresa se realiza a través de brókeres en Estados Unidos donde consolidan la carga requerida.

#### 1.4. EXPORTACIONES

Se dedican exclusivamente a la exportación.

#### 2. Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra

**Criterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	3
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	3
D. Entrega puntual	4
E. Condiciones de venta	3

La empresa requiere una calidad óptima, debido a que el grueso de sus clientes pertenecen al canal HORECA, a una calidad óptima. Debido a que trabaja a pedido, la entrega puntual también es considerada un aspecto clave.

#### 3. Percepción de la empresa respecto al Perú

**Experiencia previa con productos peruanos**

Productos Peruanos (Producto / Marca)	Uso (materia prima / productos para reproceso / terminados)	Frecuencia de Importación (Veces por mes, año)
Mahi Mahi entero congelado	Materia prima	5 contenedores/mes

Hace tres años la empresa importaba Mahi Mahi entero congelado pero su precio elevado propició que no se continúe con este negocio.

**Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Calidad estable	4

B. Precios competitivos	1
C. Entrega puntual	3
D. Variedad de productos	3
E. Certificaciones requeridas	4
F. Servicio post-venta	3

#### **4. Conclusiones**

En el pasado la empresa importó mahi mahi de Perú, pero actualmente ya no lo hacen porque el precio es demasiado alto. Importan bastante mahi mahi congelado (entero y filetes) de China (unos 5 containers por mes con mitad mahi mahi entero y la otra mitad de filetes de mahi mahi). La empresa aconseja a los exportadores peruanos añadir glaseo al mahi mahi, utilizar un glaseo al 30% como hacen los chinos, para llegar a un precio competitivo. Además, el consumidor dominicano parece preferir un producto glaseado, le parece más limpio y protegido.

En el pasado la empresa importó también pota (tentáculos, vendido a veces como pulpo) pero en este momento de poca producción en Perú la empresa compra a la India pulpos pequeños que se venden a un precio aceptable. La empresa nunca ha comprado langostino de Perú, pero en este momento de crisis por la EMS en Asia, podría ser un buen periodo para promover este producto de Perú en el mercado. La empresa está disponible a encontrarse con empresas peruanas, tanto en República Dominicana como en Perú.

**Perfil de comprador: Grupo Alonzo – Congelados del Caribe S.R.L.**

**1. Datos de Contacto del Comprador**

<b>Empresa</b>	
<b>Página Web</b>	<a href="http://grupoalonzo.com.do">http://grupoalonzo.com.do</a>
<b>Dirección</b>	Av. Monumental #24, La Yuca Santo Domingo, Rep. Dom.
<b>Nombre y cargo de la persona de contacto</b>	Romagle Bastidas V. <i>Gerente de Compras internacionales</i> Rosanna Gonzalez <i>Asistente de Compras Internacionales</i>
<b>Teléfono</b>	Of +1 (809) 620 8585
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:romaglebastidas@gmail.com">romaglebastidas@gmail.com</a> <a href="mailto:asistcompras@grupoalonzo.com.do">asistcompras@grupoalonzo.com.do</a>



**1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA**

El Grupo Alonzo es una organización dedicada a la comercialización, producción y distribución de productos refrigerados, congelados de origen cárnico y vegetal. Es un grupo corporativo con más de 24 años en la rama de la Industria Cárnica, líder en el Mercado de Pescados y Mariscos de la República Dominicana. Es una organización de capital dominicano. Está constituido por varias empresas que se dedican, al engorde y faena de ganado bovino y porcino, importación de carnes, pescados y mariscos. Además poseen servicio de almacenajes, y fábrica de embutidos. Cuentan con una flota de camiones refrigerados para mantener la cadena de frío durante el transporte de los productos. La empresa comercializa principalmente al **sector hotelero**.

**1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS**



Específicamente Congelados del Caribe, la división del Grupo Alonzo para productos de pescadería, se encarga de comercializar una variedad limitada de productos congelados importados como pangasius vietnamita, langostinos de Argentina, tilapia de China & Panamá, filetes de mahi mahi y merluza de China, tentáculos de pota de Perú y caracol de pesca local.

### **1.3. IMPORTACIONES**

La demanda de importaciones pesqueras de Congelados del Caribe totaliza 60 contenedores / año. La mayoría de productos que comercializa, salvo el caracol, provienen de distintos proveedores en el exterior. En el caso de los filetes de merluza y mahi mahi importados desde China consideran que son de buena calidad y a precios económicos.

### **1.4. EXPORTACIONES**

Debido a su cercanía, Congelados del Caribe exporta volúmenes menores a Haití.

## **2. Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra**

**Criterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

<b>Ítem</b>	<b>Puntaje</b>
A. Capacidad de producción	3
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	4
D. Entrega puntual	4
E. Condiciones de venta	4

Al igual que la mayoría de importadores dominicanos, los niveles de precios son determinantes para la selección de un proveedor internacional, lo cual explica por qué gran parte de las compras de Congelados del Caribe se realizan a China. El único producto que adquiere de Perú, los tentáculos de pota congelados cumplen con esta característica también.

## **3. Percepción de la empresa respecto al Perú**

### **Experiencia previa con productos peruanos**

La empresa comentó que el mahi mahi de Perú es de muy buena calidad, pero demasiado caro, especialmente ahora que están llegando filetes desde China a un precio muy competitivo. Los tentáculos de calamar de Perú son de muy buena calidad, pero en el 2016 andaban escasos y los precios eran demasiado altos.

<b>Productos Peruanos</b> (Producto / Marca)	<b>Uso</b> (materia prima / productos para reproceso / terminados)	<b>Frecuencia de Importación</b> (Veces por mes, año)
Tentáculos congelados de pota	Materia Prima	No especifica

**Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

<b>Ítem</b>	<b>Puntaje</b>
A. Calidad estable	4
B. Precios competitivos	1
C. Entrega puntual	4
D. Variedad de productos	2
E. Certificaciones requeridas	4
F. Servicio post-venta	4

**4. Conclusiones**

La empresa está muy interesada en participar en los encuentros con las empresas peruanas, en República Dominicana y en Perú. En lo que va de 2017, no han realizado compras desde Perú ya que, de acuerdo a su percepción, la producción de pota no es buena y los precios son demasiado altos. Comentaron que generalmente los productos de Perú son de excelente calidad, pero muy costosos.

La empresa trabaja 25 000 lbs de caracol al mes, fuera obviamente de la época de veda. La empresa no está muy interesados en langostinos de Perú, ya que tratan mucho producto de Argentina por el momento y a un precio muy bajo. Sin embargo, los encargados de la empresa comentaron que aun así existe escasez de langostino en el mercado dominicano, ya que las importaciones desde China, Vietnam, Bangladesh, México, Tailandia y Malasia están prohibidas por motivos de enfermedad EMS.

### Perfil de comprador: Casa Paco

#### 1. Datos de Contacto del Comprador

<b>Empresa</b>	 <b>CASA PACO, S. A.</b>
<b>Página Web</b>	<a href="https://www.casapaco.com.do">https://www.casapaco.com.do</a>
<b>Dirección</b>	Torre Empresarial Reyna II, Local 301 - Ave. Pedro Henriquez Ureña No. 138 Santo Domingo
<b>Nombre y cargo de la persona de contacto</b>	Tomás Pascual Martínez <i>Vicepresidente / Gerente de compras internacionales</i>
<b>Teléfono</b>	Of +1 (809) 379 2250 +1 (809)748-0666 - Ext. 247 Administración
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:tpmartinez@paco.fish">tpmartinez@paco.fish</a> – Pascual Martínez <a href="mailto:spresidencia@casapaco.com.do">spresidencia@casapaco.com.do</a> - Administración



#### 1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Es una empresa familiar con más de 20 años de experiencia, la cual se inició bajo el formato de almacenistas – importadores y que actualmente se encarga también del desarrollo y producción de alimentos varios.

#### 1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS

Dentro de la cartera de productos que posee la empresa, todos de amplia distribución en el mercado dominicano, se encuentran: Leche ALASKA, Aceitunas, Alcaparras y Alcaparrados LA SEVILLANA, leche COAST, Insecticida Sprigone, Marinera, Sardinela, Atún y las reconocidas SARDINAS PACO FISH, y recientemente Sal Agosto. PACO FISH es una de las dos marcas líderes del mercado de conservas dominicano y apuntan principalmente a los segmentos más bajos del país. Las ventas anuales de la marca se estiman entre US\$ 3 – US\$ 4 millones.

Los productos de la empresa son muy importantes para la seguridad alimentaria del país, y la empresa está muy interesada en este aspecto de su trabajo. Algunos productos de sardina PACO FISH tienen el aval de Sociedad Dominicana de Cardiología y utilizan el logo de esta sociedad. La empresa hace publicidad en la TV para promover el consumo de productos pesqueros, por motivos de salud y de seguridad alimentaria.

### 1.3. **IMPORTACIONES**

La empresa importa la totalidad de sus conservas de anchoveta desde Ecuador (50%), Perú (30%), Tailandia y Chile (20%) en latas tall ½ libra y ¼ club que posteriormente son etiquetadas en República Dominicana por la empresa.

### 1.4. **EXPORTACIONES**

La empresa actualmente se centra en cubrir el mercado dominicano por lo cual no exporta.

## 2. **Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra**

### **Crterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	5
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	3
D. Entrega puntual	3
E. Condiciones de venta	4

Las principales variables destacadas por la empresa son los niveles de precio pero también la capacidad de producción debido a que es la empresa que mayores volúmenes de importación de sardinas en conserva registra en el mercado dominicano por lo cual busca asegurar su cadena de suministro.

## 3. **Percepción de la empresa respecto al Perú**

### **Experiencia previa con productos peruanos**

Productos Peruanos (Producto / Marca)	Uso (materia prima / productos para reproceso / terminados)	Frecuencia de Importación (Veces por mes, año)
Anchovetas en conserva	Terminado s/ etiqueta	Frecuente

**Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Calidad estable	3
B. Precios competitivos	1
C. Entrega puntual	4
D. Variedad de productos	2
E. Certificaciones requeridas	4
F. Servicio post-venta	3

**4. Conclusiones**

Actualmente, 50% de las compras de sardina enlatada provienen de Ecuador y solo 30% de Perú. La empresa lamenta la presencia de juveniles en los enlatados peruanos, a veces hay 20 sardinas en una lata. La empresa (y el consumidor dominicano) prefiere sardinas grandes, máximo 10 por lata. Además, está muy interesada en la conservación del medio ambiente y contraria a la explotación de juveniles.

Por otro lado, sus encargados se encuentran interesados en dialogar con empresas peruanas y en participar en reuniones con ellos, tanto en República Dominicana o en Perú directamente.

## Perfil de comprador: Centro Cuesta Nacional

### 1. Datos de Contacto del Comprador

<b>Empresa</b>	
<b>Página Web</b>	<a href="http://www.centrocuestanacional.com">http://www.centrocuestanacional.com</a>
<b>Dirección</b>	Av. Luperon esq. Gustavo Mejía Ricart, Edificio Centro Cuesta Nacional
<b>Nombre y cargo de la persona de contacto</b>	Carolina Amiama <i>Gerente de compras de carne y mariscos</i> Natividad Baldera <i>Secretaria</i>
<b>Teléfono</b>	Of +1 (809)-537-5017 Ext 2019
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:camiaae@ccn.net.do">camiaae@ccn.net.do</a> <a href="mailto:nbaldera@ccn.net.do">nbaldera@ccn.net.do</a>



#### 1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Centro Cuesta Nacional es una empresa que nació en 1935 con el “Colmado Mercedes”, fundado por Manuel González Cuesta. Tiene 29 tiendas, supermercados e hipermercados en el país. CCN pone especial énfasis en su cadena de supermercados, ya que tiene una posición de liderazgo a través de sus marcas Supermercados Nacional y Jumbo Express. Asimismo, en la actualidad la compañía busca mejorar continuamente en lo que respecta a la gama de sus productos, promoción y estrategias de precios.

Las tiendas de la compañía se concentran en Santo Domingo, Santiago, La Romana, La Vega, Punta Cana y San Pedro. La empresa ha optado por un enfoque más conservador en términos de cobertura geográfica en comparación con su principal competidor Grupo Ramos.

#### 1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS

Centro Cuesta es un líder histórico en términos de desarrollo de productos de marca privada en el país. La compañía gestiona una amplia cartera de productos que van desde alimentos y bebidas envasados hasta artículos para el cuidado del hogar, confecciones e higiene y mascotas. La compañía cuenta con distintas marcas, incluyendo “Club de Alimentos”, “Valu Time”, “Top Care”, “Paws Premium”, “Paws Professional”, “Academix”, “Líder”, “Full Circle” y “World Classics”

### 1.3. **IMPORTACIONES**

La empresa maneja un amplio rango de productos pesqueros importados; sin embargo, la Gerente de Compras de Carne y Mariscos entrevistada hace poco que asumió el cargo y no sabe sobre la procedencia de las mismas. Pero con seguridad afirma que de momento no se realizan compras directas desde Perú. En el pasado la empresa compraba de Perú tentáculos de pota congelados que posteriormente eran vendidos descongelados. Sin embargo, no descarta que esta situación continúe a través de brokers en Estados Unidos desde donde se adquiere carga consolidada para sus tiendas.

### 1.4. **EXPORTACIONES**

Siendo una empresa con gran distribución, no exporta.

## 2. **Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra**

**Criterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	4
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	4
D. Entrega puntual	3
E. Condiciones de venta	3

## 3. **Percepción de la empresa respecto al Perú**

Debido a que la Gerente de Carnes & Mariscos recién ha asumido el cargo desconoce acerca la experiencia previa con productos peruanos por lo cual no puede proveer información acerca de ello.

### **Experiencia previa con productos peruanos**

Productos Peruanos (Producto / Marca)	Uso (materia prima / productos para reproceso / terminados)	Frecuencia de Importación (Veces por mes, año)
No Aplica	No Aplica	No Aplica

**Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Calidad estable	No Aplica
B. Precios competitivos	No Aplica
C. Entrega puntual	No Aplica
D. Variedad de productos	No Aplica
E. Certificaciones requeridas	No Aplica
F. Servicio post-venta	No Aplica

**4. Conclusiones**

La encargada siendo nueva en esta función; sin embargo, no conoce mucho acerca de productos pesqueros y su comercio internacional. La empresa está interesada en conocer acerca de la oferta tentáculos & filetes de pota, así como de merluza, proveniente de Perú por lo cual se encuentra dispuesta a contactar con exportadores, pero considera que debe haber una buena selección de las empresas, que tienen que ser confiables. Ello debido a que la empresa tuvo una mala experiencia con empresas pesqueras de Argentina, siempre promocionadas por la respectiva organización de promoción de exportaciones de Argentina, que no estaban capaces de exportar el producto bajo los términos de CCN.



**Perfil de comprador: Empresa Pesquera José Gómez**

**1. Datos de Contacto del Comprador**

<b>Empresa</b>	 <b>Empresa Pesquera José A. Gómez S.R.L.</b>
<b>Página Web</b>	<a href="http://www.empresapesquerasrl.com">http://www.empresapesquerasrl.com</a>
<b>Dirección</b>	Carretera Sánchez Km 9, Calle San Gabriel #23 Santo Domingo
<b>Nombre y cargo de la persona de contacto</b>	Franklin Gómez Gerente de Ventas
<b>Teléfono</b>	Of +1 (809) 532 4032
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:empresapesquera@gmail.com">empresapesquera@gmail.com</a>



**1.5. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA**

Empresa familiar con más de 20 años de experiencia especializada en la exportación, procesamiento e importación de productos pesqueros congelados. Entre sus principales clientes se encuentran hoteles, restaurantes, supermercados y minoristas en todo el país. Asimismo, en los últimos años ha logrado posicionarse como un importante exportador de langosta del país.

**1.6. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS**

Actualmente el giro del negocio se centra en la producción, comercialización y exportación de dos productos locales: langosta & caracol. Por lo cual el negocio de la importación ha quedado congelado de momento.

**1.7. IMPORTACIONES**

Actualmente no importa debido a que prefiere enfocarse en la langosta y el caracol de producción local, hasta hace unos años compraba directamente tentáculos de pota desde Perú.

## 1.8. EXPORTACIONES

La empresa realiza exportaciones frecuentes de colas de langosta y caracoles congelados a los Estados Unidos, únicamente.

### 2. Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra

**Criterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	2
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	2
D. Entrega puntual	2
E. Condiciones de venta	2

### 3. Percepción de la empresa respecto al Perú

La empresa considera al producto peruano como de buena calidad. Nunca se tuvo problemas burocráticos, ni de calidad con los productos importados de Perú.

**Experiencia previa con productos peruanos**

Productos Peruanos (Producto / Marca)	Uso (materia prima / productos para reproceso / terminados)	Frecuencia de Importación (Veces por mes, año)
Tentáculos de pota congelados	Materia prima	Pocas veces y en el pasado

**Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Calidad estable	4
B. Precios competitivos	1
C. Entrega puntual	4
D. Variedad de productos	3
E. Certificaciones requeridas	3
F. Servicio post-venta	3

## 4. Conclusiones

 <p>COMISION DE PROMOCION DEL PERU PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	<p><b>FORMATO DE ESTUDIO ESPECIALIZADO</b></p>	<p>CÓDIGO FO-INF-011 VERSIÓN 01 PÁG. 59 DE 71</p>
---	--	---

La empresa ahora solo compra productos locales (langosta y caracol) y exporta a EE.UU. No tiene certificación para exportar a la Unión Europea (como todas las demás empresas, ya que República Dominicana no está en la lista 1 de la UE). La empresa vende el 30% al mercado local y el 70% para la exportación.

Sin embargo el Sr. Gómez está interesado en reunirse con empresarios peruanos en su empresa porque nunca se sabe cómo se van a desarrollar las actividades en el futuro y puede ser que la empresa retome la importación.

**Perfil de comprador: Impesquera S.A.**

**1. Datos de Contacto del Comprador**

<b>Empresa</b>	<b>Impesquera S.A.</b>
<b>Página Web</b>	-
<b>Dirección</b>	Calle del Este - Paseo del Parque. Mirador Norte Santo Domingo (domicilio particular)
<b>Nombre y cargo de la persona de contacto</b>	Susana Santos Owner - CEO
<b>Teléfono</b>	Móvil +1 (809) 856 9686. Tel: +1 809 328 0017
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:pesca.vanessa@gmail.com">pesca.vanessa@gmail.com</a>



**1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA**

Empresa familiar de importación y exportación de productos pesqueros.

**1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS**

Latas de atún, tentáculos de pota, langostinos congelados y demersales varios.

**1.3. IMPORTACIONES**

La empresa compra volúmenes de langostino congelado de Ecuador y Argentina. Así como tentáculos de pota y enlatados de anchoveta de Perú; aunque el grueso de este producto proviene de Tailandia.

**1.4. EXPORTACIONES**

En el pasado la empresa exportó caracol y langosta. Fueron de los más grandes exportadores de caracol. Actualmente se dedican al mercado interno, a abastecer grandes tiendas y a exportar poca cantidad a Jamaica y Haití.

**2. Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra**

**Criterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	2
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	2
D. Entrega puntual	5
E. Condiciones de venta	3

### 3. *Percepción de la empresa respecto al Perú*

Es una de las pocas empresas que realizó críticas al sistema pesquero peruano ya que considera que la situación medioambiental en Paita es difícil y puede impactar en la calidad del producto a mediano plazo.

### *Experiencia previa con productos peruanos*

Productos Peruanos (Producto / Marca)	Uso (materia prima / productos para reproceso / terminados)	Frecuencia de Importación (Veces por mes, año)
Tentáculos de pota congelados	Terminados	1 container / mes

### *Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)*

Ítem	Puntaje
A. Calidad estable	3
B. Precios competitivos	1
C. Entrega puntual	4
D. Variedad de productos	2
E. Certificaciones requeridas	4
F. Servicio post-venta	5

### 4. *Conclusiones*

La empresa existe desde hace más de 25 años, exportando en el pasado grandes cantidades de caracol a los demás países del Caribe, pero con la crisis del caracol después del listing con el CITES, la empresa tuvo que cerrar su planta de congelación y re-estructurarse.

Ahora es una empresa que importa y controla los productos pesqueros importados directamente, así se ha creado una red de confianza con las tiendas que venden sus productos. La dueña de la empresa

 <p>COMISION DE PROMOCION DEL PERU PARA LA EXPORTACION Y EL TURISMO</p> <p>Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo</p>	<b>FORMATO DE ESTUDIO ESPECIALIZADO</b>	<p>CÓDIGO FO-INF-011</p> <p>VERSIÓN 01</p> <p>PÁG. 62 DE 71</p>
---	---	---

está en permanente contacto con Perú y Ecuador. La dueña viajó a Global Seafood Expo de Bruselas en el 2017 para hacer negocios. Ella está en permanente búsqueda de oportunidades comerciales y nuevos proveedores. Está muy interesada en encontrarse con empresas peruanas cuando vienen a Republica Dominicana pero en forma individual. Además ella manifestó su interés en tener un listado de empresas confiables peruanas para visitarlas durante su próximo viaje a Perú. Para la empresa, lo más importante es el servicio post-venta, después la calidad, y en tercer lugar en importancia el precio. La empresa tiene un contrato de exclusividad con un grupo grande de supermercados del cual no quiso indicar su nombre. Puede ser un muy buen contacto, ya que conoce muy bien la situación en Perú, y está interesada en comprar productos de alta calidad.

Perfil de comprador: Sirena

1. Datos de Contacto del Comprador

Empresa	
Página Web	<a href="http://tiendalasirena.com">http://tiendalasirena.com</a>
Dirección	Av. Winston Churchill esq. Ángel Severo Cabral
Nombre y cargo de la persona de contacto	Loraina Pena
Teléfono	Of +1 (809) 472 4444
E-mail	<a href="mailto:l.pena@sirena.com">l.pena@sirena.com</a>



1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Hipermercados La Sirena es la cadena líder en lo que respecta al canal moderno dominicano. Su foco son los clientes de clase media sensibles al precio por lo cual aplica una estrategia de promociones & ofertas constantes con el objetivo de motivar la demanda. La cadena ofrece una amplia gama de productos alimentarios de calidad media a través de marcas privadas y propias de la cadena. Sus tiendas se encuentran ubicadas en centros urbanos de alto tráfico.

1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS

Son todos los principales productos de supermercados: Alimentos congelados & enlatados para el tema de productos pesqueros.

1.3. IMPORTACIONES

Prácticamente, a nivel de pescado, todos los productos que comercializa son importados, aparte de una muy pequeña parte de pescado fresco que proviene de la pesca nacional. La mayoría de los productos enlatados viene con sus propio marca, como Brunswick, Roland y Paco Fish. Se encuentra sardina en agua o en tomate de Perú, bajo el marco Paco Fish.



#### 1.4. EXPORTACIONES

Debido a que es una cadena de supermercados, la empresa no exporta.

### 2. Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra

**Criterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	3
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	4
D. Entrega puntual	4
E. Condiciones de venta	3

### 3. Percepción de la empresa respecto al Perú

**Experiencia previa con productos peruanos**



<b>Productos Peruanos</b> (Producto / Marca)	<b>Uso</b> (materia prima / productos para reproceso / terminados)	<b>Frecuencia de Importación</b> (Veces por mes, año)
Conserva de sardina en salsa de tomate	Producto Terminado	4 veces/mes

**Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

<b>Ítem</b>	<b>Puntaje</b>
A. Calidad estable	4
B. Precios competitivos	1
C. Entrega puntual	4
D. Variedad de productos	3
E. Certificaciones requeridas	3
F. Servicio post-venta	3

La empresa tiene una alta consideración en lo que respecta a productos pesqueros de origen peruano; de hecho, en la visita realizada al supermercado se pudo encontrar enlatados de sardinas en salsa de tomate producidas en Perú para la marca Paco Fish, la cual está dirigida a un público de clase media y media – baja.

**4. Conclusiones**

Buena calidad de los productos frescos de producción local. Importa latas de sardina de Tailandia & Perú a través de Casa Paco, la cual tiene un precio de venta al público de US\$ 1 la lata. La empresa comercializa muchos productos de origen español, los cuales tienen un precio Premium debido a un mejor posicionamiento de la marca “España” en esta categoría. Además, se observó la oferta de ensaladas mixtas de frutos del mar, que incluye anillas de calamar (pota), congelados, de China a US\$ 10/kg.

**Perfil de comprador: Jumbo**

**1. Datos de Contacto del Comprador**

<b>Empresa</b>	
<b>Página Web</b>	<a href="http://jumbo.com.do/tiendas/megacentro">http://jumbo.com.do/tiendas/megacentro</a>
<b>Dirección</b>	Agora centro comercial
<b>Nombre y cargo de la persona de contacto</b>	Laura Mena, Ulises Ramírez, Publio Herrera
<b>Teléfono</b>	Of +1 (809)-537-5017
<b>E-mail</b>	<a href="mailto:lmena@ccn.net.do">lmena@ccn.net.do</a> <a href="mailto:uramirez@ccn.net.do">uramirez@ccn.net.do</a> <a href="mailto:pherrera@ccn.net.do">pherrera@ccn.net.do</a>

**1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA**

Cadena de supermercados e hipermercados perteneciente al conglomerado Centro Cuesta Nacional (CCN), competencia directa de La Sirena debido a que también se enfoca en un público de ingreso medio.

**1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS**

Todos los productos característicos de supermercados dentro del grupo de congelados y enlatados para productos pesqueros, incluyendo productos de pesca nacional como pargo & caracoles, hasta langostinos, panga, calamar, pota, tilapia y bacalao importado.



**1.3. IMPORTACIONES**

Prácticamente, a nivel de pescado, todos los productos que se comercializan son importados, aparte una muy pequeña parte de pescado fresco, mero, pargo, que proviene de la pesca nacional. La mayoría de los productos enlatados cuentan con marca propia.

#### 1.4. **EXPORTACIONES**

Siendo una empresa de supermercados, no exporta.

#### 2. **Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra**

**Criterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	3
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	4
D. Entrega puntual	4
E. Condiciones de venta	4

#### 3. **Percepción de la empresa respecto al Perú**

Debido a que la Gerenta de Compras Internacionales de Centro Cuesta Nacional, grupo al cual pertenece Jumbo, se ha incorporado recientemente al cargo desconoce el origen de la mayoría de productos pesqueros.

**Experiencia previa con productos peruanos**

Productos Peruanos (Producto / Marca)	Uso (materia prima / productos para reproceso / terminados)	Frecuencia de Importación (Veces por mes, año)
N/A	N/A	N/A

**Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Calidad estable	N/A
B. Precios competitivos	N/A
C. Entrega puntual	N/A
D. Variedad de productos	N/A
E. Certificaciones requeridas	N/A
F. Servicio post-venta	N/A


#### 4. Conclusiones

La calidad de fresco es mala. Los demás productos congelados con empaque de la empresa también estaban rancios y de mala calidad. Los congelados con empaque de empresas locales son de mejor calidad, sin embargo se encuentra presencia de escarcha. Los tubos de calamar (pota) se venden a US\$ 8/kg.



Perfil de comprador: Olé

1. Datos de Contacto del Comprador

Empresa	
Página Web	<a href="http://ole.com.do">http://ole.com.do</a>
Dirección	Boca Chica
Nombre y cargo de la persona de contacto	Marcos Martin
Teléfono	Of +1 ( 879) 274 - 5262

1.1. CARACTERÍSTICAS DE LA EMPRESA

Empresa de supermercados de rápido crecimiento debido a su enfoque en segmentos medio y enfocado en la conveniencia.

1.2. PRODUCTOS COMERCIALIZADOS

Son todos los principales productos de supermercados, congelados, enlatados.

1.3. IMPORTACIONES

Prácticamente, a nivel de pescado, todos los productos que se comercializa son importados, nada de pescado fresco. La mayoría de los productos enlatados son de marca propia y la presencia de conservas españolas es importante. Asimismo, presenta enlatados de sardina con marca propia "Olé" procedentes de Tailandia.



#### 1.4. EXPORTACIONES

Siendo una empresa de supermercados, no exporta.

#### 2. Análisis de la Cadena de Suministro y hábitos de Compra

**Criterios para seleccionar un proveedor extranjero (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Capacidad de producción	3
B. Niveles de precios	5
C. Variedad y calidad del producto	4
D. Entrega puntual	4
E. Condiciones de venta	4

#### 3. Percepción de la empresa respecto al Perú

Esta empresa no fue considerada para las entrevistas más sí para la visita a tiendas minoristas y retailers por lo cual no se pudo obtener los puntos respectivos a esta sección.

**Experiencia previa con productos peruanos**

Productos Peruanos (Producto / Marca)	Uso (materia prima / productos para reproceso / terminados)	Frecuencia de Importación (Veces por mes, año)
N/A	N/A	N/A

**Comentario sobre productos peruanos (5 = puntaje más alto)**

Ítem	Puntaje
A. Calidad estable	N/A
B. Precios competitivos	N/A
C. Entrega puntual	N/A
D. Variedad de productos	N/A
E. Certificaciones requeridas	N/A
F. Servicio post-venta	N/A

#### 4. Conclusiones

La tienda vende productos pesqueros frescos, congelados y enlatados. Enlatado de sardina se vende a US\$ 1,20 la lata. Bacalao noruego se vende a US\$ 5/kg. Filetes de arenque a US\$ 10,50/kg. Los productos congelados eran de buena calidad. Se pudo notar anillas de calamar (pota) empanadas de origen español, a US\$ 9/kg. Langostinos vanammei sin cabeza y pelados, de origen India, ofrecidos a US\$ 10/kg. Filetes de basa a US\$ 3,50/kg y de merluza comercializados a US\$ 4/kg. Tilapia roja de Vietnam entera a US\$ 5/kg, y la tilapia negra a US\$ 3/kg. Sardina del Pacífico, entera, US\$ 2/Kg. Tentáculos de calamar (pota), vendidos a US\$ 3,80/kg y merluza entera a US\$ 3,60/kg. Asimismo, langostinos cocidos pelados sin cabeza a US\$ 17/kg.

