



Estudio de Mercado, Facilitación y Acceso de Productos Agrícolas y Agroindustriales en New York y La Florida, Estados Unidos de América, en el Marco del DR-CAFTA



**INFORME
FINAL**
SEPTIEMBRE 2015



NOMBRE DE LA EMPRESA: Agrofora, SRL

Fecha de Fundación: 18 de abril, 1997

Registros: Ministerio de Industria y Comercio-No. 101734965

Registro Nacional de Contribuyentes No. 1-01-73496-5

Registro Proveedor del Estado: 20156

Código Registro Ambiental No. 13-184

Empresa Registrada en República Dominicana y Nicaragua

Dirección Principal: Calle Alberto Laranquent No.7,

Edificio Denisse, Suite 301, Ensanche Naco, Santo Domingo, D.N.

Nombre del Representante Legal: Carlos A. Rivas; Leónidas Mora

Tipo de Organización: Sociedad de Responsabilidad Limitada

CONTACTOS:

<http://www.agrofora.com>

E-mail: crivas@agrofora.com; info@agrofora.com

Números Telefónicos:

En República Dominicana: 809-565-0382 / 829-705-4168

Línea USA: 1-718-360-2765

Santo Domingo, República Dominicana

Esta publicación fue producida a requerimiento del Centro de Exportación e Inversiones de la República Dominicana, CEI-RD. Este informe fue preparado independiente por el Dr. Felipe Manteiga, Líder del Equipo de Especialistas; Ing. Agrón. Wagner Méndez, MSc.; Ing. Agrón. José Manuel Gómez, MSc. y el Ing. Agrón. Carlos A. Rivas A. MSc., consultores de la firma de Consultoría Agrofora, SRL. Número de Licitación Pública CEIRD-CCC-LP-01-2014.

Descargo de Responsabilidad

Este documento ha sido posible gracias al apoyo del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, CEI-RD. Los puntos de vista expresados por los autores en esta publicación son responsabilidad exclusiva de Agrofora, SRL, y no reflejan necesariamente las opiniones del CEI-RD.

8. Plan Financiero (Proyección de Estado de Resultados para 12 Meses)

8.1. Flujo de Efectivo Proyectado

8.2. Estado de Situación Inicial

9. Plan de Salida/Cierre/Liquidación

(Hacer la empresa pública? (vender acciones, venderla, continuar creciendo....De igual forma, si las cosas no resultan como se han planeado, tener una estrategia de salida.....La cuestión es tener un plan.....)

10. Apéndices

- Brochures y materials promocionales...
- Estudios de la industria
- Diseños y planes
- Mapas y fotos de la ubicación
- Copias de contraltos
- Estudios de mercado
- Listrado de equipos que se poseen o que serán comprados
- Listado de activos como base para préstamos
- Cartas de apoyo de clientes potenciales
- Otros materiales que avalan los supuestos en este plan



Estudio de Mercado, Facilitación y Acceso de Productos Agrícolas y Agroindustriales en New York y La Florida, Estados Unidos de América, en el Marco del DR-CAFTA

Preparado para el CEI-RD por:
Felipe Manteiga, Líder del Equipo
José Manuel Gómez
Wagner A. Méndez
Carlos A. Rivas

**INFORME
FINAL**
SEPTIEMBRE 2015

7.1. Formas de Financiamiento Bancario

	Período de Préstamo	Monto	Términos de Pago	Monto de Amortización
Líneas de Crédito		\$	Mes/Año	\$
Préstamo a Plazo		\$	Mes/Año	\$
Renta		\$	Mes/Año	\$
Hipotecas		\$	Mes/Año	\$
Préstamos sobre Activos Fijos		\$	Mes/Año	\$
Otros		\$	Mes/Año	\$
Totals:		\$		\$

7.2. Activos como Medio de Seguridad

Activos	Valor
Activos Personales	
Activos Comerciales	
Otros Activos	
Valor Total de los Activos	

7.3. Pagos de los Préstamos

Pagos	Valor
Ganancias Netas	
Venta de Activos	
Inyección de Capital	
Otros	
Valor Total	

AGRADECIMIENTO

El presente documento es contentivo del Informe Final del Estudio de Mercado, Facilitación y Acceso de Productos Agrícolas y Agroindustriales en New York y La Florida, Estados Unidos de América, en el Marco del DR-CAFTA. El Centro de Exportaciones e Inversiones (CEI-RD) encomendó este estudio a Agrofora, SRL mediante el contrato de referencia No. CEIRD-CCC-LP-01-2014.

El contenido del Informe es el resultado de un intenso trabajo desarrollado por el Equipo de Especialistas de Agrofora, SRL, en estrecha coordinación con dos grupos de actores claves. El primer grupo, representado por el equipo de especialistas del CEI-RD bajo el liderazgo de su Director Ejecutivo, el Secretario de Estado Dr. Jean Alain Rodríguez; la Contraparte Principal del Proyecto, Lic. Paula P. Salvador Guerrero, MSc. (Gerente Senior de Exportación) y el Lic. Vladimir Hernández Del Orbe, Gerente de Desarrollo de Oferta Exportable; Ing. Franklin Montás y Lic. Anyelín Montero. Nuestro agradecimiento especial al Director Ejecutivo del CEI-RD y su equipo por sus valiosos aportes y por la confianza al delegarnos esta responsabilidad.

El segundo grupo al que queremos patentizar nuestro agradecimiento está compuesto por los representantes de la Asociación Nacional de Supermercados de los Estados Unidos (NSA por sus siglas en inglés), quienes facilitaron el trabajo en New York y las entrevistas e inspección de campo realizadas en Hunts Point Terminal Market. En forma especial queremos agradecer la valiosa información aportada por los señores Rodolfo Fuentes, Presidente de la NSA y Julio M. Cohén, David Corona y Pablo Espinal y de todos los miembros de la NSA que tan acogedoramente nos recibieran. También queremos agradecer al Senador por el Estado de Nueva York, Sr. Adriano Espaillat, y a su equipo por el apoyo recibido en todas las etapas de este Estudio.

Debemos resaltar los aportes hechos por una larga lista de personas representantes de instituciones, agroempresarios organizados en los diferentes clústeres, y de organizaciones de productores, que contribuyeron con valiosa información secundaria y primaria a través de entrevistas y su participación en diferentes jornadas de trabajo. Especial reconocimiento a Pedro Musa y Sócrates Cabral del Cluster de Invernaderos y a Rafael Leger y Gisela Taveras, del Cluster de Mango.

Carlos A. Rivas,
Presidente de Agrofora, SRL.

6.2.2. Costo de Salarios Totales

Roles	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente General/ o Gerente Comercial			
Gerente de Operaciones			
Informática			
Gerente de Calidad			
Gerente de Mercadeo y Ventas			
Gerente Financiero/as			
Contadores			
Total			

6.2.3. Número de Empleados

Roles	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente General/ o Gerente Comercial			
Gerente de Operaciones			
IT			
Gerente de Calidad			
Gerente de Mercadeo y Ventas			
Gerente Financiero/as			
Contadores			
Total			

7. Estados Financieros Personales

Roles	Fuente	Monto
Efectivo Personal		\$
Donaciones		\$
Financiamientos		\$
Contribución de Accionistas		\$
Otros		\$
Total		



5.10. Suplidores

Suplidores	Detalles
Nombres y Direcciones	
Tipo y Volumen de Inventarios	
Política de Distribución	
Historial y Confiabilidad	
Política de Crédito	

6. Gerencia y Organización

6.1. Apoyo Profesional

Apoyo Profesional	Detalles
Consejo Directivo (Junta Directiva)	
Consejo Gerencial	
Abogado	
Contador/as	
Agente de Seguro	
Agente BancarioBanker	
Consultor/s	
Asesores	

6.2. Detalles sobre las Personas Claves

6.2.1. Persona Clave

Persona Clave	Detalles
Nombre	
Posición	
Rol	
Salario Esperado	
Experiencia	

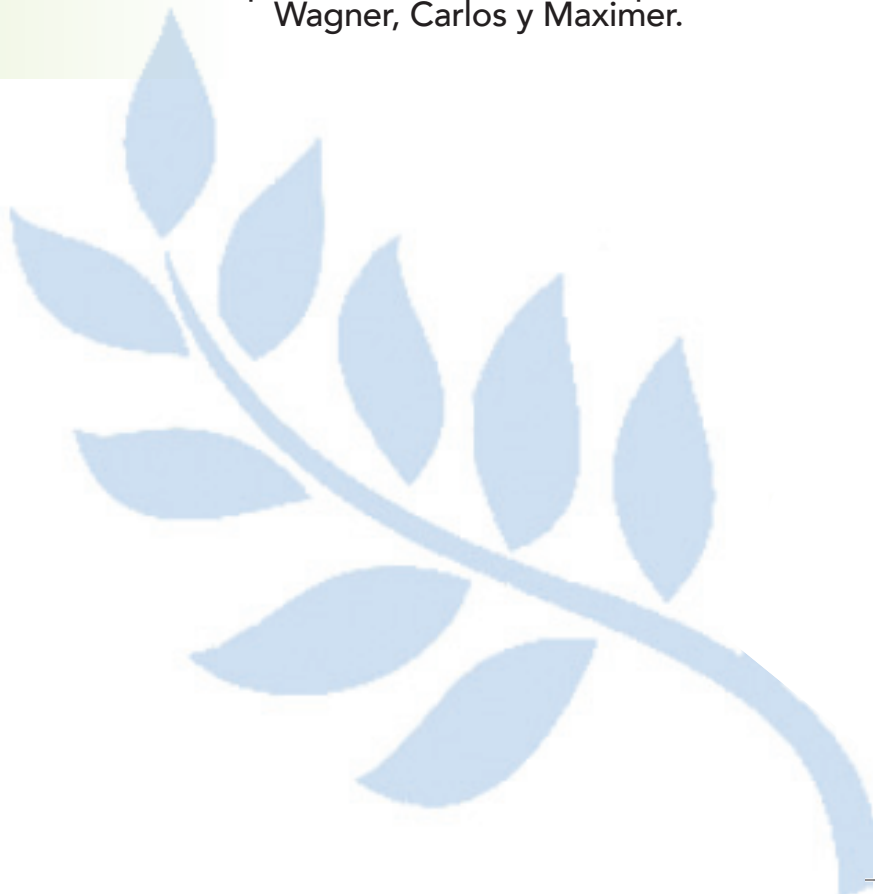
In Memoriam

Ing. José Manuel Gómez, MSc.

Hombre de calidad humana admirable y profesional ejemplar, gran motivador para el análisis franco y profundo de las ideas para el enriquecimiento del contenido del presente Estudio.

Nuestro equipo, aun sin su presencia física lo continuó sintiendo durante las discusiones para la elaboración del presente Informe Final.

Por tus enseñanzas, siempre te recordaremos. Felipe, Wagner, Carlos y Maximer.





5.7. Ambiente Legal

Ambiente Legal	Detalles
Requerimiento de Licencias	
Permisos	
Regulaciones Sanitarias	
Regulaciones en el Ambiente de Trabajo	
Regulaciones Ambientales	
Regulaciones Especiales	
Cobertura de Seguro	
Registro de Marcas, propiedad intelectual, patentes, etc.	

5.8. Recursos Humanos

Personal	Detalles
Número de Empleados/as	
Destrezas requeridas	
Proceso de Reclutamiento	
Estructura de Compensación	
Requerimiento de Entrenamiento	
Otros detalles	

5.9. Inventarios

Inventario	Detalles
Materiales, Insumos y Productos	
Valor en Inventario	
Tasa de Rotación	
Requerimientos Estacionarios	
Tiempo Requerido para Cumplir con las Órdenes	

5.3. Maquinarias, Equipos y Vehículos

Item	Costo	Financiado mediante	Fecha de saldo	Valor
	\$			\$

5.4. Detalles sobre Seguros

Seguro	Detalles
Asegurador	
Nivel de Seguro	
Tipo de Seguro	
Comentarios	

5.5. Producción

Producción	Detalles
Técnicas de Producción	
Costos	
Control de Calidad	
Servicio al Cliente	
Control de Inventario	
Desarrollo del Producto	

5.6. Ubicación Futura

Ubicación	Detalles
Requerimientos Físicos	
Cantidad de Espacio	
Tipo de Edificación	
Enerigía Eléctrica	
Acceso	
Estacionamiento	
Costo	
Horacio de trabajo	

ACRÓNIMOS

ACS	Sistema de Servicios de Aduanas de Estados Unidos
APHIS	Servicio de Inspección Sanitaria y Flitosanitaria
APROPIC	Asociación de Pequeños Productores de Piña de Cevicos
ASAGEN	Asociación de Agroexportadores del Norte
BUCEN	Bureau del Censo de los Estados Unidos
CAEI	Consortio Azucarero de Empresas Industriales
CEA	Consejo Estatal del Azúcar
CEI-RD	Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana
CBI-ICC	Iniciativa para la Cuenca de El Caribe
CNC	Consejo Nacioinal de Competitividad
DEPROBAP	Departamento de Producción Bajo Ambiente Protegido
DICOEX	Dirección de Comercio Exterior del Ministerio de Industria y Comercio de la República Dominicana.
DOC	Departamento del Comercio
DR-CAFTA	Tratado de libre comercio entre los Estados Unidos, Centroamérica y la República Dominicana.
ECOCARIBE	Firma Consultora
EPA	Agencia de Protección Ambiental
ERS	Servicios de Investigacion Economicas del USDA
FAOSTATS	Base de Datos Estadísticos de la FAO
FEDA	Fondo Especial para el Desarrollo Agropecuario
FAO	Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura
FDA	Administracion de Alimentos y Medicamentos
FDCA	Ley Federal para Alimentos, Drogas y Cosméticos
FIFRA	Ley Federal de Insecticida, Fungicida y Rodenticida
GNV	Gran Nueva York (New Jersey, Nueva York y Connecticut)
IICA	Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura
JAD	Junta Agroempresarial Dominicana, Inc
MCC	Millemium Challenge Corporation (Corporación para los Retos del Milenio)
NAFTA	Tratado de libre comercio entre los países de Norteamérica

NSA	Asociación Nacional de Supermercados de los Estados Unidos (National Supermarket Association)
NY	New York
OPIC	Corporación de Inversión Privada en el Exterior
PM	Post mosca del mediterráneo
PPQ	Plant Protection an Quarantine
PRSV	Papaya Ringspot Virus (Virus de la Lechosa)
PTF	Productividad Total de los Factores
RD	República Dominicana
SYSCO	Empresa Distribuidora de Alimentos de USA
TIC	Tecnología de la Información y Comunicación
TLC	Tratado de Libre Comercio
TM	Tonelada Métrica
TPP	Acuerdo Estratégico Transpacífico de Asociación Económica (TPP por sus siglas en inglés)
USAID	Agencia para el Desarrollo Internacional de los Estados Unidos
USDA	Departamento de Agricultura de los Estados Unidos
USFDI	US Foreign Direct Investment
USAID RED	Rural Economic Development

4. Planes de Desarrollo

- 4.1. Situación Actual
- 4.2. Planes de Desarrollo
- 4.3. Cronograma de Desarrollo

Actividad	Responsabilidad	Fecha de Inicio	Fecha de Término
Planeación			
Desarrollo del Producto			
Especificar actividades principales			

4.4. Análisis de los Riesgos del Proceso de Desarrollo

Riesgo	Clasificación del Riesgo	Plan de Contingencia
	[B/M/A]	

5. Plan de Operaciones

5.1. Edificaciones Actuales

Edificaciones	Detalles
Dirección	
Status	Especificar si es propia, alquilada, etc.
Tamaño	
Beneficios	

5.2. Detalles Financieros

Edificaciones	Detalles
Valor	
Financiado mediante	Préstamos, Renta, donación, recursos propios, etc.
Pagos	Pagos mensuales anuales
Restantes...	Números de años para terminar de pagar
Fecha de término	

3.7.2. Promoción

Tipo de Medio	Justificación	Frecuencia	Costos
Catálogo			
Distribuidores			
Correspondencias Directas			
Internet			
Medios Impresos			
Radio			
Ferias			
Costo Total			

3.8. Estrategia de Precios (Ver la importancia del establecimiento de precios y considerar los errores comunes que se cometen en el establecimiento de precios)

Nuestro Producto	Competidor #1	Competidor #2	Diferencia	Precio Unitario
			% + or	\$
			% + or	\$
			% + or	\$

3.9. Plan de Servicio a Nuestros Clientes

- 3.9.1. Plan de Retención de Nuestros Clientes
- 3.9.2. Plan para Evitar y Manejar las Quejas de Nuestros Clientes

3.10. Proyecciones de Ventas (ej. Análisis de Ventas 2013-2016)

Productos/Años	2016	2017	2018	2019
Producto #1				
Producto #2				
Producto #3				
Total				
Crecimiento Porcentual Anual	%	%	%	%

RESUMEN EJECUTIVO

El presente estudio busca dar respuesta al acuerdo firmado entre el CEI-RD y la National Supermarkets Association (NSA) con la finalidad de colaborar en el desarrollo de estrategias de promoción y relanzamiento de productos agrícolas de la República Dominicana en los mercados de Nueva York y La Florida. Para la realización de dicho estudio se hicieron amplias consultas con actores claves, tanto en el país como en los mercados estudiados. Además, se hicieron consultas a estudios previos, así como en los aspectos de mercado como en los de producción.

En base a estudios previos, se parte del potencial en los mercados estudiados para nueve productos agrícolas dominicanos. En efecto, el mercado existe para estos productos. Apoyados en la investigación, y de acuerdo a las informaciones ofrecidas por los agentes principales en el mismo, las condiciones de mercado y la competencia existente, permitieron hacer una clasificación de productos medallas de oro (aguacates, pimientos morrones, tomates y yautía), medalla de plata (lechosa), medalla de bronce (mangos y piñas) y productos amateur (yuca y calabaza japonesa).

La Mosca del Mediterráneo ha puesto en peligro los mercados para el aguacate, el pimiento y el tomate. La lechosa, por su parte, con un mercado pequeño pero en crecimiento, además de la veda por la mosca, está limitada porque las variedades bajo producción no son las preferidas. En las variedades que cuentan con mayor aceptación la virosis limita su crecimiento.

La yautía, aunque con mucha variabilidad, ha demostrado tener aceptación. La yuca parafinada, por lo menos en épocas recientes, no ha podido competir con los bajos costos y calidad de Costa Rica. El mango, aunque tiene competencia, especialmente del poderoso México, es aclamado por todos en los mercados estudiados. Para aprovechar esta oportunidad se necesita inversión en plantas de tratamiento hidrotérmico y manejo en post-cosecha, llamado a reducir pérdidas.

En el caso de la piña MD2, se ha importado mejor material de siembra lo cual permitirá exportar la calidad del producto demandado por los consumidores. Así mismo, recientemente se han invertido recursos frescos en la expansión de siembras de la MD2.

La penetración de estos productos en el mercado norteamericano es baja, alcanzando un débil 1.3%. Para aumentar esta penetración es necesario aumentar la productividad, reducir las pérdidas por cosecha, fortalecer los controles sanitarios y fitosanitarios y la inocuidad de los productos exportados, disminuir costos, incrementar la confiabilidad en la calidad y embarque prometidos, y acelerar y mejorar la transparencia de los trámites de exportación.

Nueva York y La Florida, dos de los principales centros de consumo de productos latinos y dinámicos centros de distribución para la costa atlántica y del golfo de los Estados Unidos. Debido al gran comercio de La Florida con otras islas del caribe, este podría apoyar la reexportación hacia las mismas.

Los principales hallazgos del estudio incluyen:

- El mercado en los EEUU no es una limitante a las exportaciones dominicanas en los ocho productos analizados en este trabajo. Más bien es un mercado en franco crecimiento.
- Retos en la producción (fitosanitarios, costo energético, cadena de enfriamiento, manejo del riesgo financiero y transporte caro) y la comercialización (selección, empaque, regularidad y asimetría en las negociaciones) frenan el crecimiento de las exportaciones analizadas.
- Existe una cantidad de agroempresarios dominicanos y extranjeros, de organizaciones de punta, como el CEI-RD, asociaciones (clúster de agricultura bajo ambiente controlado y de frutales como el mango y aguacate) las cuales ofrecen buen apoyo o cuentan con miembros listos para aumentar la producción.
- La activa incorporación de inversiones privadas sub-utilizadas (los invernaderos abandonados) o públicas como el Merca Santo Domingo, podrían aportar mucho al relanzamiento de las exportaciones, especialmente post Mosca del Mediterráneo.
- Las múltiples regulaciones y los programas de apoyo existentes por el sector público, exigen procesos y documentación compleja. Estos trámites aumentan los costos transaccionales e incertidumbre. Guatemala ha mejorado su competitividad al reducir estos costos con una ventanilla única y el uso intenso de la Tecnología de la Información en las Comunicaciones (TIC).
- Agentes claves entrevistados en el país y en el área de estudio, mantienen la necesidad de establecer corredores de

exportación especializados. Estos polos agroempresariales podrán captar tecnología, promover inversiones y mantener el flujo de informaciones actualizado.

- Una prioridad de este consorcio será promover alianzas con importadores en los mercados en general, y la Asociación Nacional de Supermercados (NSA) en particular. Para ampliar la plataforma de exportación, los elementos centrales del consorcio podrían explorar enlaces comerciales con las cadenas de supermercados nacionales y su demanda de vegetales, frutas y tubérculos de calidad.

Entre las principales conclusiones arribadas en el estudio sobresalen las siguientes:

- Las futuras exportaciones agrícolas dominicanas dependerán de las condiciones existentes para agroempresarios, exportadores e inversionistas.
- En el mercado del Gran Nueva York (Nueva York, New Jersey y Connecticut) los productores y exportadores dominicanos cuentan con un poderoso aliado: la Asociación Nacional de Supermercados (NSA). Esta poderosa agrupación tiene una gran membresía de dueños de supermercados y bodegas de dominicanos y podría ser un canal óptimo de comercialización e inversión en operaciones conjuntas en la producción para exportaciones dominicanas.
- En el país se debe fomentar la coordinación entre los entes del sector oficial sirviendo a las exportaciones y las organizaciones de productores/exportadores. Para lograr esta coordinación y reforzar los fragmentados clusters, cooperativas y agroempresas, cabe fundar un Consorcio Agroexportador Dominicano el cual incluya una red de inteligencia comercial para todos los agentes de la cadena de valor exportadora.
- El gran triunfo alcanzado por las exportaciones producidas en invernaderos, como los pimientos morrones y los tomates, podrían perder sus mercados permanentemente, a causa de las medidas

Datos Demográficos de los Negocios	Detalles
Industria	
Ubicación	
Tamaño de la Empresa	
Tecnología	
Precios	
Educación	

3.5. Competencia (Análisis Competitivo: considerar escenarios con principales competidores)

Factor	Nuestra Empresa	Fortaleza	Debilidad	Competidor #1	Competidor #2	Importancia para los Clientes
Productos						
Precio						
Calidad						
Servicio						
Confiabilidad						
Experiencia						
Reputación						
Ubicación						
Publicidad						

3.6. Análisis FODA

FORTALEZAS	DEBILIDADES
OPORTUNIDADES	AMENAZAS

3.7. Estrategia de Mercadeo

3.7.1. Posicionamiento

3.2. Tendencias en el Mercado

Característica	¿Cómo funciona?
Característica #1	
Característica #2	
Característica #3	

Beneficios	¿Dónde se ve el beneficio?
Beneficio #1	
Beneficio #2	
Beneficio #3	

Mercado	Detalles
Tamaño	Tamano del Mercado global
Participación	
Demanda	
Tendencias	
Barreras	
Cambios	

3.3. Producto

Describirlos (desde el punto de vista de los consumidores)

Tabla 1 — Características

Tabla 2 — Beneficios

3.4. Aspectos Demográficos de los clientes

NOTA: Si se va a vender a través de distribuidores, mayoristas o detallistas se deben analizar cada uno de ellos.

Datos Demográficos	Detalles
Edad	
Género	
Ubicación	
Niveles de Ingresos	
Clase Social y Ocupación	
Educación	

por la presencia en el país de la Mosca del Mediterráneo. La situación actual hace que los productores tengan que pensar en la diversificación de su producción o formas alternativas para procesar los productos actuales afectados por la veda.

- Tanto los productores como los exportadores dominicanos pueden aumentar significativamente sus ganancias, reducir sus riesgos, y diversificar sus mercados en el Gran New York (o sea, New York, New Jersey y Connecticut) y La Florida. De igual manera, los importadores, distribuidores y agentes/bróker y comerciantes mayoristas y detallistas pueden encontrar en la República Dominicana productos competitivos.
- Los problemas de aprovechamiento del mercado no son por falta de demanda, sino por problemas de manejo de los productos, la post-cosecha y la preparación desde el inicio de la cadena de valor para el mercado de exportación.

Entre las principales recomendaciones basadas en los hallazgos y las conclusiones de este estudio sobresalen las siguientes:

- Los agroempresarios nacionales ameritan un fuerte apoyo para que puedan aprovechar a fondo el mercado extranjero. Al mismo tiempo, se deben crear las condiciones propicias para atraer inversiones al sector, así sean domesticas, de NSA o de otros. El Consorcio Agroexportador Dominicano propuesto podría coordinar estos esfuerzos, incluyendo la formulación de unplan que defina acciones concretas para lograr la penetración deseada. Este enfoque podría aportar un instrumento útil al CEI-RD para promover exportaciones y captar inversiones, en parte apoyándose en este análisis.
- La productividad de los productores, exportadores y funcionarios aumentarían drásticamente si se estableciesen polos agroempresariales que permitiesen alcanzar economía de escala, profundizar inversiones y mejorar la eficiencia de los canales de exportación. Estos polos podrían mejorar la

exportación individual y aprovechar mejor los incentivos a las exportaciones.

- Se sugiere que el CEI-RD, aunando esfuerzos con el Ministerio de Agricultura y otras entidades estatales, de un lado, y la Junta Agroempresarial Dominicana, coordinando con los elementos interesados del sector agroempresarial y exportador, así como sus asociaciones, del otro, formar una alianza público-privada para el fortalecimiento de la protección fitosanitaria y para la rápida eliminación de plagas que amenacen las exportaciones.
- Considerando la veda de algunos productos dominicanos hacia los Estados Unidos, e inclusive, sin la veda, los agroexportadores diversificarían sus riesgos si explotan otros mercados, comenzando por las islas vecinas y los mercados en crecimiento como Rusia.



2. Productos y Servicios

- 2.1. Descripción de los Productos/Servicios
- 2.2. Proceso de Producción (Describir cómo se van a producir los productos. Dar una descripción de los procesos de producción)

Procesos	Descripción
Paso #1	
Paso #2	
Paso #3	

- 2.3. Distribución (Esquematizar como se distribuirán los productos a los clientes. Especificar si los clientes recogerán el producto en la planta o si se les llevará. Dar detalles de los planes de distribución)

Distribución	Descripción
Opción #1	
Opción #2	
Opción #3	

2.4. Nuevos Productos

Nuevos Productos	Características Principales	Justificación	Tiempo
Producto #1			
Producto #2			
Producto #3			

3. Plan de Mercadeo

- 3.1. Análisis de Mercado
- Ya se ha hecho. Trabajar detalles complementarios
- 3.1.1. Resultados de Investigaciones
- 3.1.2. Proyecciones de Crecimiento

	2016	2017	2018 +	Cambio Porcentual
Cientes Individuales				%
Cientes corporativos				%
Gobierno				%
Total				%

ANEXO 3

Estructura Propuesta para el Diseño del Plan de Negocios CORPORACIÓN INTERNACIONAL DE NEGOCIOS AGROPECUARIOS

Detalles de la Empresa

	Detalles
Razón Social de la Empresa:	
Gerente de la Empresa:	
Dirección:	
Teléfono:	
Fax:	
E-mail principal:	
Web site:	
Fecha de Incorporación de la Empresa:	
Registro Mercantil de la Empresa:	
RNC:	
Accionistas Principales:	

Nota: Para esto se debe hacer un gran forum commercial auspiciado por el CEI-RD convocando a todos los accionistas potenciales (productores, exportadores, comercializadores en los Estados Unidos, la NSA, gestores de negocios)

1. Descripción de la Compañía

- 1.1 Planteamiento de la Misión, Visión y Valores
- 1.2 Historia
- 1.3 Mercado y Productos
- 1.4 Objetivos (Idea: Impulsar las exportaciones, fortalecer las relaciones comerciales entre la RD y los mercados de NY y FL, aumentar la participación de mercado de los productos seleccionados)
- 1.5 Situación Actual

Tabla de Contenido

AGRADECIMIENTO	.v
ACRÓNIMOS.	ix
Resumen Ejecutivo	xi
I. INTRODUCCIÓN	1
II. FUNDAMENTOS DEL ESTUDIO	3
III. OBJETIVOS.	9
IV. METODOLOGÍA.	11
A. Consultas y Análisis de Estudios Previos	11
B. Síntesis.	11
C. Conclusiones de Resultantes de los Estudios Revisados	12
D. Necesidad de Información para la Toma de Decisiones Actualizadas y Distribuidas más Frecuentemente	13
E. Recomendación Contra Intuitiva	13
F. Investigación de Campo en los Estados Unidos	14
G. Diagnóstico Sobre la Oferta Exportable Dominicana de Productos Agrícolas y Agroindustriales	15
H. Identificación de los Obstáculos que Impiden o Podrían Impedir el Comercio de Productos Dominicanos en Nueva York.	16
I. Consideraciones Metodológicas Adicionales	16
V. RESULTADOS DEL ESTUDIO.	17
A. Diagnóstico de la Oferta Exportable y Análisis de la Competitividad de Productos Agrícolas y Agroindustriales de la República Dominicana a los Estados Unidos.. . . .	17
A.1. Clasificación de los productos de acuerdo a su importancia para los mercados	18
A.2. El mercado global de importación de los Estados Unidos y la participación de los productos dominicanos.	41
A.3. Análisis de competitividad.	49
B. Acceso al Mercado de los Estados Unidos	59
B.1. Instituciones que regulan el acceso de productos a los Estados Unidos.. . . .	59
B.1.1. Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)	60
B.1.2. Servicio de Inspección Sanidad Animal y Vegetal (APHIS)	60
B.1.3. Administración de Drogas y Alimentos (FDA)	61
B.1.4. Agencia de Protección Ambiental (EPA)	61
B.2. Principales leyes y normativas vigentes	62

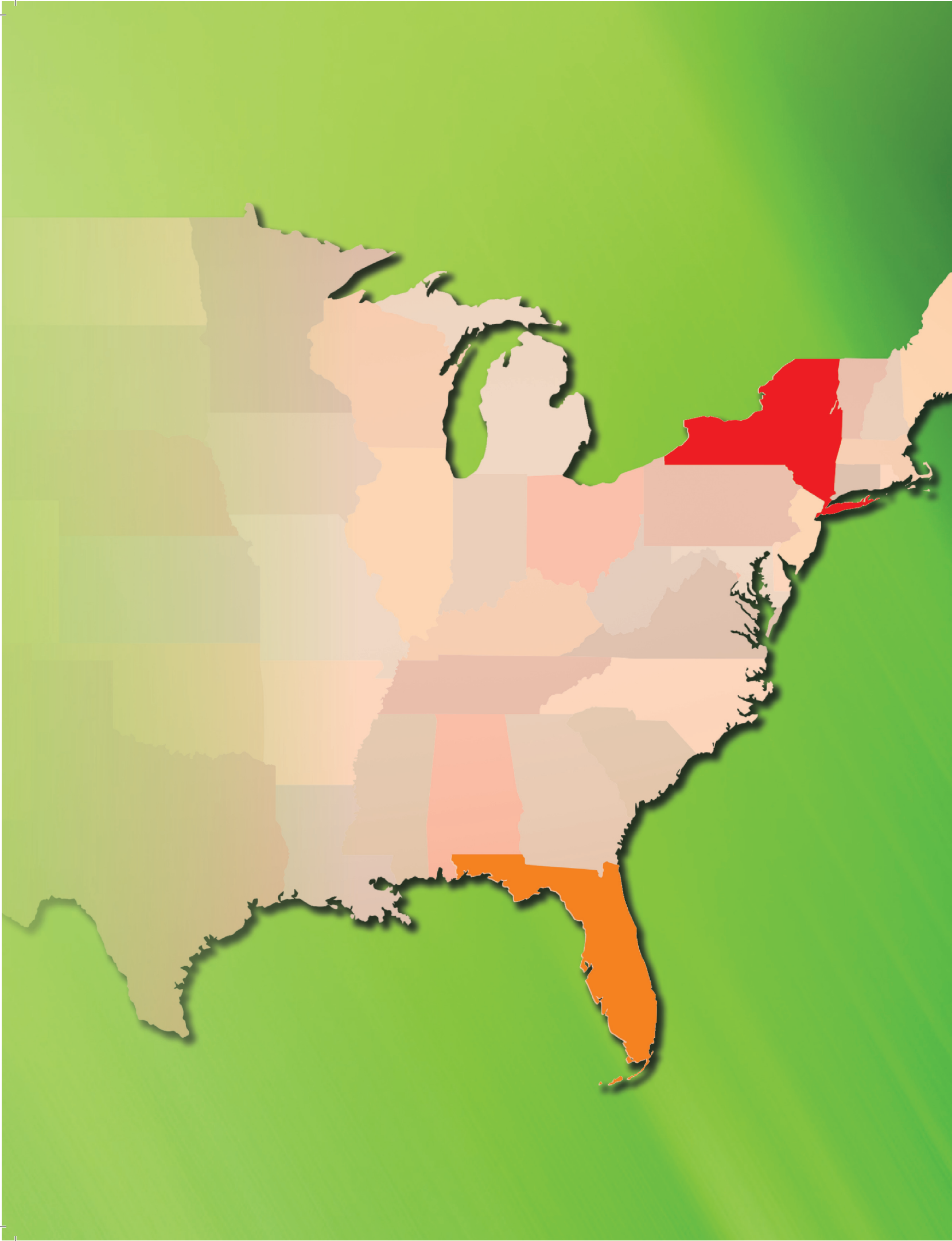
B.2.1.	Ley de Seguridad de la Salud Pública y Prevención del Bioterrorismo	62
B.2.1.1	Registro de Instalaciones (Sección 305)	62
B.2.1.2	Notificación Previa (Sección 307).	62
B.2.1.3	Establecimiento y mantenimiento de registros (Sección 306)	63
B.2.1.4	Detención Administrativa (Sección 303).	63
B.2.1.5	Norma Internacional para la Protección Fitosanitaria	64
B.2.1.6	Permisos de Importación de Frutas, Vegetales y Nueces.	64
B.2.1.7	Certificados Fitosanitarios	65
B.2.1.8	Requisitos de Calidad	66
B.2.1.2	Normativa de Etiquetado	66
B.2.2.	Productos Orgánicos	67
B.2.2.1.	Normativa	67
B.2.2.2.	Sustancias Prohibidas y Permitidas	67
B.2.2.3.	Certificación	68
B.2.3.	Órdenes de mercado	68
B.3.	Restricciones de ingreso al mercado de los Estados Unidos de los productos dominicanos seleccionados.	69
B.4.	Aspectos logísticos de la cadena de importación/exportación.	69
B.4.1.	Puertos Marítimos	71
B.4.2.	Procedimientos para Embarques Marítimos desde República Dominicana hacia Estados Unidos de América	73
B.4.2.1.	Booking.	73
B.4.2.2.	Recepción de Contenedor	73
B.4.2.3.	Procedimiento de Carga	73
B.4.2.4.	Proceso de Exportación Aérea.	74
B.4.2.5.	Costos Asociados a la recepción de productos	76
B.4.2.6.	Transporte Terrestre.	76
C.	Dinámica del Mercado en los Estados Unidos	77
C.1.	Impulso de la apertura económica	77
C.2.	Sistema de Distribución de Frutas y Vegetales Frescos en Estados Unidos.	79
D.	Principales Hallazgos de Acceso de los Productos Agrícolas a los Mercados de los Estados de Nueva York y La Florida	80
D.1.	El mercado de Nueva York	81
D.1.1.	Dinámica del mercado de Nueva York y el rol de la NSA.	81
D.1.2.	Cadena de distribución de frutas y vegetales frescos en Nueva York	82
D.1.3.	Principales hallazgos.	82
D.2.	El mercado de La Florida	83
D.2.1.	Análisis de las importaciones en los Estados Unidos vía el Estado de La Florida.	84
D.2.1.1.	Aguacates	84
D.2.1.1.1.	Importaciones de los Estados Unidos.	84
D.2.1.1.2.	Importaciones vía La Florida.	84

NO.	NOMBRE	EMPRESA	CARGO	TELÉFONO	FAX	EMAIL	EXPORTA?	PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA Y/O EXPORTA	SECTOR
16	Harold Ramos	SEABOARD	Gerente de Ventas	809-539-7000		harold_ramos@seaboard.com.do	NO	Servicios marítimos	Servicios
17	Ivon Mendez	CDAF	Coordinadora	809-565-5603 ext:244		imendez@cdaef.org.do	NO		Agrícola
18	Jonathan J. Nueñez Feliz	APROPIC	Miembro	809-565-1715		lnf25@gmail.com	NO	Piña	Frutas
19	Jose Elias Urbatez Terrero	VRBATEROX Modas	Gerente	829-301-5941		joseurbatez@hotmail.es	NO	Prendas de Vestir	Público
20	Juan Jacobo Payero	Consortio Pagur	Gerente	809-530-4154		consorcioapagar@gmail.com	NO	Textiles, Agrícola Industrial	
21	Juan Tomás Gómez W	APROPIC	Vice-Presidente	849-353-9808		lgomezwt100@gmail.com	NO	Piña	Público
22	Judith Anthonia Rubiera Alvarez	Jara Rive	Propietaria	849-255-88102		judith.rivera13@gmail.com	NO	Textil catzados, complementos	Público
23	Lissa Alejo	FUND. En Defend de los Dom.	Enc. Dpto. Negocios Internacionales	809-549-4954		lissaalejo@gmail.com	NO	Servicios	Institución
24	Lorena Valenzuela	CEI-RD	Especialista New Negocios de Exp.	809-530-5505 ext. 240		lorena.valenzuela@cei-rd.gov.do	NO		Público
25	Luis E. Perez Cuevas	MACAPI, S.A.	Director Planificación	809-566-0166		pezcuevas@grupomacapi.com	NO	Aguacate	AB
26	Manuel Duran	Ministerio de Agricultura	Sub-Director	809-547-3888		manueldurand@gmail.com			Público
27	Maria Atargracia Paulino	Ministerio de Agricultura	Directora de Planificación	809-547-3888 ext: 3041		altargracia.paulino@hotmail.com	NO	Equipos de computadora y Oficinas	Público
28	Orfelina Perez	DGSSA	Enc. De Ventas	809-482-4308		orfe025@hotmail.com	NO		
29	Pedro Hernández	Frutos y Vegetales Acevedo	Administración	809-547-8350		frutosyvegetalesacevedo@gmail.com	SI	Vegetales y frutas	AB
30	Porfirio Alvarez	Programa Mip/M.A./JAD	Director Nacional	809-563-6178		porfirio.alvarez15@gmail.com	NO	Experto Fitosanitario	
31	Robinson Acevedo Gmllon	CEI-RD	Especialista de Exportación	809-530-5555		robinson.acevedo@cei-rd.gov.do	NO	Asesoría Sobre Exportación	Público
32	Rocio Abreu Pelaez	Dardo Productoresde Ideas	Gie de Operaciones	809-779-1990		rociobreu@gmail.com	SI	Tratamiento para el pelo	Público
33	Rosa Amelia Prieto Diaz	CEI-RD	Especialista	809-530-5505		Rosa.prieto@cei-rd.gov.do	NO		Público
34	Samuel Barista Vilman	CAVEX	Gerente Ejecutivo	809-756-4037		seavsb@gmail.com	SI	Vegetales	Público
35	Victoria Mateo	Centro para el Desarrollo Agropecuario	Enc. Frutales	809-565-5603		vmateo@cdaef.org.do	NO	ONG CAPOX al Sector	Servicios
36	Victor Encarnacion	CEI-RD	Especialista	809-740-2222		victor.encarnacion@cei-rd.gov.do	NO		Público
37	Ysidro Alejandro Santana	Haina Caribe Agro-Exportadora	Gerente de Mercadeo	809-759-9119		ysidroa8318@yahoo.es	NO	Agrícola	Agrícola

ANEXO 2
LISTA DE PARTICIPANTES EN TALLER DE CONSULTA A ACTORES CLAVES PARA AUMENTAR LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS, VEGETALES Y TUBÉRCULOS A LOS ESTADOS UNIDOS

GERENCIA DE CAPACITACIÓN E INNOVACIÓN									
CAPACITACIÓN ALTA GERENCIA									
REGISTRO DE CONTROL DE LOS PARTICIPANTES									
Capacitación "Estudio de mercados, Facilitación y Acceso de Productos Agrícolas y Agroindustriales en New York y la Florida, EEU de América.									
Viernes 04 de Septiembre del 2015									
Salones de Capacitación F-Caj(CEL-RD)									
NO.	NOMBRE	EMPRESA	CARGO	TELÉFONO	FAX	EMAIL	EXPORTA?	PRODUCTOS QUE COMERCIALIZA Y/O EXPORTA	SECTOR
1	Aurelin Montero	CEL-RD	Sub-Gerente	829-563-2202		aurelinmontero@cel-rd.gov.do	NO		Público
2	Brian Rudert	Internacional Executive Service Corps		829-431-5219		brudert@gmail.com	NO		Servicios
3	Carlos Duverge	DGSSA	Presidente	809-482-4308		cduverge@gmail.com	NO	Tecnología	Servicios
4	Carlos Rivas	Agroforsa	Presidente	809-565-0382		crivas@agrofora.com		Consultoría	Servicios
5	Claudia Chez Pimentel	Junta Agroempresaria	Gerente de Mercado	809-563-6178		c.chez@ad.com.do	NO	N/A	Servicios
6	Domitrio Almonte	MERCADOM		809-284-9680		dalmonte@mercadom.gob.do			
7	Elena Salazar	Asociación de Naviero	Vice-Presidente	809-258-4051		vepresidente@and.com.do	NO	Servicios marítimos	Servicios
8	Elizabeth Rosario	CEL-RD	Especialista	809-530-5505		elizabeth.rosario@cel-rd.gov.do	NO		Público
9	Emilio A. Olivio	Olivio Jau Asesoría y Servicios	Presidente	809-696-9839		emilioa@yaho.com	NO		
10	Enrique Galvan	Galvan & Asoc.	Presidente	809-696-7526		galvanzenegras@yahoo.com	NO	Consultoría	Servicios
11	Facilides Paulino	CEL-RD	Investigación de Mercado	809-530-5505		facilides.paulino@cel-rd.gov.do	NO		Público
12	Evelyn Valoy	CEL-RD	Especialista	809-995-6505		eevelyn.valoy@cel-rd.gov.do	NO		Público
13	Felipe Mejía Gomez	Agrocentro, SRL	Gerente	809-330-9111		agrocenro@claro.net.do	NO	Semillas	Servicios
14	Gladys Pimentel	ADOEXPO	Gte. Promoción	809-567-6679		gpimentel@adoforspo.com	N/A	Servicios	Institución
15	Gustavo Díaz	CEL-RD	Gerente de Oficinas Regionales	809-530-5505- ext.208		gustavo.diaz@cel-rd.gov.do	SI	Todos en general	Público

D.2.1.2. Pimientos (Ajíes)	85
D.2.1.2.1. Importaciones de los Estados Unidos	85
D.2.1.2.2. Importaciones vía La Florida	85
D.2.1.2.3. Calabaza Japonesa	86
D.2.1.3. Lechosa (Carica papaya)	87
D.2.1.3.1. Importaciones de los Estados Unidos	87
D.2.1.3.2. Importaciones vía La Florida	87
D.2.1.4. Mangos (Manguifera indica)	88
D.2.1.4.1. Importaciones de los Estados Unidos	88
D.2.1.4.2. Importaciones vía La Florida	88
D.2.1.5. Piñas (Ananas Comosus)	89
D.2.1.5.1. Importaciones de los Estados Unidos	89
D.2.1.5.2. Importaciones vía La Florida	89
D.2.1.6. Tomates (Lycopersicum esculentum).	90
D.2.1.6.1. Importaciones de los Estados Unidos	90
D.2.1.6.2. Importaciones vía La Florida	90
D.2.1.7. Yautía (Xanthusoma sagittisaliun)	91
D.2.1.7.1. Importaciones de los Estados Unidos	91
D.2.1.7.2. Importaciones vía La Florida	91
D.2.1.8. Yuca (Manihot esculenta).	91
D.2.1.8.1. Importaciones de los Estados Unidos	91
D.2.1.8.2. Importaciones vía La Florida	91
D.2.2. Importancia del sector agropecuario en el Estado de La Florida	92
D.2.3. Principales Frutas Frescas de La Florida.	93
D.2.3.1. Aguacates (Persea americana) de La Florida.	94
D.2.3.2. Mangos y Limones Persas	94
D.2.3.3. Frutas Frescas en La Florida	95
D.2.4. Exportaciones de La Florida	97
VI. RECIENTES RETOS DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS Y VEGETALES FRESCOS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA HACIA LOS ESTADOS UNIDOS	101
A. Alerta de Importación 99-14.	101
B. Vedas de exportación por la aparición de la Mosca del Mediterráneo	101
VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	103
A. Conclusiones	103
B. Recomendaciones	105
ANEXOS.	109



PREGUNTA #4: De los productos analizados, ¿qué acciones se pueden tomar para que los mismos consoliden su posición en el mercado?

Sugerencias	Productos									
	Aguacate	Pimientos Morrones	Tomate	Lechosa	Mango	Piña	Yuca	Yautía	Calabaza japonesa	
1. Tener buenos aliados, compradores y mercadeadores	X	X	X							
2. Eliminar la mosca del mediterráneo para levantar la veda	X	X	X							
3. Trabajar en hacer buenas gestiones de comercialización	X	X	X							
4. Mejorar aspectos fitosanitarios.	X	X	X							
5. Desarrollar una marca país.	X	X	X							
6. Investigar áreas de cultivos, variedades y tecnologías de producción para competir.	X									
7. Observar variedades antillanas buenas.	X									
8. Tener buenos aliados, compradores y mercadeadores.			X							
9. Adoptar tecnologías que aumenten la productividad y la calidad de manera económica.				X	X		X	X		
10. Mejorar la producción y la logística				X	X		X	X		
11. Buenas prácticas agrícolas				X	X		X	X		
12. Apoyo a los productores para la sostenibilidad de la producción.				X	X		X	X		
13. Introducción de variedades que garanticen la competitividad en el mercado exterior.							X			
14. Industrialización.							X			
15. Identificación de zona con potencial de siembra y con poca incidencia de virus.				X						
16. Aumentar la productividad y la cantidad necesaria para que nos vean como un país productor.						X				
17. Hacer estudio de mercado.						X				
18. Mayor organización de los productores.						X				
19. Hacer alianzas estratégicas con corporaciones.						X				
20. Trabajar los mercados étnicos.						X				
21. Ampliar las plantas de tratamiento hidrotérmico.					X					
22. Implementar el tratamiento de la fruta con irradiación.					X					
23. Mejorar la oferta (Producción).									X	

Fuente: Elaborada por el equipo técnico de Agrofora en base a las sugerencias del taller de presentación de hallazgos

PREGUNTA #3: ¿Qué tan ligados están o deberían estar los productores y exportadores nacionales a los agentes del mercado importador en los Estados Unidos?

Problemas principales	Posibles soluciones
1. Muy poco en términos generales, pues somos pequeños.	1. Fortalecer la asociatividad.
2. Hay falta de interés directo por parte del agente.	2. Contratar un representante comercial en el mercado de destino que forme parte de la empresa.
3. Hay falta de conocimiento de las particularidades del producto dominicano frente a los productos similares de otros países.	3. Proveer mayor información a los brókeres para familiarizarlos con las características particulares de los productos dominicanos (calidad, clima, suelo, etc.)
4. Falta de seguimiento tras la venta del producto.	4. Realizar un plan de seguimiento que permita obtener retroalimentación sobre la aceptación del producto y oportunidades de mejoras y tomar las acciones de necesarias para mejorar.

Estas sugerencias obtenidas son claves para planes de seguimiento del CEI-RD y también para compartirlas con el Ministerio de Agricultura para apoyo a los productores. Para los productos en veda por los Estados Unidos (Aguacate cáscara verde, pimientos, tomates y lechosa), el enfoque inmediato es trabajar en el levantamiento de la veda con un enfoque en hacer una alianza público-privada. De estas sugerencias también se desprenderán recomendaciones finales en el análisis realizado.

INTRODUCCIÓN

Este documento contiene el informe final del Estudio de Mercado, Facilitación y Acceso de Productos Agrícolas y Agroindustriales de New York y La Florida, Estados Unidos de América, en el Marco del DR-CAFTA. Consultas documentales sobre estudios hechos anteriormente han guiado las discusiones y consultas con líderes claves, tales como:

- Representantes de la NSA.
- Importadores en los EE.UU, principalmente en la ciudad de Nueva York, el Estado de La Florida.
- Productores y exportadores dominicanos.
- Organizaciones líderes, tales como la JAD y los clusters en los cuales se agrupan productores bajo ambiente controlado; aguacates, piñas y mangos, así como asociaciones regionales de productores.
- Oficiales y funcionarios de entidades gubernamentales, tales como el Ministerio de Agricultura, el Merca Santo Domingo y el DEPROBAP.
- Ejecutivos del CEI-RD.

Cada una de estas instancias hizo valiosas contribuciones. Sus sugerencias enriquecieron los resultados del estudio que se presenta en este Informe Final. Además, la retroalimentación y las sugerencias obtenidas durante el Taller realizado sobre los hallazgos preliminares también fueron de mucho valor para afinar los resultados finales. Estas informaciones se presentan en el Anexo 1.

Este análisis tomó muy en cuenta los estudios previos relacionados con el tema de las exportaciones de productos agrícolas y agroindustrializados dominicanos, así como la información histórica y la más reciente registrados. Además se incluyen en el análisis los resultados de extensas consultas mediante entrevistas a actores claves y jornadas de trabajo y conversatorios con diferentes líderes del Sector. Este estudio servirá como guía estratégica para la promoción de las exportaciones de la República Dominicana hacia Nueva York y La Florida. Se incluye también un análisis de la dinámica del mercado norteamericano y las oportunidades que la misma brinda a la República Dominicana. En forma pragmática, el análisis incluye los requerimientos del mercado y los retos que éstos presentan a productores y exportadores. De acuerdo a las consultas realizadas, la discusión sobre las dinámicas de otros países competidores de la Región (Centro América y El Caribe) servirá para la toma de las mejores decisiones y para definir la estrategia comercial que se debería seguir. Finalmente, siguiendo el análisis de cadena de valor, se ha incluido un perfil de la producción de estos rubros en el país.



PREGUNTA #2: ¿Cuáles son los principales elementos que aumentan los costos de la agricultura dominicana para la exportación?

Problemas principales	Posibles soluciones
1. Energía eléctrica.	1. Establecer circuitos de 24 horas e incentivar la energía renovable.
2. Costo de los combustibles.	2. Calcular el valor del impuesto por producto exportado y devolver el valor de ese impuesto.
3. Impuestos	3. (Misma anterior).
4. Costo financiero.	4. Tener un fondo de garantía en el nuevo Banco de las Exportaciones (Bandex)
5. El capital.	5. Adecuar los plazos y las tasas de interés a la competencia internacional.
6. Las energías. Tanto la electricidad como los combustibles son muy caros.	6. Buscar bajar el costo de los combustibles y la electricidad para la producción.
7. La mano de obra.	7. Capacitarla más para pagarle más y exigirle más.
8. Falta de asesoría.	8. Asesorías públicas y privadas más eficientes.
9. La intermediación le compra al productor solo el 40%.	9. Educar a los productores para planificar la producción.
10. Logística de transporte.	10. Alianza público-privada para la democratización del transporte.
11. Dispersión de las instituciones y la falta de unificación de los procesos de documentación.	11. Ventanilla única (unificación de procesos)
12. Falta de conocimiento de los elementos legales y tratados comerciales.	12. Educación sobre aspectos legales y tratados comerciales.
13. Los costos de los trámites legales	13. Apoyar en la aplicación y el aprovechamiento de la ley del régimen aduanero de admisión temporal.

ANEXO 1

PREGUNTAS HECHAS A GRUPOS EN EL TALLER Y RESPUESTAS RECIBIDAS

CEI-RD

4 DE SEPTIEMBRE, 2014

PREGUNTA #1: ¿Cuáles son los problemas principales que afectan las exportaciones agrícolas y agroindustriales hacia los Estados Unidos? (Favor considerar los factores de la cadena de valor: producción, post cosecha, cadena de frío, transporte, embarques, aspectos legales, financiamiento, proveedores de servicios a la exportación, aspectos de mercado)

Problemas principales	Posibles soluciones
1. Disponibilidad de materia prima (frutas)	1. Plan estratégico para involucrar profesionales en la producción
2. Certificación de las fincas de producción	2. Incentivo financiero del Estado para cubrir costos y asistencia técnica para hacerlo
3. Veda fitosanitaria	3. Transparentar las causas de la aparición de la plaga y tomar acción para eliminarla y prevenirla
4. Calidad de los bienes producidos	4. Educarnos en comprender los mercados y la demanda de éstos
5. Manejo inadecuado de la post cosecha de algunos bienes	5. Educación desde la producción y el manejo
6. Cadena de frío (por falta de energía en algunos lugares y la inestabilidad en otros)	6. A) Abaratar costos, inanciertos energías no tradicionales y financiar plantas. B) Implementar normas y procesos con empacadoras.
7. El transporte depende mucho de ciertos "grupos", pero no están malos, sino los caminos.	7. A) Hacer acuerdos más definidos con transportistas y no depender de ellos. B) falta de apoyo tecnológico para geolocalización. B) que el CEI-RD apoye con programas de soporte en desarrollo de transportación.
8. Regulaciones legales, demasiadas trabas.	8. A) Reducir pasos, confiar más en el empresariado y aplicar las leyes, todas. B) mejorar los tiempos de inspección para mejorar los tiempos de entrega y despacho.
9. El financiamiento es a muy corto plazo y de interés alto	9. Conseguir más dinero, tener una tasa más competitiva y mejorar los plazos.
10. Inspecciones.	10. Que se realicen en ambientes regulados
11. Producción: los productores trabajan de forma individual y desconocen la competencia externa.	11. Trabajar asociados y bajo un esquema de producción país

II. FUNDAMENTOS DEL ESTUDIO

Este análisis surge de la decisión del Gobierno Dominicano de promover las agroexportaciones dominicanas de frutas, vegetales y tubérculos y de explorar opciones para colaborar con la NSA en sus posibles inversiones en la producción y comercialización de estos productos y en la apertura de nuevos canales de comercialización. Este aumento del conocimiento en estos mercados contribuirá a la creación de empleos rurales y urbanos y propiciará mayor rentabilidad para las inversiones en el sector agropecuario.

En agosto del 2004, los Estados Unidos firmaron el tratado de libre comercio DR-CAFTA con los países centroamericanos y la República Dominicana. Este Tratado comenzó a implementarse en el 2006 en El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, en marzo del 2007, en la República Dominicana y en enero del 2009 en Costa Rica.

El acuerdo da permanencia a los beneficios arancelarios ya existentes en la Iniciativa para la Cuenca del Caribe (CBI), lanzada por el Presidente Reagan bajo su modelo de Comercio y Desarrollo. A nivel tarifario, el DR-CAFTA consolida las ventajas existentes bajo las Iniciativas de la Cuenca del Caribe. A su vez, su éxito descansaría no tanto directamente en la capacidad de la producción y comercialización de los países miembros como en el aumento drástico del flujo de inversiones a los países miembros. Un elemento no considerado fue la dilución de estos beneficios arancelarios con la firma de otros tratados de libre comercio como los Colombia y Perú. El TPP, bajo discusión en este momento, no se enfoca en la eliminación de barreras arancelarias.

De hecho las exportaciones dominicanas se han mantenido prácticamente estáticas desde la firma del Acuerdo. En el 2006 los EE.UU. exportó \$5,350 millones e importaron \$4,532. En 2014 las exportaciones a la República Dominicana alcanzaron casi 8 mil millones de dólares (\$7,922.1) y las exportaciones se quedaron por debajo del nivel en el 2006, \$4,519 millones. Las cifras para los primeros seis meses en el 2015 mantienen la tendencia, con exportaciones en \$3,621.3 millones e importaciones de productos dominicanos en \$2,317.1 millones.

En primer lugar, antes del Acuerdo, el mercado no limitaba el crecimiento de las exportaciones dominicanas. La CBI ya los había liberado. Además, los aranceles no son los únicos impedimentos al comercio exitoso. Uno de los obstáculos principales era la baja competitividad, y los factores técnicos y económicos necesarios para alcanzarla, tales como aumentos en producción en el campo por unidad monetizada de insumos y las actividades post-cosecha como lavado, selección, agregación, almacenaje, empaque, cantidad, calidad y la permanencia en el mercado.

Para la mayoría de los productos agrícolas y agroindustriales, con excepción del azúcar, el acuerdo institucionaliza los beneficios arancelarios ya existentes en la Iniciativa de la Cuenca del Caribe (CBI/ICC) lanzada por el Presidente Reagan bajo su paradigma de Comercio y Desarrollo. El DR-CAFTA consolida las ventajas existentes bajo las Iniciativas de la Cuenca de El Caribe (CBI por sus siglas

en inglés). A su vez, su éxito descansa en la capacidad de la producción y comercialización de los países miembros.

El mercado no era considerado la limitante. El acceso al mismo ya había estado liberado por la CBI. Uno de los obstáculos principales era la competitividad, determinando cantidad, calidad y la permanencia en el mercado. Costa Rica, uno de los países más pequeños en este conjunto de naciones, y el último en lanzarlo, tuvo volúmenes de exportaciones agrícolas en el 2013 de 38,620 unidades, mientras Honduras, uno de los primeros en firmar, con gran extensión territorial, y a pesar de ser uno de los primeros en sus crecimiento de exportaciones no tradicionales durante los 80, ahora se mantiene relativamente estancado en la marca de las 17,000.

En el 2013, las exportaciones hacia los Estados Unidos de este bloque comercial arrojó un valor de exportaciones totales de \$30,113,657, 657, ¹y las agrícolas (o categoría 11) alcanzaron \$4,148 mil millones, el 13.8% del total. Estos valores para la República Dominicana ascienden respectivamente a \$4,255 billones (año con año) y \$150 millones (\$ en productos agrícolas (categoría 111), mientras que Alimentos Procesados (311) descienden de \$282 millones en el '12 a \$173 millones el año pasado. Cabe resaltar que Bebidas y Tabaco (312), alcanzando \$518 millones.— estos han superado más del 200% de la cifra alcanzada en el 2005.

En el marco de CAFTA-RD, las políticas fiscales, sectoriales y monetarias toman un papel preponderante. Una economía con una política monetaria donde el importador es premiado, el mercado doméstico protegido, y el exportador castigado, obviamente exportará menos que una economía con moneda ligeramente subvaluada. Políticas sectoriales, como el costo energético, pueden acelerar o descarrilar una agricultura de exportación llamada a competir en la arena internacional. Estas variables o parámetros macros, monetarios y meso definirán

el marco de políticas amparando o viciando el potencial exportador abordado por el informe.

Por estas razones (condiciones de aranceles pre-CAFTA-DR, por ejemplo) se encuentran anomalías al contrastar la realidad contra expectativas. Así vemos como la RD exporta \$4, 256 billones en 2013 contra \$4, 532 billones en el 2006. De hecho, y a primera vista, a pesar del CAFTA, los niveles de exportación desde el 2000 oscilan dentro de una estrecha banda entre valores extremos de un bajo \$3.671 billones en el 2008 y un alto de \$4.6 billones en el 2006. En la composición de las exportaciones, sin embargo, los agrícolas muestran mayor pujanza como se apunta a continuación.

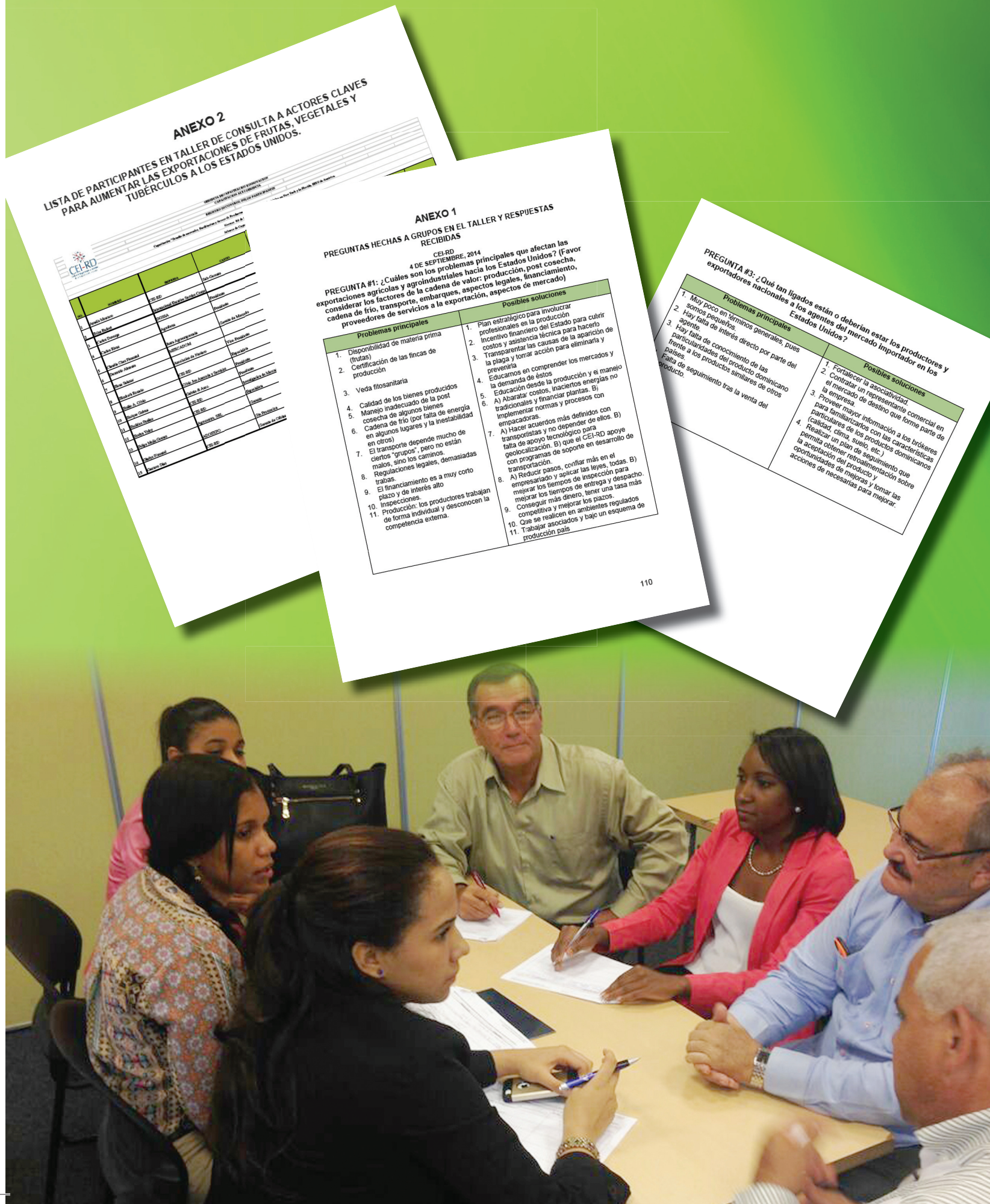
¿Dónde residen los beneficios del CAFTA-RD? La gran ventaja es la estabilidad de los beneficios arancelarios. Esta estabilidad debería atraer mayor inversión directa nacional y Americana (USFDI) hacia estos países. Estas inyecciones de capital deberían haber sido el principal motor impulsando la expansión de las exportaciones de toda índole hacia el gran mercado americano. En las discusiones preliminares y sostenidas entre el 2004 y el 2007 sobre el tema, se esperaba un fuerte aumento en las inversiones en producción, procesamiento y manejo post-cosecha, así como en infraestructura clave, pública y privada.

La competencia entre los miembros de DR-CAFTA definiría ganadores o rezagados en el mercado americano. Esto se podrá ver especialmente en mercados altamente valorados, como los del Gran New York o poderosos centros de distribución y consumo como el sur de La Florida. Costa Rica, por ejemplo, uno de los países más pequeños en este conjunto de naciones, y el último en lanzar su DR-CAFTA, tuvo volúmenes de exportaciones agrícolas en el 2013 de 38,620 quintales, mientras Honduras, uno de los primeros en firmar, con gran extensión territorial, y a pesar de ser uno de los primeros en su crecimiento de exportaciones no tradicionales durante los años 80's, ahora se mantiene relativamente estancado en la marca de las 17,000.

Cabe hacerse la pregunta sobre dónde residen los beneficios del DR-CAFTA. A continuación

¹ Fuente: Foreign Trade Division, U.S. Census Bureau. (2014)

ANEXOS



se presentan algunos las respuestas a esta interrogante:

En las discusiones preliminares y sostenidas entre el 2004 y el 2007 sobre el tema, se esperaba un fuerte aumento en las inversiones en producción, procesamiento y post-cosecha, así como en infraestructura clave, pública y privada.

Se anticipaba que las principales entidades de desarrollo, tales como USAID, el Banco de Importación y Exportación, USDA y OPIC inyectaran recursos adicionales en los países miembros. Honduras, El Salvador y Nicaragua se vieron beneficiados por ambiciosas donaciones hacia la agricultura e infraestructura primordialmente por el MCC, mientras que otros países recibieron apoyo de la USAID.

En Centro América, cadenas de empresas como Hortifruti, o en Costa Rica como Interfruit, al establecer los estándares, cadenas de transporte y cuartos fríos, los mecanismos financieros para trabajar con los productores, y la asistencia técnica para mejorar la calidad de los productos y su empaque han aportado plataformas de las cuales resulta mucho más fácil saltar a la acometida de las que una vez fueron difíciles exportaciones.

No se ha identificado aún ningún caso en la República dominicana donde el abastecer a los sofisticados mercados locales ha permitido brincar a la exportación. Además, sí se han comprobado casos a la inversa, de la exportación, lo que se rechaza se mercadea, como en todas partes en el mercado local. Esos intermediarios muchas veces crecen y se convierten eventualmente en distribuidores, incluyendo la exportación. Ha sido el caso con comercializadores de los rechazos de invernaderos en San José de Ocoa².

Otro elemento clave del Tratado es la armonización de regulaciones y acceso a informaciones que permitan mejor supervisión y control sobre actividades financieras y

comerciales. Este elemento busca detener el lavado de dinero, tráfico ilegal de drogas y otras actividades consideradas nocivas a los países miembros. Este elemento, por sí mismo, debería ser un gran incentivo para los Estados Unidos en su apoyo a las exportaciones locales; aparentemente esa negociación o no ha sucedido o no ha tenido el éxito esperado.

Entre las primeras figuras son puertos y aeropuertos, vías de accesos, mayor transparencia y confiabilidad en los programas sanitarios y fitosanitarios, y estandarización, agilidad y transparencia en los trámites de exportación e importación. Los tratados de inversión extranjera entre los signatarios ocupaban un lugar prioritario como condición al triunfo del Tratado.

El inversionista y empresario agrícola debería invertir en, y el marco de políticas del gobierno deberían facilitar, elementos considerados cruciales tales como invernaderos/agricultura bajo techo, riego para reducir los riesgos climáticos, líneas bancarias especializadas, tratamiento térmico (mangos—demostrado crucial en países como Haití) y en la indispensable cadena de frío para los perecederos.

Se anticipaba que las principales entidades de desarrollo, tales como USAID, MCC, el Banco de Importación y Exportación, USDA y OPIC inyectaran recursos adicionales en los países miembros. Honduras, El Salvador y Nicaragua se vieron beneficiadas por ambiciosas donaciones hacia la agricultura e infraestructura primordialmente por el Millenium Challenge Corporation (MCC), mientras que otros países recibieron apoyo de la USAID. Durante este período, la prioridad de esta última en el hemisferio, sin embargo era el Plan Colombia y a nivel global el Medio Oriente. Por lo tanto, los recursos esperados para los miembros del CAFTA-RD no llegaron en los montos anticipados. En resumen, en la República Dominicana las inversiones por las fuentes oficiales de los EE.UU en el sector, aunque importantes, no llegaron a los niveles esperados.

La capacidad de la agricultura de atraer inversiones está comprobada en la proliferación de invernaderos o agricultura bajo techo en el

² Información obtenida en la entrevista a ejecutivos del Departamento de Producción Bajo Ambiente Protegido.

país, sobre todo en las regiones altas. Los análisis propuestos buscan identificar opciones donde la agricultura nacional se beneficie aun más con estas inversiones.

Para los países centroamericanos, el Tratado ganaba mayor importancia porque ofrecía una plataforma idónea para acelerar la integración del Mercado Común Centro Americano. Complementando esta dinámica, los países centroamericanos han desarrollado empresas en su región especializadas en la compra y comercialización de productos perecederos en todos ellos. La tendencia hacia la “supermarketización” ha fortalecido estas empresas y creado la base, con sus requerimientos de control pre-cosecha, volúmenes, calidad, manejo post cosecha, empaque y estacionalidad para mejorar su posicionamiento en el mercado americano.

Otro elemento clave del Tratado es la armonización de regulaciones y acceso a informaciones que permitan mejor supervisión y control sobre actividades financieras y comerciales.

NAFTA

En adición, especialmente para productos agrícolas y agroindustriales, el tratado brinda la oportunidad de competir con el exportador de productos agrícolas a los EEUU más importante, México. O sea, una importante dimensión del CAFTA-RD es la relación del mercado americano con su socio del NAFTA, México. El volumen de exportación (en unidades de 100,000 lb) resalta un fuerte contraste. En el 2012, México exporta 147,702 unidades contra las 1,387 unidades de República Dominicana. Si utilizáramos un “benchmarking” de brecha contra los mejores exportadores, esto arrojaría 0.0009, demasiado bajo a nivel de país-benchmarking para que el mismo fuera de utilidad a los líderes dominicanos. A nivel de rubros específicos, y buscando ventanas concretas dejadas abiertas por el clima en México, podrían existir opciones. Mas la experiencia centroamericana indica que dichas ventanas son volátiles y si México entrase con su producción inesperadamente, las pérdidas podrían ser cuantiosas.

Inclusión y pobreza.

Los diseñadores y negociadores de estos programas, tanto este Tratado como el NAFTA, consideraban importante la inclusión de la mayoría de la población en los beneficios de este comercio. En particular, y en respuesta al marcado interés de poderosos congresistas americanos, estaban muy interesados en evitar que estos tratados aumentasen la presión migratoria tanto legal como ilegal hacia los EEUU. Sin embargo, los intereses de la agroindustria americana (por ejemplo, avícola y cerealera) definieron las medidas finalmente adoptadas, especialmente en México.

Principal Beneficio.

En resumen, para la agricultura y la agroindustria en la República Dominicana, el principal beneficio debería haber sido una mayor inversión en la agricultura exportadora del país. Esta inversión, tanto pública como privada, sus bondades y lagunas, e impacto sobre las exportaciones hacia los mercados de Nueva York y las principales centros de importación y distribución de productos agropecuarios dominicanos de W, será discutida al final del estudio.

El comercio reciente de productos agropecuarios entre la República Dominicana y los Estados Unidos.

El intercambio comercial total de los Estados Unidos con la República Dominicana presenta un desbalance a partir de la implementación del DR-CAFTA. En el albor del siglo XX, del 2000 al 2005, esa relación estaba en equilibrio (un ratio de 1:1).³

Las importaciones procedentes de los EE.UU en 2013 alcanzaron los US\$ 7,196.2 millones, o sea un crecimiento de +52.5% con relación a la referencia anterior (2005) a la entrada en vigencia del Tratado.

Las exportaciones dominicanas hacia ese mercado ascendió a US\$4,256 millones, representando una disminución de 7.5% con

³ Fuente: Office of Trade and Industry Information, Department of Commerce, February 2013.

nacional, la excelente organización de este “Clúster” y la creciente demanda por esta exótica fruta, no existe ninguna explicación lógica para su gran variabilidad en producción y su débil presencia en los mercados bajo consideración. La presencia de agroempresarios exitosos en esta exportación resalta aún más esta falta de explicación lógica. Un programa nacional de producción de mangos para la exportación debe estar basado en la capacidad de producción existente, las nuevas variedades ganando popularidad (como Mingolo y el Hindú Alfonso), capacidad tecnológica, control de plagas y fortalecimiento de la cadena de valor del mango. Para avanzar en esta dirección, agroempresarios y funcionarios podrían considerar un taller de trabajo que sirva de despegue para una nueva plataforma de exportación de este producto.

- B.7. Los vegetales orientales se deben incluir en el conjunto de productos y tener un monitoreo más intenso y una disposición de apoyarles de surgir cualquier obstáculo legal o de otra índole, así como para incluirlos en programas especializados en la promoción de exportaciones agrícolas perecederas, tales como líneas de créditos especializadas o fondos de garantía.
- B.8. Incluir en la unidad de monitoreo de todas estas exportaciones la capacidad de identificar nuevos productos o mercados y de aconsejar medidas para su fortalecimiento.
- B.9. Imitando el ejemplo de otros países, en donde se han presentado situaciones de plagas similares a las que enfrenta la República Dominicana con la Mosca del Mediterráneo, se sugiere hacer gestiones de recursos para capitalizar con transparencia empresas golpeadas por la ausencia en el mercado causada por las plagas. Esto se debe hacer a través de alianzas público-privadas que formalicen mecanismos de financiamiento para asegurar los recursos fitosanitarios existan para mantener los programas aun con cambios políticos.
- B.10. Los productores y exportadores tienen buenas organizaciones, como la JAD y como los clústeres de Mango y Agricultura Bajo Techo. Sin embargo, los esfuerzos aparentemente están dispersos en el tema específico de agricultura y agroindustria en la exportación de perecederos. Se sugiere aplicar las lecciones aprendidas en otros países, tal como Guatemala, y estimular la creación de una organización de exportadores agrícola independiente, siempre en colaboración con el sector público. En ese sentido se sugiere la creación de un Consorcio Agroexportador Dominicano.
- B.11. Dicho consorcio o una organización similar facilitaría la colaboración entre los sectores oficiales y privados comprometidos a aumentar las agroexportaciones dominicanas.
- B.12. Basado en los comentarios recibidos, se sugiere una serie de cursos de entrenamientos en contabilidad de costos para que los agroempresarios o sus delegados puedan identificar con mayor celeridad dónde están las ganancias y qué les ocasiona pérdidas.
- B.13. Considerando la veda de algunos productos dominicanos hacia los Estados Unidos, e inclusive, sin la veda, los agroexportadores diversificarían sus riesgos si explotan otros mercados, comenzando por las islas vecinas y los mercados en crecimiento como Rusia.



- B.2. Los costos de transacción, manejo de programas públicos y regulaciones, han formado en muchos países un elemento substancial en la estructura de costos y competitividad. Por lo tanto, se sugiere agilizar su procesamiento con el objetivo de aunar los esfuerzos del sector público en un solo mecanismo. Competidores como Guatemala han establecido la ventanilla única, la cual ha tenido gran éxito en reducir tiempos y costos para los exportadores y productores.
- B.3. Los agroempresarios nacionales ameritan un fuerte apoyo para que puedan aprovechar a fondo el mercado extranjero. Al mismo tiempo, se deben crear las condiciones propicias para atraer inversiones al sector, así sean domésticas, de NSA o de otros. El Consorcio Agroexportador Dominicano propuesto podría coordinar estos esfuerzos, incluyendo la formulación de un plan que defina acciones concretas para lograr la penetración deseada. Este enfoque podría aportar un instrumento útil al CEI-RD para promover exportaciones y captar inversiones, en parte apoyándose en este análisis.
- B.4. Ya se ha mencionado repetidas veces que el sector agroexportador está altamente fragmentado. Basado en experiencias en otros países, se sugiere que el sector público y privado exploren la posibilidad de eliminar costos transaccionales y acelerar la formación de polos agroempresariales. Estos polos permitirán captar economía de escala, mejorar la protección fitosanitaria en los campos de producción y los centros de post-cosecha así como para manejar mejor el riesgo de plagas y climáticos, y tener acceso rápido a la información gerencial.
- Adaptando medidas exitosas en otros países se sugiere la organización de una ventanilla única para acelerar tramitaciones. En otros países, estas ventanillas, llamadas a coordinar la mayor parte de los trámites exigidos por cada agencia estatal, tienen presencia en los principales centros de exportación. Por esta razón y por su éxito en este tipo de mecanismos, su crecimiento en el mercado americano y su capacidad de lograr una mejor colaboración entre el sector público y privado, se sugiere una visita de estudio de oficiales y agroempresarios a Guatemala.
- B.5. Se sugiere que el CEI-RD, aunando esfuerzos con el Ministerio de Agricultura y otras entidades estatales, de un lado, y la Junta Agroempresarial Dominicana, coordinando con los elementos interesados del sector agroempresarial y exportador, así como sus asociaciones, del otro, formar una alianza público-privada para el fortalecimiento de la protección fitosanitaria y para la rápida eliminación de plagas que amenacen las exportaciones.
- B.6. Mango. En respuesta al clamor por mangos dominicanos en Nueva York, en La Florida y el resto de los Estados Unidos, el CEI-RD podría propiciar la coordinación de esfuerzos con otras entidades gubernamentales, el APHIS, el Clúster de Mango, inversionistas y centros tecnológicos para la creación de plantas de tratamiento hidrotérmico, preferiblemente en la región Banileja, la principal zona productora de mangos. Miembros de la NSA han comentado su interés en explorar su participación en la instalación de estas plantas. Dada la experiencia

respecto al 2005, en el cual alcanzaron los US\$4,603.7 millones.

La proporción X/M se aproxima al 1:1.70; por cada dólar exportado por la República Dominicana se importan desde los Estados Unidos un equivalente a \$1.69

En el quinquenio 2001 a 2005 esa relación comercial era 1:1.

El sector agropecuario refleja una relación más positiva para la República Dominicana.⁴

US\$ 1,125.7 en importaciones de los EEUU en 2013, da un crecimiento de +20.7% desde el 2005. (\$470 millones).

US\$ 863.6 millones exportados acusa un crecimiento bordeando el 79% en el mismo periodo. Esta cifra indica el gran peso de las exportaciones a los EE.UU dentro del contexto nacional, donde las agroexportaciones superan los \$1.2 billones.

Gracias a este crecimiento el ratio X/M con el principal mercado internacional se mantiene relativamente bajo, en 1:1.3 equivalente a \$1.30; en el quinquenio 2001 a 2005 esa relación comercial era equilibrada 1:1.

Tal como ha sido indicado previamente, en 2013 la participación agropecuaria ha crecido hasta un 20.3% en el total de las exportaciones hacia los Estados Unidos. Ahora bien, el total exportado (la base de comparación o denominador) ha bajado de \$4,365 en el '12 a \$4,256 en el 2013.

En resumen, la agricultura en ambos países se han beneficiado del mercado entre ambos. Es posible que de avanzar los intentos nacionales de producir etanol, estas exportaciones lleven a la R. D. a una nueva relación de equilibrio con los EE.UU.

Problemas a abordar

Para que un país aproveche el potencial del mercado, tanto a nivel local como de exportación, se necesita hacer un análisis minucioso de la

oferta y de las condiciones del mercado en sí. El análisis de la oferta muestra si el país puede responder a la demanda actual y potencial. Se deben analizar aspectos de producción, competitividad, manejo post cosecha y otros elementos que facilitan el flujo de los productos hacia el mercado y su aceptación. El análisis de la demanda, por otro lado, muestra el tamaño, las exigencias de los consumidores y cualquier elemento que bloquee o facilite el acceso al mercado.

En los productos agrícolas en la República se presentan todos esos problemas. A veces no se conoce el mercado a plenitud y, otras veces, cuando se hacen estudios del potencial del mercado, se considera que los hallazgos se van a mantener estáticos para siempre y que no se necesita seguimiento alguno. Para el beneficio de los productores, exportadores y del país en sentido general se necesita enfrentar cada uno de los problemas de la cadena de valor, comenzando por la planeación de la producción, el manejo post cosecha, el análisis de precios, las barreras de acceso a los mercados, los gustos y preferencias de los consumidores y las exigencias de cada uno de los agentes que trabajan para dinamizar el flujo de los productos desde el productor hasta el consumidor final.

Desafortunadamente, poco antes del comienzo de este esfuerzo se detectó la presencia de la Mosca del Mediterráneo (*Ceratitis capitata*). Con ello se produjo la prohibición de las exportaciones a los Estados Unidos por APHIS de los principales productos dominicanos exitosos en los mercados de Nueva York y La Florida, incluyendo productos de invernaderos, tales como pimientos morrones, ajíes habaneros y tomates. También han sufrido los aguacates cáscara verde o criollos.

Mientras se desarrollaba el estudio, una gran sequía afectaba a la familia rural dominicana. Esto afectó en gran medida el deseo de los agroempresarios de invertir fondos adicionales en producción o comercialización.

⁴ Fuente: US Census Bureau, FAS-USDA. Datos también citados por Manegonte, comunicación privada.





- La poca confiabilidad, aunque hasta recientemente tenía una tendencia positiva, en los embarques dominicanos de productos perecederos.
- La falta de capacidad de los exportadores para mantenerse en el mercado cuando los precios oscilaban en su contra.
- Principalmente en La Florida, aun se siguen recibiendo embarques de productos que muestran problemas en su cadena de enfriamiento (“quema” por temperaturas bajas, metanización por temperaturas altas).

- A.17. En cuanto a las inversiones y la apertura comercial, el DR-CAFTA le ha dado un gran impulso a las inversiones americanas en el país. Sin embargo, esto no ha promovido las exportaciones dominicanas como era esperado.
- A.18. La NSA es una organización clave en la movilización de inversiones hacia la producción de productos perecederos y la cadena de exportación.
- A.19. La inversión más exitosa en la producción de vegetales ha sido la hecha en agricultura bajo ambiente protegido. Sin embargo, el clúster ha encontrado como una gran barrera la falta de asistencia técnica apropiada.
- A.20. El éxito de productos “medallas de oro” tales como pimientos y ajíes picantes, tomates uva, aguacates y la yautía, se deben especialmente a la capacidad agroempresarial de los productores, tanto nacionales como extranjeros en el país.
- A.21. Existen beneficios fiscales para los productores y exportadores que no son bien comprendidos ni utilizados (por ejemplo, reembolso por insumos reexportados en menos de 18 meses).
- A.22. La fragmentación en las políticas, trámites y programas vinculados a las exportaciones aumenta la incertidumbre, los riesgos y los costos. Esto también disminuye la competitividad.
- A.23. Los productos dominicanos compiten con productos similares de otros países, los cuales están muy bien posicionados en el mercado. Por ejemplo yuca de Costa Rica y la lechosa y mango de México y Guatemala.
- A.24. Los problemas de aprovechamiento del mercado no son por falta de demanda, sino por problemas de manejo de los productos, la post-cosecha y la preparación desde el inicio de la cadena de valor para el mercado de exportación.

B. Recomendaciones

Las siguientes sugerencias recopilan aquellas vertidas por los agentes en la cadena de exportación tanto en el país como en los mercados externos explorados.

- B.1. Cuando el protocolo con APHIS lo permita, y capitalizando en la gran capacidad de la NSA, se recomienda organizar una promoción de productos dominicanos en Nueva York para restablecer la presencia marca país entre los consumidores en los mercados estudiados. Éste debe ser un esfuerzo conjunto, incluyendo brókeres y agentes comerciales y supermercados, especialmente los miembros de la NSA. Se sugiere que se haga al inicio de la temporada o que coincida con la celebración de la semana de la dominicanidad en Nueva York. Esto es similar a las promociones de productos americanos que empresas hacen para sus productos alrededor del 4 de julio, Día de la Independencia de los Estados Unidos, en la República Dominicana.

- A.6. El gran triunfo alcanzado por las exportaciones producidas en invernaderos, como los pimientos morrones y los tomates, podrían perder sus mercados permanentemente, a causa de las medidas por la presencia en el país de la Mosca del Mediterráneo. La situación actual hace que los productores tengan que pensar en la diversificación de su producción o formas alternativas para procesar los productos actuales afectados por la veda.
- A.7. La dinámica del mercado y la iniciativa empresarial no pueden ser enmarcadas por productos. Por esa razón, se ha incluido la identificación de otras opciones: Igualmente vale la pena considerar los vegetales orientales. El nombre en sí encierra toda una gran variedad de productos cuyo principal común denominador es que en un principio eran consumidos principalmente por familias con cultura asiática. Sin embargo, su consumo está muy generalizado en los Estados Unidos.
- A.8. Los productos dominicanos están representados en los mercados de Nueva York y La Florida. Sin embargo, su presencia es débil y sujeta a ausencias en estos mercados. Una de las razones puede ser que los productos dominicanos no son diferenciados. El empaque es la principal manera de diferenciar estos productos y no cuesta mucho.
- A.9. Sobresale el interés de los comerciantes de contar en el mercado con el mango dominicano, en cantidad y calidad. En todos los mercados consultados saltó la pregunta, ¿dónde está el mango dominicano? Este producto, uno de los nueve, continúa brillando por su ausencia mientras los de México, Haití, Perú, Ecuador y Centro América, continúan conquistando nuevos nichos para este atractivo producto.
- A.10. Ni la lechosa/papaya ni la piña, con mercados prometedores en La Florida y sus puntos de distribución, han llegado a los niveles proyectados hace una década. Sin embargo, están ocurriendo, en estos momentos, significativas inversiones en estos dos productos. Además, la organización de campesinos productores ha recibido una fuerte ayuda en la obtención de material de siembra de buena calidad para la piña MD2. Esto representará un gran incremento de la producción local y las oportunidades para ampliar la exportación de este producto.
- A.11. La yuca ha perdido su mercado, principalmente por tener costos más altos que sus competidores de Costa Rica, el exportador dominante.
- A.12. La calabaza japonesa (kabocha) aún no se ha afirmado entre los productores dominicanos debido en parte a sus relativamente altos costos de producción y tiene un fuerte competidor que es México.
- A.13. Brókeres y comerciantes en Nueva York y La Florida han afirmado la buena aceptación de los productos dominicanos. Sin embargo, ellos también hacían notar que los centroamericanos estaban compitiendo en precios fuertemente.
- A.14. Es un mito: El ama de casa dominicana, ni en La Florida ni en Nueva York, compra los productos por su origen dominicano. Estas amas de casa, obligadas a la disciplina de un limitado presupuesto familiar, compra en base a precio y calidad.
- A.15. Existe una falta de información en el mercado sobre la situación de la veda que le tiene los Estados Unidos a ciertos productos dominicanos por la presencia de la Mosca del Mediterráneo. Los bodegueros estaban disgustados porque no recibían más aguacates verdes (de gran aceptación por los latinos) o ají habanero de la República Dominicana. Nadie sabía que APHIS había prohibido las exportaciones de estos productos.
- A.16. Brókeres y comerciantes en Hunts Point y otros mercados en Nueva York, y en el sur de La Florida, tienen las siguientes quejas:

III. OBJETIVOS

Los objetivos de la presente consultoría se enmarcan dentro del Acuerdo firmado entre el CEI-RD y la National Supermarkets Association (NSA), en fecha quince (15) de enero de dos mil trece (2013). El objeto de dicho Acuerdo fue el siguiente:

- Colaborar en el desarrollo de estrategias de promoción y relanzamiento de los productos agrícolas, agroindustriales, bebidas y de cualquier otro tipo, de los diferentes sectores productivos de la República Dominicana.
- Promover acciones e iniciativas de capacitación, destinadas a mejorar la competitividad de los productos y productores dominicanos y a optimizar su rendimiento.
- Identificar nichos de mercados y oportunidades de negocios y promover a través de diversas actividades a nivel nacional e internacional, las facilidades de hacer negocios en el país, especialmente bajo el Acuerdo de Libre Comercio entre la República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos de América (conocido por sus siglas en inglés como DR-CAFTA), propiciando así la captación y establecimiento de nuevas empresas en este sector, incrementando la oferta exportable.

En este sentido, mediante el citado Acuerdo, el CEI-RD se comprometió a realizar un estudio, en los Estados de New York y La Florida, que identifique los nichos de mercado, los retos de acceso, obstáculos actuales con propuestas específicas de facilitación, especificando además los productos, volúmenes, precios actuales y sugeridos y cualquier otra información que estime pertinente para lograr el objetivo del Acuerdo.

En base a lo anterior, se planteó que el objetivo general de esta consultoría era la realización de un estudio de mercado, facilitación y acceso de productos agrícolas y agroindustriales en la ciudad de New York en una primera fase y la elaboración de un estudio de igual contenido para el estado de La Florida, de modo que sirva de modelo de estrategia de promoción de exportación de productos dominicanos hacia ambos mercados e identifique los actuales retos de exportación para ser competitivos, incluyendo soluciones puntuales, recomendación y plan de trabajo.

El estudio se enfocó específicamente en los siguientes aspectos:

- Identificación de aquellos obstáculos que impiden el comercio de productos dominicanos en Nueva York y La Florida, para así plantear soluciones a los mismos y establecer una ruta crítica que permitan una correcta implementación y alcance de los resultados esperados.
- Proveer una plataforma para que por medio de los resultados Estado Dominicano pueda aplicar soluciones y que los comercializadores en New York y La Florida puedan estar comunicados con los productores, acopiadores y exportadores dominicanos, y a la vez puedan realizar negocios de manera conjunta, ya sea a través del CEI-RD o de forma directa.

- Que se puedan establecer mecanismos, como parte de la implementación, que busquen crear programas de certificación y entrenamientos dirigidos a los productores nacionales y enfocados en los nuevos reglamentos y normativas exigidas a los productos agrícolas que entran al mercado norteamericano y que son necesarios para las Buenas Prácticas Agrícolas (BPA).

Buscando operacionalizar estos planteamientos, el equipo Agrofora replanteó estos objetivos de la siguiente forma:

- Mejorar la competitividad de frutas, vegetales y tubérculos dominicanos en los Estado de Nueva York y La Florida.
- Definir un modelo de promoción de exportación de productos dominicanos hacia

ambos mercados y, a través de ellos, al resto de los Estados Unidos.

- Identificar las actuales debilidades en la cadena de exportación que limitan su competitividad.

- Recomendar soluciones concretas a ser implementadas en el corto y mediano plazo.

El enfoque central de Agrofora, SRL es ofrecer soluciones a las limitaciones encontradas vía una mayor productividad a lo largo de las cadenas de valor y el apoyo a la promoción en los mercados más rentables. También se contribuye al realce y al análisis de los actores principales, definiendo el futuro de actividades aún incipientes, pero potencialmente importantes para la economía dominicana, así como para los agroempresarios y la población rural.

VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Esta sección presenta las principales conclusiones a las que se ha arribado, luego de hacer las investigaciones y análisis correspondientes. Las mismas están reforzadas y validadas por actores claves contactados durante el proceso de entrevistas y participaron en los conversatorios y talleres organizados, además de las contribuciones de los especialistas contrapartes del CEI-RD.

Tanto los productores como los exportadores dominicanos pueden aumentar significativamente sus ganancias, reducir sus riesgos, y diversificar sus mercados en el Gran New York (o sea, New York, New Jersey y Connecticut) y La Florida. De igual manera, los importadores, distribuidores y agentes/brokers y comerciantes mayoristas y detallistas pueden encontrar en la República Dominicana productos competitivos.

A. Conclusiones

- A.1. El país cuenta con las condiciones agroecológicas para producir los productos analizados. Sin embargo, los productores y exportadores trabajan de forma independiente en todos los procesos y no se aprovechan las sinergias para lograr economías de escala.
- A.2. La participación del mercado de los Estados Unidos para los productos analizados es baja en comparación con el gran potencial de producción que se tiene en el país y los relativos buenos precios que se pueden conseguir en el mercado de exportación de estos productos.
- A.3. El mercado de los Estados Unidos para frutas, vegetales y tubérculos, continúa creciendo. La demanda por productos latinos y tropicales va en ascenso y acelerará durante los próximos diez años.
- A.4. En el mercado del Gran Nueva York (Nueva York, New Jersey y Connecticut) los productores y exportadores dominicanos cuentan con un poderoso aliado: la Asociación Nacional de Supermercados (NSA). Esta poderosa agrupación tiene una gran membresía de dueños de supermercados y bodegas de dominicanos y podría ser un canal óptimo de comercialización e inversión en operaciones conjuntas en la producción para exportaciones dominicanas.
- A.5. Las ganancias en el mercado del Gran Nueva York atrae tanto a los abastecedores convencionales, como México y Centro América, así como a nuevos participantes (Colombia, Tailandia, Egipto). Tanto los mercados como la competencia tienen tendencias a aumentar. Este mercado (USA) demanda alta calidad y controles fitosanitarios, y en la inocuidad de alimentos.



El día 18 de marzo de 2015, las autoridades de APHIS, USDA, emiten una Orden Federal prohibiendo la entrada a los EE.UU. de 18 productos agrícolas de R. D. que son hospederos de la referida plaga. Estos productos son los siguientes: aguacate, ajíes, tomate, lechosa, uva, sapote, litchi, longan, cítricos (clementina, grapefruit, limón, mandarina, naranja, pomelo, tangelo, tangerina) tuna (fruta de cactus) y mango. En el caso del mango, si el mismo recibe tratamiento hidrotérmico puede entrar a Estados Unidos.

Los productos agrícolas dominicanos de mayor impacto con la prohibición son ajíes, aguacates, tomates y lechosa. La JAD ha estimado que las pérdidas anuales del país serían de 27 millones de dólares en ajíes, 22 millones en aguacate, 7 millones en tomates y 5 millones en lechosa, de continuar la prohibición.

Además de los Estados Unidos, otros países se han sumado a la veda. Hasta el 27 de abril de 2015, los países que han puesto restricciones a los productos agrícolas dominicanos debido a la presencia de la Mosca del Mediterráneo, son: Estados Unidos de América, Haití, St. Kitts & Nevis y Trinidad & Tobago. La duración de las

prohibiciones de los mercados, principalmente el de Estados Unidos, ha traído como resultado varias especulaciones, ya que se ha hablado desde un mes hasta más de un año. La mayoría de los técnicos consideran que será de más de un año.

En fecha 29 de abril del 2015, APHIS ha anunciado el levantamiento de la prohibición al aguacate de la variedad Hass y al tomate verde, por no ser hospederos de la plaga. Las autoridades dominicanas trabajan contra el reloj, ya que si persisten las poblaciones de esta plaga hasta la temporada ciclónica que se inicia en junio, los vientos podrían desplazar la plaga a las zonas más al oeste del país.

En caso de que la Mosca se mueva hacia el oeste de su actual posición, se puede encontrar con las plantaciones de cacao en El Seibo y luego con plantaciones de cítricos y café en Hato Mayor. Todos estos cultivos son hospederos de la plaga (CABI, 2015). Más hacia el oeste se encontraría con diferentes cultivos hospederos. También existe el riesgo de movimiento de la plaga a través del factor humano, ya que las personas en ocasiones pueden trasladar frutos de las zonas infestadas a otras zonas.



IV. METODOLOGÍA

A. Consultas y Análisis de Estudios Previos

Los distintos estudios consultados muestran en general grandes fortalezas y pocas debilidades. Ese reconocimiento influenció en la selección metodológica del agente principal (principal agent) más que cifras como el pilar central del análisis aquí presentado. En particular, agentes principales opinaron que estudios adicionales a los que ya se habían hecho no eran necesarios.

Los principales estudios verificados con visitas de campo, discusiones con los agentes principales y bases de datos fueron los siguientes:

1. Josefina Infante; et al. Estudio Demanda del Mercado de New York y la Oferta Dominicana. Hunts Point Development Corporation. Para la Dirección de Comercio Exterior (DICOEX) de la Secretaría de Estado de Industria y Comercio, Feb. 2009.
2. ECOCARIBE. Estudio sobre la Oferta Exportable de Frutas y Vegetales para el Mercado de los Socios del EPA, Mayo 2010.
3. Karp Resources. USAID/RED Market Linkages Study (primordialmente dirigido a fomentar alianzas con Sysco Metro en el mercado de NY), 2009.
4. Claudia Troncoso; et al. Investigación de Mercados de Productos Nostálgicos para la Comunidad Dominicana en los Estados Unidos. Abril 2011.
5. Pavel Isa Contreras. Perfil de las Exportaciones de Frutas y Vegetales de la República Dominicana. Observatorio Dominicano de Comercio Exterior.

B. Síntesis

El estudio de Hunts Point es la base sobre la cual se han diseñado los análisis más recientes del mercado del Gran Nueva York. Este análisis ha actualizado sus hallazgos y ha evitado al máximo posible la duplicación del mismo.

Se identificaron nueve (9) productos con éxito de exportación o con potencial para aumentar sus volúmenes:

1. Aguacates (Cáscara Verde y Hass);
2. Pimientos Morrones (rojos, amarillos, naranja y verdes) y otros ajíes;
3. Tomates de Invernaderos (Uva, Carnosos, en ramas, Cherry);
4. Yautías (Yautía Blanca y Malanga Coco);
5. Papaya (variedades Sunrise y Maradol);
6. Mangos (variedades Kent, Keitt, Tommy Atkins y Banilejo);
7. Piñas (Golden MD-2);
8. Yuca (parafinada).
9. Calabaza Japonesa (kabocha);

El bien desarrollado análisis de ECOCARIBE dirige sus esfuerzos a encontrar mercados en las islas vecinas (Antillas Menores). Por sus resultados, este estudio y sus recomendaciones deberían ser promovidas, porque el potencial encontrado aún no está siendo aprovechado. Esto reviste mayor importancia porque las exportaciones de productos frescos hacia estos mercados desde los Estados Unidos posiblemente se reduzcan debido a su creciente consumo doméstico y a la fortaleza del dólar. De hecho, existen grupos dominicanos especializados en exportar a las islas de El Caribe, los que deberían recibir mayor motivación y apoyo.

El análisis de USAID/RED fue dirigido a fomentar alianzas con SYSCO, una mega empresa distribuidora de alimentos y otros productos diversos en los Estados Unidos. A pesar de su excelente contenido técnico el estudio no alcanzó sus objetivos porque no eran posibles (viables). Este estudio, sin embargo, nos permite evitar la tentación de hacer un análisis similar, pero esta vez, en lugar de SYSCO lo hacemos con la NSA.

Además, después de extensas discusiones, los directores de SYSCO finalmente y claramente, explicaron que la política de la empresa era comprar al mejor precio posible con la calidad requerida y la confiabilidad demandada en los embarques. Este mensaje ha sido repetido en todas las entrevistas efectuadas durante este trabajo con brokers y mayoristas. La marqueta de Tampa (mercado mayorista) fue específica en

este mensaje: solo compramos en el Sur de La Florida a quien ofrezca el precio más bajo.

El estudio en productos nostálgicos, bajo el liderazgo de Claudia Troncoso, es más bien una exploración del mercado para los productos típicos o folklóricos de la cultura popular. Entre los productos con mayor demanda encontraron; orégano seco, queso de hoja, casabe, vainilla pura, naranja agria, ajo en pasta, agrio de naranja, queso GEO, habichuela con dulce, bizcochos estilos dominicano. Al final: mango banilejo y víveres. El mismo podría abrir la puerta al creciente mercado para productos agroindustriales o ligeramente procesados (los procesados o congelados van perdiendo espacio en los anaqueles).

Pavel Isa analiza la presencia dominicana con sus distintos productos y su competencia en los mercados europeos y americanos. Él enseña con precisión las presiones competitivas a las cuales los productores y exportadores dominicanos deben responder no solo en los EE.UU sino en la UE. Apunta hacia la importancia del mercado europeo en la mezcla de productos exportados. En general, sus resultados apuntan a darle mayor importancia a los nuevos mercados en crecimiento (por ejemplo, el mercado ruso). En su más reciente publicación, el señor Pavel Isa enfatiza en la necesidad de fortalecer las instituciones llamadas a acompañar la penetración de las exportaciones de productos dominicanos en los mercados más prometedores.

C. Conclusiones de Resultantes de los Estudios Revisados

Estas inversiones indiscutiblemente aportan una plataforma de conocimiento, la cual ofrece oportunidades de mejorar estrategias y políticas. Mas, como en muchos otros países, la mayoría de estos estudios se ignoran después de ser publicados o aun antes, ya que nadie toma responsabilidad por los mismos. Además, existen otros muchos estudios del mercado americano hechos por otros países en el DR-CAFTA. Los mismos también son ignorados en la República Dominicana aunque la información

sobre este mercado es la misma e importante considerarla.

Sin un interés de los productores y exportadores de tener ellos un centro de inteligencia comercial que les permita responder rápidamente a cambios favorables o no, un centro que sería el curador natural de estas inversiones en conocimiento, y con un fuerte sabor a tierra y sudor, la bondad de todos estos esfuerzos tendrá poca vida de anaquel, similar a los rubros en consideración.

VI. RECIENTES RETOS DE LAS EXPORTACIONES DE FRUTAS Y VEGETALES FRESCOS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA HACIA LOS ESTADOS UNIDOS

No todo es color de rosa con respecto a las exportaciones de frutas y vegetales frescos de la República Dominicana hacia los Estados Unidos. A pesar del potencial del mercado en Nueva York y La Florida, el país está enfrentando uno de sus principales retos. La presencia de la Mosca del Mediterráneo ha limitado bastante las exportaciones de los productos vedados y representa pérdidas millonarias reales a partir de este año (2015) para el país y los productores. Un reto que también trae consigo esta veda es el desarrollo de estrategias para la erradicación de la plaga en el menor tiempo posible, siguiendo el protocolo establecido por APHIS.

A. Alerta de Importación 99-14

Las exportaciones de algunas frutas y vegetales de la República Dominicana hacia los Estados Unidos (el cundeamor, la bangaña, la berenjena, la vainita china y los pimientos dulces y picantes) eran detenidas automáticamente a su entrada. La razón para su detención eran básicamente los residuos de plaguicidas. Esta regulación es implementada por la FDA. Esta medida se inició en el año 1988 y fue levantada en el año 2012. (<http://hoy.com.do/eu-satisfecho-con-rd-por-uso-plaguicidas-en-la-agricultura/>. Tomado el 23/06/2015).

B. Vedas de exportación por la aparición de la Mosca del Mediterráneo

La Mosca de la Fruta del Mediterráneo (*Ceratitis capitata* (Wiedemann)) es una de las plagas agrícolas más importantes a nivel mundial y tiene más de 260 plantas hospederas (CABI, 2015). De acuerdo a Morgan Perkins de la Oficina Agrícola de la Embajada de los Estados Unidos en la República Dominicana, en declaraciones al periódico Hoy del 18 de abril de 2015, página 11A, esta plaga llega a la República Dominicana en el mes de noviembre del 2014. Se ha recibido la información de que la notificación de la presencia de la plaga fue realizada por las autoridades dominicanas a las norteamericanas el 13 de marzo del 2015.

D. Necesidad de Información para la Toma de Decisiones Actualizadas y Distribuidas más Frecuentemente

Considerando lo anterior, en esta sección del Estudio, se anticipa recomendar el establecimiento de un programa de información actualizada, continua y estacional. Esta información, calibrada para un uso específico (por ejemplo, la necesidad de información para los pimientos), contribuye enormemente a reducir costos y a enviar oportunamente los productos apetecidos por el mercado. La misma debería ser periódicamente evaluada para comprobar su efectividad en guiar, tanto a los productores como a exportadores, así como a otros elementos de la cadena de exportación y a los funcionarios del Gobierno. De no existir este monitoreo continuo, ocurrirá lo que ya se ha aprendido en otros lugares y en la República Dominicana: la información que no se usa se degenera y el mecanismo para generarla pierde su valor. Mas como el aprendiz de brujo, seguirá gastando escasos recursos para generar malos resultados.

En estos programas hay dos usos principales: programación de cosechas y recolección de productos. Para competir en el sector moderno no hay alternativa a la planificación de los cultivos, de modo y manera que se pueda

coordinar la cosecha y post-cosecha inmediata (por ejemplo, eliminación del calor de campo, tener las cajas de campo listas y limpias, etc.). Igualmente importante esto permite preparar la negociación con los intermediarios a boca de finca, mucho mejor en términos de entrega y calidades. Por supuesto, si no hay financiamiento, otro que no sea el del intermediario (por ejemplo, a la flor), estas consideraciones empresariales se evaporan.

El entrenamiento de los agroempresarios y su personal clave en el uso de esa información forma parte integral de esta sugerencia. Este estudio no tiene la autoridad para sugerir las fuentes de financiamiento de estas actividades, más allá de los convencionales vistos en otros países (por ejemplo, una tarifa impuesta por las propias asociaciones a sus miembros por caja exportada). Ojo, estos instrumentos requieren una fuerte organización y un excelente manejo y supervisión de los fondos. En Haití por ejemplo, siguen un procedimiento similar para pagar los costos de las ocho plantas de baños térmicos para el mango Madame Francis, y su posterior exportación hacia los Estados Unidos.

E. Recomendación Contra Intuitiva

El equipo de especialistas de Agrofora, SRL, después de haber revisado montañas de informes, muchos de ellos de utilidad marginal, ha llegado a la siguiente reflexión: los estudios no están siendo suficientemente usados para la toma de decisiones empresariales ni en la formulación de políticas agroexportadoras. Aparentemente, es el personal especializado del CEI-RD así como los técnicos del Mercadom, unos de los pocos que toman estas informaciones en serio. Por lo tanto, recomendamos considerar

usar fondos adicionales en operaciones directamente dirigidas para aumentar el conocimiento y la eficiencia de la cadena exportadora. Por ejemplo, visitando a los exportadores y sus asociaciones en Guatemala y Costa Rica; y/o en una campaña de promoción de productos agrícolas dominicanos en New York y La Florida, especialmente aquellos con potencial que no están prohibidos por la decisión de APHIS –Post aparición de la Mosca del Mediterráneo–.



F. Investigación de Campo en los Estados Unidos

Para la investigación de campo en los mercados de Nueva York y La Florida se consideran los siguientes elementos:

Reunión al inicio del Estudio con miembros de la Junta Directiva de la NSA y representantes del CEI-RD en Nueva York.

En el encuentro realizado se exploró en detalle la aceptación de los nueve productos considerados para este análisis. Se confirmó, por la dinámica de la organización en sí, que la demanda latina de productos tropicales va en aumento. A su vez, productos tipo “commodities”, tales como los pimientos morrones, llenan un importante nicho durante el invierno de los Estados Unidos. Ejecutivos de la NSA francamente cuestionaron la necesidad de otro estudio cuando no habían visto los resultados de los previos.

Sin embargo, los ejecutivos de la NSA sugirieron incluir en el análisis, además de medidas para promover las exportaciones, la promoción de inversiones conjuntas de los agroexportadores dominicanos, productores establecidos y los compradores potenciales, especialmente los miembros de la NSA. La identificación previa en el área de NY de empresarios dominico-americanos dispuestos a colaborar con este esfuerzo, fue una contribución clave de los ejecutivos del NSA.

Análisis de los patrones de consumo y comercialización.

Para el análisis de los principales patrones de consumo y comercialización, se han seguido los siguientes mecanismos:

- Estudios realizados previamente.
- Publicaciones, incluyendo las del Buró de Censo de los Estados Unidos y el USDA.

Las bases de datos, para mantener la consistencia entre sí, se ha concentrado en las publicadas por agencias en los EE.UU, incluyendo aquellas cubriendo Nueva York y La Florida y la encuesta anual de consumo y preferencia de frutas y vegetales -Fresh Trends-.

- Entrevistas a agentes claves en las cadenas de valor, analizando el crecimiento de los grupos étnicos y de la población dominicana y latina en los Estados de Nueva York y La Florida, y de los EE.UU. en general. Estos datos han sido primordialmente publicados por el Buró del Censo de los EE.UU. y por el PEW Research Foundation.
- Sondeo en supermercados y tiendas miembros del NSA en Nueva York, y en el sur de La Florida y Tampa.
- Entrevistas a mayoristas, distribuidores y detallistas seleccionados por su capacidad empresarial y espíritu de colaboración, de productos tropicales frescos y agroindustriales en el área de Nueva York, sur de La Florida y Tampa.
- Entrevistas en detalle a “Brokers” comercializando productos dominicanos.
- Entrevistas y visitas a productores y centros de comercialización en mercados competidores como Guatemala y Colombia, y conferencias telefónicas con productores y especialistas en Honduras.
- El CEI-RD, basado en investigaciones previas⁵ ha seleccionado nueve (9) productos que ya cuentan con presencia en el mercado americano o considerados con buen potencial. Los nueve productos son los siguientes:

⁵ Estudio de Mercado de Productos Agrícolas y Agroindustriales en la Ciudad de Nueva York, Estados Unidos de América, en el Marco del DR-CAFTA, Hunts Point Economic Development Corporación para la Dirección de Comercio Exterior (DICOEX) de la Secretaría de Industria y Comercio, Febrero 2009.

Tabla 41.
Principales Destinos de las Exportaciones Agrícolas de La Florida

Importadores	2009	2010	2011	2012	2013	2014
El Mundo	2,917,705,395	3,149,573,825	3,297,611,416	4,041,350,679	4,515,550,169	5,045,390,748
1 Canadá	827,259,458	842,794,594	991,104,542	962,694,536	101,5991,891	1,072,239,931
2 Países Bajos	170,875,945	186,161,891	265,328,518	251,922,548	290,902,302	335,913,359
3 Bahamas	162,487,189	164,044,057	178,746,073	189,784,295	199,966,696	210,695,409
4 Rep. Dominicana	134,160,248	146,079,052	154,291,054	180,337,993	199,205,742	220,047,518
5 Panamá	78,431,039	99,506,422	1,433,169,584	168,422,502	213,679,696	271,098,053

Fuente: Euromonitor International - <http://www.euromonitor.com>

Nota: Los datos disponibles son hasta el 2012. Los del 2013 y 2014 son proyectados basados en el pocentaje de crecimiento.



estas cifras incluyen re-exportaciones de productos que no son originarios de La Florida, tales son los casos de piña (US\$307,000) en 2014 y Yuca (US\$92,000) en 2014.

Las exportaciones de frutas y vegetales frescos desde La Florida hacia las islas de El Caribe son muy activas. En conversación con el Sr. Peter Warren², quien en el pasado se dedicó a suplir de frutas y vegetales frescos a las islas de El Caribe, comentó que ese negocio ha tenido un gran crecimiento en los últimos años. Él citó que existen unas cinco empresas dedicadas al mismo desde el Sur de la Florida. Estas exportan entre 80 y 120 contenedores de 40 pies de carga mixta³ por semana. Estas empresas son las siguientes:

- Mike Lezzy /Sun City
- Robs Fresh
- Nexport
- Barney McGerson
- Freedom Fresh

Una revisión de la información de ITCDataweb³⁸ reveló que en el 2014 se exportaron frutas y vegetales frescos (partidas Capitulo 7 y Capitulo 8) a las Islas de El Caribe por un valor de US\$46 millones (US\$29.5 millones de frutas frescas y US\$16.5 millones de vegetales frescos). Bahamas, Trinidad-Tobago y Barbados son los principales destinos de estas exportaciones. Ver la Tabla 40, la cual muestra las principales exportaciones de La Florida. La Tabla 41 muestra los principales destinos de estas exportaciones, incluyendo a República Dominicana como uno de los importadores de estos productos.

Tabla 40.
Exportaciones Agrícolas de La Florida
Principales exportaciones en orden descendente al 2014

Grupo de Productos		Años					
		2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Carnes, Fresca y Congelada	331,533,794	355,339,523	545,746,365	594,760,211	733,034,093	903,454,825
2	Vegetales, Frutas y Jugos	342,616,044	417,739,113	533,271,774	504,115,122	578,246,031	663,278,005
3	Frutas Comestibles, Nueces	403,474,273	419,033,229	440,792,541	421,383,285	427,908,718	434,535,203
4	Vegetales Comestibles	277,060,517	255,386,137	297,979,358	271,593,381	271,593,403	271,593,425
5	Pescados, Crustaceos	167,850,219	206,393,064	279,515,441	255,806,854	298,363,999	348,001,136
6	Productos Lácteos	103,401,253	110,351,011	136,490,240	166,319,710	195,294,354	229,316,686
7	Carnes y Pescados Preparados	70,587,086	79,289,504	94,669,933	108,226,105	124,837,313	143,998,111
8	Arboles Vivos, Plantas	106,560,221	10,731,474	105,759,295	77,051,804	274,415,478	977,314,622
9	Azucar	51,705,417	50,181,510	60,581,225	75,545,984	86,243,015	98,454,705
10	Animales Vivos	52,272,578	48,659,293	43,304,512	36,431,889	32,328,749	28,687,725
Total		1,907,061,402	1,953,103,858	2,538,110,684	2,511,234,345	3,022,265,154	4,098,634,443

Fuente: Euromonitor International - <http://www.euromonitor.com>

Nota: Los datos disponibles son hasta el 2012. Los del 2013 y 2014 son proyectados basados en el pocentaje de crecimiento.

36 Actual ejecutivo de Ayco Farms. Pompano Beach, Florida
37 Todo tipo de carga para supermercados, prevaleciendo las frutas y vegetales frescos, incluyendo flores.
38 <http://usitc.gov/>

1. Aguacate (Cáscara Verde y Hass)
2. Pimientos Morrones (rojos, amarillos, naranja y verdes) y otros ajíes
3. Tomates de Invernaderos (Uva, Carnosos, en ramas, Cherry)
4. Yautías (Yautía Blanca y Malanga Coco)
5. Piña (Golden, MD-2);
6. Mango (variedades Kent, Keitt, Tommy Atkins y Banilejo)
7. Papaya (variedades Sunrise y Maradol)
8. Yuca (parafinada).
9. Calabaza Japonesa (kabocha)

G. Diagnóstico Sobre la Oferta Exportable Dominicana de Productos Agrícolas y Agroindustriales

Para la realización de este diagnóstico se sostuvieron reuniones individuales y colectivas, con el apoyo de la Junta Agroempresarial Dominicana (JAD). Se procuró obtener el parecer de los productores agrícolas y agroexportadores sobre el análisis siendo realizado. El apoyo de los clústeres en gran medida influyó en la calidad de la investigación.

En el proceso, similar a los hallazgos encontrados en entrevistas con los importadores y comerciantes en Nueva York y en La Florida, los participantes han identificado la necesidad de fomentar inversiones conjuntas entre los intereses dominicanos y los extranjeros para penetrar mejor el mercado y lograr un mejor balance con los riesgos. Estas consultas enseñan que los principales cuellos de botella se encuentran tanto en la producción como en el manejo post cosecha. La capacidad de producción y exportación existe, mas no así el nivel de inversiones, la protección fitosanitaria, la agilidad y transparencia con los trámites necesarios, la cadena de frío completa y los

instrumentos financieros adecuados. Estas lagunas les permiten a los países competidores desplazar a los dominicanos del mercado. Solo los mejores agroempresarios pueden competir bajo las condiciones reinantes en el sector agropecuario dominicano. Por lo tanto, la replicación de éxitos no es tan rápida como en el mercado americano justifica.

El análisis incluye los principales factores externos afectando la competitividad de las agro-exportaciones. Entre ellos se han puntualizado aspectos, tales como el despegue acelerado de Guatemala y Costa Rica; la evolución de los precios internacionales de las frutas y vegetales; las barreras no arancelarias como normas y requisitos fitosanitarios; ordenes de mercado del USDA y el conjunto de tratados o acuerdos comerciales que están mejorando las posibilidades de acceso o aumentando la competencia en los puntos de importación o venta al mayorista y, hasta cierto punto y a pesar de tener agroexportadores exitosos, la imagen de calidad, empaque o confiabilidad del país.



H. Identificación de los Obstáculos que Impiden o Podrían Impedir el Comercio de Productos Dominicanos en Nueva York.

Mediante la revisión minuciosa de los procedimientos de exportación de productos agrícolas hacia Estados Unidos, se obtuvo información de obstáculos fitosanitarios que impiden la entrada de productos dominicanos en Estados Unidos. También se revisaron las Órdenes de Mercado del Servicio de Comercialización Agrícola de Estados Unidos.

Se revisaron, además, los tratamientos exigidos por el Servicio de Inspección Fitosanitaria de los Estados Unidos (APHIS, por sus siglas en inglés) y los mecanismos mediante los cuales estas medidas restrictivas podrían ser levantadas, como ha sido el caso reciente del levantamiento de la 99-14 (FDA) que afectaba pimientos y vegetales orientales.

I. Consideraciones Metodológicas Adicionales

Algunos aspectos sobresalientes de las reuniones con productores y exportadores dominicanos son los siguientes:

La visita a la Feria del Mango 2015 permitió discutir con líderes del sector y líderes exportadores el tema de las exportaciones de esta fruta al mercado de USA. Un caso especial fue el del Sr. Héctor Castillo, un exitoso exportador de frutas hacia el Reino Unido, el cual considera que la integración del proceso desde el empaque hasta la distribución de los productos en el mercado final es clave para el éxito de las exportaciones desde la República Dominicana.

En la reunión en la JAD convergieron productores/exportadores de productos frescos y procesadores. Estos presentaron la urgente necesidad de aunar esfuerzos en el sector, sobre

todo en los eslabones post cosecha y la cadena de valor. Los mismos están preocupados por las altas pérdidas y altos costos unitarios, los cuales restan competitividad al sector. En esta reunión se externó intensamente la preocupación con la calidad de los controles fitosanitarios protegiendo las inversiones en productos de exportación.

Tanto agroempresarios dominicanos como comerciantes americanos han sugerido la conveniencia de una mayor especialización de los instrumentos existentes en la promoción de inversiones. En particular, los mismos han enfatizado la conveniencia de fomentar estructuras de comercialización conjunta, tanto en el país como en los Estados Unidos. Esto va alineado con las sugerencias de Héctor Castillo y su historia de éxito, de integración del proceso y con las de ejecutivos de la NSA.

La Tabla 39, ilustra sobre el calendario la disponibilidad de frutas y vegetales frescos de La Florida.

Tabla 39. Disponibilidad de frutas y vegetales frescos de La Florida

PRODUCTOS	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
AGUACATES												
ARANDANOS												
REPOLLO												
CARAMBOLA												
ZANAHORIAS												
COLIFLOR												
APIO												
REPOLLO CHINO												
PEPINOS												
BERENJENAS												
ENDIVIAS/ESCAROLAS												
TORONJAS												
VAINITAS												
PIMIENTOS VERDES												
LIMON PERSA												
MANGOS												
NARANJAS												
PEREJIL												
RABANOS												
CALABACITAS												
FRESAS												
MAIZ DULCE												
MANDARINAS												
TOMATES												

Fuente: <http://www.florida-agriculture.com>

D.2.4. Exportaciones de La Florida

En el año 2012 La Florida ocupó el séptimo lugar entre los principales estados de los Estados Unidos que exportan bienes agrícolas. Las exportaciones alcanzaron los US\$4 billones, de acuerdo a reportes de Euromonitor Internacional.

La información de Euromonitor Internacional presenta una alta agregación y la separación en grupos de productos que no se corresponden con los códigos arancelarios. Esto solo se limita al 2012. Estas situaciones impiden una mayor profundidad en el análisis. Lo que sí es obvio es que

Tabla 36.
Vegetales de La Florida (Tomates)
Área, Producción y Valor de la Producción. Período 2010-2012

Años	Area		Rendimiento por Acre	Producción	Precio por qq	Valor de la Producción
	Sembrada	Cosechada				
	Acres					
2010	32000	29500	290	8555	73	620
2011	30000	28500	320	9120	48	435
2012	30000	29000	330	9570	28	268
2013	29986	28884	313	9041	41	370668
2014	29522	28304	313	8859	47	419038

Fuente: <http://www.florida-agriculture.com>
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Ag_Overview/stateOverview.php?state=FLORIDA
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Lite/result.php?3FB0B7BA-A558-3236-A8D4-35A1EC91AC7C

Tabla 37.
Vegetales de La Florida (Calabacines)
Área, Producción y Valor de la Producción. Período 2010-2012

Años	Area		Rendimiento por Acre	Producción	Precio por qq	Valor de la Producción
	Sembrada	Cosechada				
	Acres					
2010	9500	9100	120	1092	52	57
2011	9600	9300	150	1395	55	77
2012	10000	9700	130	1261	53	67
2013	9025	8725	130	1137	52	59
2014	7000	6800	120	800	51	41

Fuente: <http://www.florida-agriculture.com>
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Ag_Overview/stateOverview.php?state=FLORIDA
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Lite/result.php?3FB0B7BA-A558-3236-A8D4-35A1EC91AC7C

Tabla 38
Vegetales de La Florida (Sandías)
Área, Producción y Valor de la Producción. Período 2010-2012

Años	Area		Rendimiento por Acre	Producción	Precio por qq	Valor de la Producción
	Sembrada	Cosechada				
	Acres					
			QQ	(1,000 qq)	US\$	(1,000 US\$)
2010	25900	24600	305	7503	15	113
2011	25900	24400	310	7564	15	112
2012	26500	25300	295	7463.5	19	138
2013	26500	25300	283	7169	16	115
2014	26500	25300	251	6345	16	101

Fuente: <http://www.florida-agriculture.com>
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Ag_Overview/stateOverview.php?state=FLORIDA
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Lite/result.php?3FB0B7BA-A558-3236-A8D4-35A1EC91AC7C

V. RESULTADOS DEL ESTUDIO

En esta sección se presentan los resultados de la investigación realizada tanto en la revisión documental como en los trabajos de campo a nivel local y en los estados de Nueva York y de La Florida. Se analiza el sistema global de la cadena desde la producción hasta las exigencias de los agentes claves que importan y distribuyen los productos en los mercados estudiados y las exigencias de los consumidores.

A. Diagnóstico de la Oferta Exportable y Análisis de la Competitividad de Productos Agrícolas y Agroindustriales de la República Dominicana a los Estados Unidos.

Cuando se hacen planes de mercadeo y promoción de productos, ya sea a nivel micro o a nivel macro, se pueden diseñar buenas estrategias que en sí surten su efecto en halar la demanda hacia el mercado. Sin embargo, a veces se comete el error de hacer grandes inversiones que hacen que la demanda exceda con creces la oferta. Con el objetivo de evitar esos posibles errores y diseñar estrategias balanceadas en cuanto a la oferta y la demanda y que los productores estén en condiciones de aprovechar el potencial del mercado, se debe hacer un diagnóstico de las condiciones imperantes en el sector agrícola y agroindustrial en la República Dominicana. Esto contribuye a que al determinar el potencial en los mercados estudiados en los Estados Unidos, Nueva York y La Florida, se vea que hay un respaldo en cuanto a los volúmenes y la calidad de la oferta exportable en la República Dominicana.

En esta sección se hace un análisis de los productos incluidos en este estudio. Estos productos son los siguientes: a) Aguacates (Cáscara Verde y Hass); b) Pimientos Morrones (rojos, amarillos, naranja y verdes) y otros ajíes; b) Calabaza Japonesa (kabocha); c) Lechosa (variedades Sunrise y Maradol); d) Mangos (variedades Kent, Keitt, Tommy Atkins y Banilejo); e) Piñas (Golden MD-2); f) Tomates de Invernaderos (Uva, Carnosos, en ramas, Cherry); g) Yautías (Yautía Blanca y Malanga Coco) y h) Yuca (parafinada).

Se analiza la oferta actual y la oferta potencial. También se analiza la competitividad de dichos productos con relación a los principales países competidores de la República Dominicana en el mercado de los Estados Unidos, especialmente Nueva York y La Florida.

Una interrogante que surge es si en realidad el problema de las exportaciones agrícolas y agroindustriales de la República Dominicana hacia los Estados Unidos es el mercado o es la oferta. A veces se piensa que no se tiene el mercado. Sin embargo, en los análisis realizados se ve que existe un mercado creciente. También se han determinado varios factores relacionados con la oferta exportable que deben mejorar para tener una mayor aceptación en

el mercado. Algunos de esos aspectos son el manejo post cosecha, el empaque y la cadena de frío. En sí se deben conocer las condiciones del mercado, pero también se deben hacer los arreglos de lugar para que los productos cumplan con las exigencias de los consumidores y los importadores en dichos mercados. Muchos de estos aspectos, tales como la veda que afecta a algunos de los productos, deficiencia en las gestiones de comercialización, baja productividad y organización de los productores salieron a relucir en el taller realizado. (Ver Anexo 1)

Por su importancia extrema, se ha hecho un análisis de diferentes estudios de competitividad y de manejo post-cosecha que han permitido identificar los volúmenes y estacionalidad real de la producción. Otros países competidores, como Costa Rica, han sido cuidadosos en su enfoque en el manejo post-cosecha y los requerimientos de los clientes en el mercado de los Estados Unidos para mantenerse a la vanguardia, especialmente en el caso de la yuca, con la cual la yuca dominicana no ha podido competir efectivamente.

A.1. Clasificación de los productos de acuerdo a su importancia para los mercados

Basado en las entrevistas efectuadas, el consenso de los agentes principales, y los datos, todos estos productos ameritan seguir como prioritarios en su promoción, menos uno: la calabaza japonesa. México domina completamente este mercado y las exportaciones dominicanas son inexistentes. Sin embargo, no quiere decir que no existan las condiciones en el país para su producción. Los productores de vegetales orientales dicen que las condiciones para la producción de la calabaza japonesa o kabocha son las mismas que para la producción de la auyama o la calabaza regular. Una limitante es el costo de la semilla. Se dice que el precio de la misma es muy elevado. En el seminario para compartir los hallazgos con los informantes claves, Felipe Mejía, representante de una de las principales empresas suplidoras de semillas en el país, considera que las semillas realmente se consiguen sin inconvenientes si alguien quiere dedicarse a la producción.⁶

En otro nivel de oferta débil está la difícil de exportar lechosa. Su bajo volumen, estático a

través de los años, a pesar que las exportaciones de vegetales dominicanos en general han ido en aumento, indica que el país posiblemente no pueda competir en este rubro. Del lado positivo, encontramos los vegetales orientales (una mezcla de cinco productos de bajo volumen incluyendo la muy apetecida berenjena china, pero con tendencia creciente en Nueva York) y el ejemplo mostrado a todos quienes critican el empaque dominicano: los pepinos persas exportados desde Rancho Arriba, San José de Ocoa.

El resto de los productos se pueden dividir en dos grupos: afectados por la Mosca del Mediterráneo o los no afectados. Entre los primeros encontramos al aguacate verde, los tomates (excluyendo los verdes) y, desafortunadamente el gran éxito de las exportaciones dominicanas, los pimientos morrones.

La piña escapa esta categoría y cada vez gana más fuerza. Uno de los principales productores es el Grupo Vicini (CAEI), complementada por los productores de Cevicos, bajo la Asociación de Productores de Piña de Cevicos (APROPIC). Estos productores fueron apoyados por el FEDA para la importación de tres millones de hijuelos de piña para mejorar sus plantaciones y para

⁶ Comentario de Felipe Mejía, Representante de Agrocentro, S.R.L. en el taller organizado para discutir los hallazgos preliminares de los mercados de Nueva York y La Florida.

D.2.3.3. Frutas Frescas en La Florida

La producción estadounidense para vegetales y melones, de los 24 rubros seleccionados se estimó en 438 millones de quintales (19.9 millones de TM) en el 2012. Esto representó un incremento del 1% con respecto al año anterior. El área cosechada cubrió 68 millones de acres. El valor de la cosecha de 2012 se ha estimado en \$10.1 billones, lo cual es 6% menor que el año anterior. Los tres cultivos más importantes, en términos de producción son: cebollas, lechuga repollada y sandía, productos estos que se combinan para contar el 36% de la producción total. Cebollas, tomates y maíz dulce reclaman su derecho para acreditarse los mayores valores, ascendiendo al 26% cuando se combinan.

Para los vegetales y melones estimados en 2012, La Florida fue el segundo estado en liderazgo contando con el 11% del área cosechada, 9% de la producción y el 11% del valor de la producción.

En 2012, NASS¹ comenzó la estimación de la producción de vegetales sobre la base de año calendario. Las cifras aquí reflejan los acres de vegetales, el rendimiento y la producción desde el 1ero de enero a diciembre 31 de 2012. Los precios mensuales de vegetales para 2012 no estaban disponibles.

La producción se incrementó para muchos de estos vegetales cuando se les compara a la cosecha anterior, pero los precios fueron más bajos resultando en un valor de la producción menor. Los precios fueron elevados para las arvejas, pepinos, sandias y arándanos. La Tabla 34 anota los estados líderes en la producción de vegetales frescos de los Estados Unidos.

Tabla 34.
Estados líderes en producción de vegetales frescos

Ranqueo	Area Cosechada		Produccion		Valor	
	Estado	% del total	Estado	% del total	Estado	% del total
1	California	43.8	California	48.5	California	50.1
2	Florida	11.1	Florida	8.7	Florida	11.4
3	Arizona	6.5	Arizona	7.3	Arizona	6.9
4	Georgia	6.1	Georgia	5	Georgia	5.1
5	New York	3.8	Washington	4.2	New York	4

A continuación presentamos las tablas 35, 36, 37 y 38 las cuales muestran las tendencias de la producción y valor de cuatro productos de La Florida: pepinos, tomates, calabacines y sandías.

Tabla 35
Vegetales de La Florida (Pepinos)
Área, Producción y Valor de la Producción. Período 2010-2012

Años	Area		Rendimiento por Acre	Producción	Precio por qq	Valor de la Producción
	Sembrada	Cosechada				
	Acres		QQ	(1,000 qq)	US\$	(1,000 US\$)
2010	12,000	11,600	200	2,320	21	47792
2011	10,000	9,500	250	2,375	21	49875
2012	11,200	10,800	260	2,808	24	67392
2013	11,100	10,700	225	2,408	32	76334
2014	9,800	9,400	260	2,444	27	65255

Fuente: <http://www.florida-agriculture.com>
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Ag_Overview/stateOverview.php?state=FLORIDA
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Lite/result.php?3FB0B7BA-A558-3236-A8D4-35A1EC91AC7C

D.2.3.1. Aguacates (Persea americana) de La Florida

La producción de aguacates de La Florida se redujo en 35,000 búsheles en 2014 con respecto al 2013 o sea un 3%. El área en producción se estima en 7,000 acres. El precio por bushel fue de \$16.40 lo que representa una baja del 18% con respecto a la temporada previa. El valor total de la producción fue US\$21,582,000. Ver Tabla 33.

En La Florida las variedades de producción temprana son del tipo de Indias Occidentales (West Indian) o criollas, mientras que las variedades de mediados y finales de temporada son generalmente híbridos de aguacates tipo Guatemala y aguacates de las Indias Occidentales. El grueso de la producción de aguacates de La Florida se ubica en los Condados Miami-Dade y Collier. Los aguacates de La Florida tienen un más bajo contenido de grasa que los aguacates mexicanos (Hass). Los aguacates de La Florida son típicamente más grandes y su época de producción transcurre desde Junio hasta finales de febrero.

Tabla 33.
Aguacates Florida. Área, producción, rendimiento y valor de la producción

Año/Cultivo	Acres en Producción	Rendimiento por Acre	Producción	Precio por Bushel*	Valor de la Producción
Aguacate	(1,000 acres)	(Bushel)	(1,000 Bushel)	(US\$)	(US\$1,000)
2002-2003	5.9	210	1,239	13.90	17,222
2003-2004	6.1	111	677	20.20	13,677
2004-2005	6.4	175	1,120	12.90	14,448
2005-2006**	5.3	91	482	23.50	11,334
2006-2007	6.5	86	559	22.80	12,745
2007-2008	7	157	1,099	11.00	12,089
2008-2009	7.5	146	1,095	12.00	13,140
2009-2010	7.4	126	932	15.00	13,986
2010-2011	7.4	122	903	20.00	18,056
2011-2012	7.4	168	1,243	18.90	23,496
2012-2013	7.0	193	1,351	19.91	26,905
2013-2014	7.0	188	1,316	16.40	21,582

Fuentes: www.florida-agriculture.org
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Ag_Overview/stateOverview.php?state=FLORIDA
http://www.nass.usda.gov/Quick_Stats/Lite/result.php?3FB0B7BA-A558-3236-A8D4-35A1EC91AC7C
1/ Un Bushel equivale a 50 libras
2/ El huracán Wilma afecto la producción

D.2.3.2. Mangos y Limones Persas

Las áreas en producción de mangos no se consideran explotaciones comerciales y son muy pequeñas, igual pasa con el limón persa. Por esta razón las autoridades de agricultura del Estado de La Florida ya no cuantifican estadísticamente estos cultivos.

aumentar el área bajo producción de piñas MD2. Este producto amerita un programa especial para apoyar su expansión.

Para el mango, además de las discusiones que se han incluido anteriormente, se hace un análisis para potencializar su exportación con la posibilidad de las sinergias entre exportadores e importadores, para el establecimiento de otras plantas de tratamiento térmico, especialmente en las zonas de mayor producción, como es el caso de Baní.

La infraestructura requerida para mantener una línea de refrigeración confiable arroja fallas. Honduras, un competidor dentro del DR-CAFTA, ha podido aumentar drásticamente su mercado de molondrón gracias a sus inversiones en tecnología de enfriamiento, especialmente inmediatamente después del corte. Agroempresarios exportan desde el Valle

de Comayagua significativos envíos de batata naranja a Inglaterra.

A través de los datos obtenidos en el mercado, las entrevistas a informantes claves, informaciones en grupos focales, sugerencias obtenidas en el seminario de presentación de hallazgos preliminares y aspectos de oferta, demanda y competitividad, los productos se han clasificado en diferentes grupos. Esta clasificación, a la cual se llega como resultado del análisis del equipo de consultores, se presenta en la Tabla 1.

Todos estos productos tienen potencial para los mercados de Nueva York y La Florida. El que uno esté en una clasificación y el otro en otra, es cuestión de la combinación de los diferentes factores de producción, potencial de mercado y de competencia.

Análisis de la producción

El mercado de los productos dominicanos puede ser grande y de gran potencial. Sin embargo, si no se cuenta con la oferta en cantidad y calidad, el mismo no representará ninguna ventaja para los productores y el país. En esta sección se presenta un análisis de la producción y la tendencia de los productos estudiados.

A.1.1. Pimientos Morrones (rojos, amarillos, naranja y verdes, y otros)

El auge de la producción de pimientos morrones, especialmente para la exportación en la República Dominicana, se inicia con el fomento de la producción bajo ambiente controlado (invernaderos) en el 2002. Estos vinieron a impulsar un nuevo modelo de fomento de la producción agrícola en el país. Su enfoque fue el de producir con altos estándares de calidad, inocuidad, aumento de la productividad y, por consiguiente, una mayor rentabilidad. Esto también fue una respuesta para buscar una solución a los problemas fitosanitarios que enfrentaban las exportaciones de vegetales desde la República Dominicana, especialmente hacia los Estados Unidos.

La producción de pimientos también fue una respuesta a la demanda “halada” por el mercado, debido al incremento en el consumo de vegetales frescos a nivel mundial. Ésta también fue una oportunidad para la generación de divisas al país.

Tabla 1.
Clasificación de los productos de acuerdo a su potencial

Criterios de selección	Productos								
	Aguacate	Pimientos Morrones	Tomate	Lechosa	Mango	Piña	Yuca	Yautía	Calabaza japonesa
Ventaja por la estacionalidad en los EE.UU.	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Calidad del producto	5	4	4	3	3	4	2	3	1
Demanda o preferencia del producto	4	3	3	4	3	3	2	3	2
Volumen de producción	5	3	3	2	3	1	1	2	1
Competencia de otros países	3	3	3	2	2	2	1	5	2
Participación de mercado en los EE.UU.	4	3	3	3	2	2	2	5	0
Facilidad de manejo y acondicionamiento	5	4	4	2	3	4	3	4	4
Análisis del equipo Técnico	5	5	5	4	2	2	3	5	1
Calificación Total	36	30	30	25	23	23	19	32	16
Clasificación	Oro	Oro	Oro	Plata	Bronce	Bronce	Amateur	Oro	Amateur
Fuente: Elaborada por el equipo técnico de Agrofora									
Medalla de Oro: Entre 30 y 40 puntos									
Medalla de Plata: Entre 25 y 29 puntos									
Medalla de Bronce: Entre 20 y 24 puntos									
Amateur: Menos de 20 puntos									

La mayor producción de pimientos morrones, y otros cultivos de invernaderos en la República Dominicana, se produce en las provincias de San José de Ocoa y La Vega. En La Vega las dos principales zonas de producción son Jarabacoa y Constanza.

La producción de vegetales de invernaderos en escala comercial, y con ello la producción de pimientos morrones, orientada hacia las exportaciones se inicia en el país en año 2002 fortalecida a partir del 2004 con la creación del Programa de Mercados, Frigoríficos e

Invernaderos (PROMEFRIN) del Ministerio de Agricultura.⁷ Las Zonas del País donde tuvo su origen este proyecto de cultivo de vegetales bajo ambiente protegido fueron las de Villa Trina, en la Provincia Espaillat; Jarabacoa y Constanza, en la Provincia La Vega, y San José de Ocoa, en la Provincia del mismo nombre. En la actualidad, existen estructuras de ambiente protegido en casi todas las provincias del país.

Según informantes claves del sector, incluyendo técnicos del Departamento de Producción Bajo Ambiente Protegido

⁷ Diagnóstico Cultivo en Invernaderos. CEDAF, 2012.

En 2012 en términos de valor total de la producción, La Florida contribuyó con:

- 66% del valor total de los Estados Unidos para naranjas (\$1.5 billones)
- 65% del valor total de los Estados Unidos para toronjas (\$187 millones)
- 52% del valor total de los Estados Unidos para arvejas (\$167 millones)
- 49% del valor total de los Estados Unidos para caña de azúcar y semillas (\$673 millones³⁴)
- 33% del valor total de los Estados Unidos para pimientos dulces (\$207 millones)
- 31% del valor total de los Estados Unidos para tomates mercado fresco (\$268 millones)
- 27% del valor total de los Estados Unidos para calabacines (\$67 millones)
- 27% del valor total de los Estados Unidos para pepinos en el mercado fresco (\$67 millones)
- 27% del valor total de los Estados Unidos para sandias en el mercado fresco (\$138 millones)
- 22% del valor total de los Estados Unidos para maíz dulce (\$180 millones)
- 16% del valor total de los Estados Unidos para mandarinas (\$55 millones)

Los productores de cítricos de La Florida en el periodo 2011-2012 produjeron 146.7 millones de cajas de naranjas (96% de las cuales fueron utilizadas para jugo de naranja) y 18.9 millones de cajas de toronjas (57% fueron utilizadas para jugo de toronja). Las ventas de las frutas excedieron \$1.8 billones.

En 2012 los productores de La Florida cosecharon frutas y vegetales frescos para el mercado en 186,700 acres. El valor de venta de estos vegetales excedió \$1.8 billones. La Florida es el segundo estado, después de California, punteando el valor total de las ventas de vegetales frescos para el mercado.

La ganadería y productos derivados en 2011 registraron ventas por \$1.5 billones. El sector avícola generó ventas por \$363 millones, de los cuales \$179 millones corresponden a la venta de pollos de engorde y \$181 millones a la venta de huevos. Al 1ero enero 2012 se registraban 1.66 millones de cabeza de ganado en haciendas y ranchos de La Florida, las que incluían 900,000 cabezas de ganado de carne y 123,000 cabezas de ganado de leche. La Florida ocupa el lugar 14 en el número de pollos, en el 2011. El valor total de las ventas de viveros y ornamentales bajo techo en La Florida fue de \$1.8 billones en el 2011.

D.2.3. Principales Frutas Frescas de La Florida

El estado de La Florida es un gran productor de frutas frescas que compiten con cualquier país tropical. Para hacer un análisis del mercado se deben considerar los aspectos de producción de estos productos. La facilidad de acceso de frutas frescas de otros países a La Florida afecta la comercialización de sus productos. Por otro lado, a veces se trata de restringir el acceso con órdenes de mercadeo, como en el caso del aguacate, para no afectar la comercialización y los precios de la producción del Estado.

³⁴ Datos del 2011, último año de disponibilidad de las cifras.

Tabla 32.
Tendencia de las importaciones yuca en los Estados Unidos y La Florida.

Importaciones Nacionales

Años	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	Crecimiento
Volumen en TM	43,936	41,165	71,273	70,114	41,541	53,606	-1.39%
Valor en 000US\$	22,264	29,778	3,843	35,411	28,029	23,865	5.93%

Importaciones Florida

Volumen en TM	11,843	11,266	11,204	10,755	11,369	11,287	-0.81%
Valor en 000US\$	5,724	7,524	6,387	6,522	7,062	6,644	4.29%

Fuente: Elaboracion equipo consultor con datos de ITC Dataweb.

D.2.2. Importancia del sector agropecuario en el Estado de La Florida

Florida cuenta con 47,500 plantaciones comerciales de productos agrícolas que cubren un área de 9.25 millones de acres³³ y continúan produciendo una amplia variedad de alimentos seguros y confiables. Desde las plantaciones de cítricos y los viveros de ornamentales en el sur y el centro de la Florida hasta los vegetales en varias regiones y la ganadería a través del Estado, esas fincas y ranchos proveen a La Florida con una larga y estable base económica.

La agricultura de la Florida emplea más de 2 millones de personas. También contribuye con más de \$104 billones a la economía estatal cada año.

En el año 2012 La Florida ranqueó de la siguiente forma:

- 1^{ero} en el valor de la producción de naranjas y toronjas.
- 1^{ero} en el valor de producción en el mercado fresco de arvejas, pepinos para el mercado fresco, pepinos para encurtidos, calabacines, maíz dulce, tomates para el mercado fresco, caña de azúcar para azúcar y sandías.
- 2^{do} en valor de la producción de pimientos dulces, fresas y mandarinas.
- 3^{ero} en valor de la producción de miel de abejas.

(DEPROBAP), se estima que en el país existen alrededor de 9 millones de metros² de invernaderos. Sin embargo, se estima que solo 5 millones están en producción⁸.

La Tabla 2 muestra la producción nacional de pimientos morrones bajo invernaderos desde el 2004 hasta el 2014. La tasa de crecimiento promedio del 2002 al 2014 fue de 51.21%, debido mayormente a un crecimiento de casi 200% del 2005 al 2006.

⁸ Este estimado fue considerado antes de que surgiera la veda de los Estados Unidos por el brote de la mosca del mediterráneo. En la actualidad debe haber una menos cantidad en producción. Sin embargo, estos son datos que muestran el potencial de la oferta en el país bajo condiciones normales.

Se pensaba que la producción bajo invernaderos iba a ser la solución definitiva de los problemas de exportación de pimientos morrones y otros vegetales frescos. Sin embargo, los problemas de exportación continúan en el país. El potencial de mercado está, pero, aparte de la situación actual con la mosca del mediterráneo, los productores no han sabido aprovechar ese potencial y las condiciones favorables de producción para incrementar las exportaciones. Los problemas de calidad y de manejo post-cosecha persisten. Se necesita más visión de mercado y, posiblemente, una alianza público-privada y de integración de mercado para que la producción fluya hacia los mercados de exportación.

Tabla 2.
Producción de pimientos morrones bajo ambiente protegido en la República Dominicana

Año	Producción(QQ)	Tasa de Crecimiento (%)
2004	20,064	
2005	31,434	56.67
2006	93,326	196.90
2007	123,077	31.88
2008	184,585	49.98
2009	200,690	8.72
2010	286,408	42.71
2011	414,693	44.79
2012	442,499	6.71
2013	518,175	24.95
2014	658,241	48.76
Promedio *	270,290	51.21

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del Ministerio de Agricultura, 2015

* Aunque el promedio de crecimiento para el período fue de 51.21%, para los últimos cinco años fue solo de 33.58%. Este crecimiento se verá mermado por la presencia de la Mosca del Mediterráneo



33 Un acre equivale a 4,046.85 metros cuadrados

La tendencia de la producción de pimientos morrones bajo ambiente controlado en la República Dominicana se presenta en la Figura 1. En dicha gráfica se muestra la tendencia creciente.

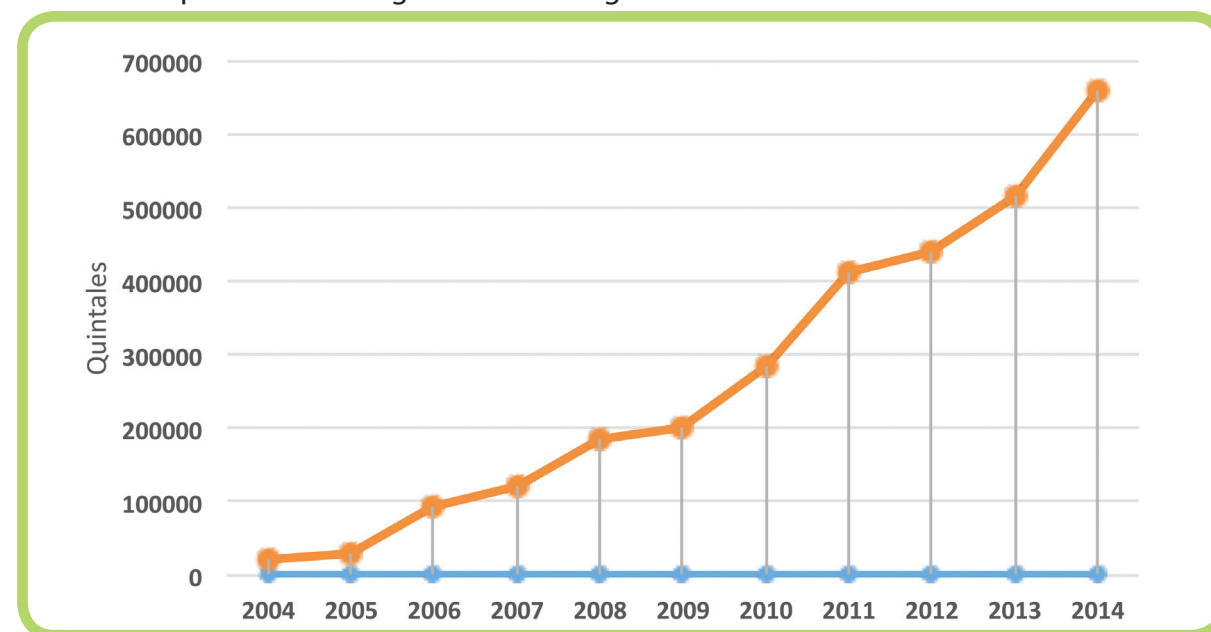


Figura 1.

Tendencia de la producción de pimientos morrones bajo ambiente controlado en la República Dominicana.

A diferencia de otros productos en campo abierto, los pimientos morrones producidos bajo invernaderos pueden producirse durante todo el año. Más que las limitantes por las condiciones atmosféricas, lo que limita la producción es la competencia en el mercado, especialmente la entrada de la producción local en los Estados Unidos. Por ejemplo, la época de producción en La Florida es la misma que la de la República Dominicana.

A.1.2. Aguacates (Cáscara Verde y Hass)

El aguacate es uno de los productos agrícolas de mayor importancia económica y social en la República Dominicana. El mismo contribuye a la generación de divisas y a la generación de empleo directo e indirecto en las principales zonas de producción del país.

Según las estadísticas de la FAO (FAOSTATS), en el año 2012, último año para el cual se tienen datos disponibles de esa fuente, el país ocupó el tercer lugar en producción de aguacates, detrás de México e Indonesia, respectivamente. La producción total de aguacates en ese año fue estimada en 290,011 TM (639 millones de unidades, según datos del Ministerio de Agricultura). Según la misma fuente, las exportaciones de aguacates de la República

Dominicana en el año 2011 ascendieron a 19,877 tm y un valor de US\$23.9 millones. En ese año el país ocupó el octavo lugar en las exportaciones mundiales.

La Tabla 3 muestra la producción nacional de aguacates según los datos del Ministerio de Agricultura. La tasa de crecimiento promedio del 2002 al 2014 fue de 13.38%. La producción para el 2014 fue de 404,474,000 unidades. Si se estima la relación de unidades a TM, comparando datos del Ministerio de Agricultura con los datos de la FAO, la producción fue de 182,013 tm.

D.2.1.7. Yautía (*Xanthusoma sagittisaliun*)

D.2.1.7.1. Importaciones de los Estados Unidos

Durante los últimos tres años (2012-2014) que es el período donde se tiene información, las importaciones de yautía presentaron un ritmo de crecimiento de 37% en volumen y de 48% en valor. En promedio las importaciones fueron de 3,732 TM y el valor de las importaciones ascendió a US\$3.1 millones.

D.2.1.7.2. Importaciones vía La Florida

En cuanto a las importaciones a través de La Florida, el panorama es diferente al contexto nacional. Los volúmenes son insignificantes y las tendencias, reflejadas por las tasas de crecimiento son ambas negativas del orden de -38% para el volumen y -16.6% para el valor de las importaciones.

D.2.1.8. Yuca (*Manihot esculenta*)

D.2.1.8.1. Importaciones de los Estados Unidos

Las importaciones de yuca, principalmente desde Costa Rica, han tenido fluctuaciones en el periodo 2010-2014. El volumen en 2010 y 2011 se mantuvo ligeramente por encima de las 40,000 TM. Para 2012 y 2013, saltó a las 70,000 TM y finalmente cayó a las 41,000 TM en 2014. La tendencia de crecimiento en volumen exportado vía La Florida es negativa del 1.4% anual. En respuesta a los bajos volúmenes los precios han escalado un 5%. Las importaciones de yuca promediaron las 53,000 TM anuales. El valor promedio anual de las importaciones fue de US\$23.8 millones.

Los principales países suplidores de yuca para el mercado de Estados Unidos son Costa Rica (90% en 2014); Honduras, Nicaragua, Gana, Ecuador, Nigeria y República Dominicana con 209 TM. El valor de las exportaciones de la República Dominicana fue de US\$142,000. Ver Tabla 32 (en página siguiente).

D.2.1.8.2. Importaciones vía La Florida

Aproximadamente el 20% de la yuca importada por Estados Unidos se hace a través de La Florida. El escenario de las tendencias es similar al nacional. Ha habido una reducción de la oferta y un ligero incremento en los precios.

D.2.1.6.Tomates (Lycopersicum esculentum)³²

D.2.1.6.1. Importaciones de los Estados Unidos

A nivel nacional, Estados Unidos importó un promedio anual de 1,528,731 TM de tomates en el periodo 2010-2014. El valor anual nacional por importación de tomates promedio los US\$1,948 millones. Las estadísticas indican que no hay crecimiento de las importaciones de tomates, aunque si hay estabilidad en el mercado. Ver Tabla 31.

México, Canadá, Guatemala y República Dominicana suplieron el 99% del total en 2014. México por sí solo suple el 84% del volumen de tomates que importa Estados Unidos.

D.2.1.6.2. Importaciones vía La Florida

El ingreso de tomates por vía d<e La Florida refleja aparentemente un bajo volumen. Esto se debe a que México ingresa todo su tomate (más del 84%) por vía terrestre a través de Nogales, Arizona y McAllen, Texas. Durante el periodo 2010-2014 el volumen ha estado creciendo a una tasa de 38% anual y el valor también ha crecido a una tasa de 37%.

Tabla 31.
Tendencia de las importaciones tomates en los Estados Unidos y La Florida.

Importaciones Nacionales

Años	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	Crecimiento
Volumen en TM	1,532,499	1,491,015	1,532,161	1,537,466	1,550,515	1,528,731	0.29%
Valor en 000US\$	1,798,238	2,137,870	1,867,605	1,979,755	1,960,970	1,948,888	2.19%

Importaciones Florida

Volumen en TM	1,784	7,755	7,506	9,927	9,036	7,202	38.33%
Valor en 000US\$	2,578	1,069	11,531	13,159	12,328	8,133	36.75%

Fuente: Elaboracion equipo consultor con datos de ITC Dataweb.

Tabla 3.
Producción de aguacate en la República Dominicana

Año	Producción (Miles de Unidades)	Producción (tm)**	Tasa de Crecimiento (%)
2002	325,254	147,534	
2003	603,192	273,606	85.45
2004	482,345	218,790	-20.03
2005	248,471	112,706	-48.49
2006	477,028	216,378	91.99
2007	404,474	183,468	-15.21
2008	414,772	188,139	2.55
2009	406,434	184,357	-2.01
2010	629,612	288,683	54.91
2011	650,535	295,080	3.32
2012	639,359	290,011	-1.72
2013	404,474	182,013	-36.74
2014	944,232	429,196	47.68
Promedio	510,014	231,535	13.38

Fuente: Preparada por el autor con datos de las estadísticas del Ministerio de Agricultura y FAOSTATS

* Reportado por el MA

** Reportado por FAOSTATS. En TM para el 2014 es estimado basado en la producción en unidades del MA, ya que el dato en FAOSTATS todavía no está reportado

En el estudio de cadena de valor del aguacate realizado por el Ministerio de Agricultura, el IICA y CNC en el 2006 se plantea que en la República Dominicana los árboles de aguacate se encuentran diseminados en todo el territorio nacional. Se especifica que el total de la superficie de siembra se encuentra distribuida en ocho (8) Regionales Agropecuarias, que conforman la estructura organizativa del Ministerio de Agricultura, institución estatal rectora de las actividades agrícolas en el país. Las regionales donde se concentra el mayor número de productores de esta fruta son: la Regional Norte, Central, Suroeste y Sur. En las restantes regiones (Nordeste, Noroeste y Norcentral) se produce Aguacate en niveles muy inferiores a las mencionadas anteriormente.



32 Los diferentes tipos de tomate han sido afectados por la veda impuesta por APHIS/USDA en marzo 2015 ante la presencia de la mosca del Mediterráneo en el país. La medida se modificó posteriormente para permitir las exportaciones de tomates en su estado verde.

La tendencia de la producción de aguacates en la República Dominicana se presenta en la Figura 2. Esta tendencia es errática.

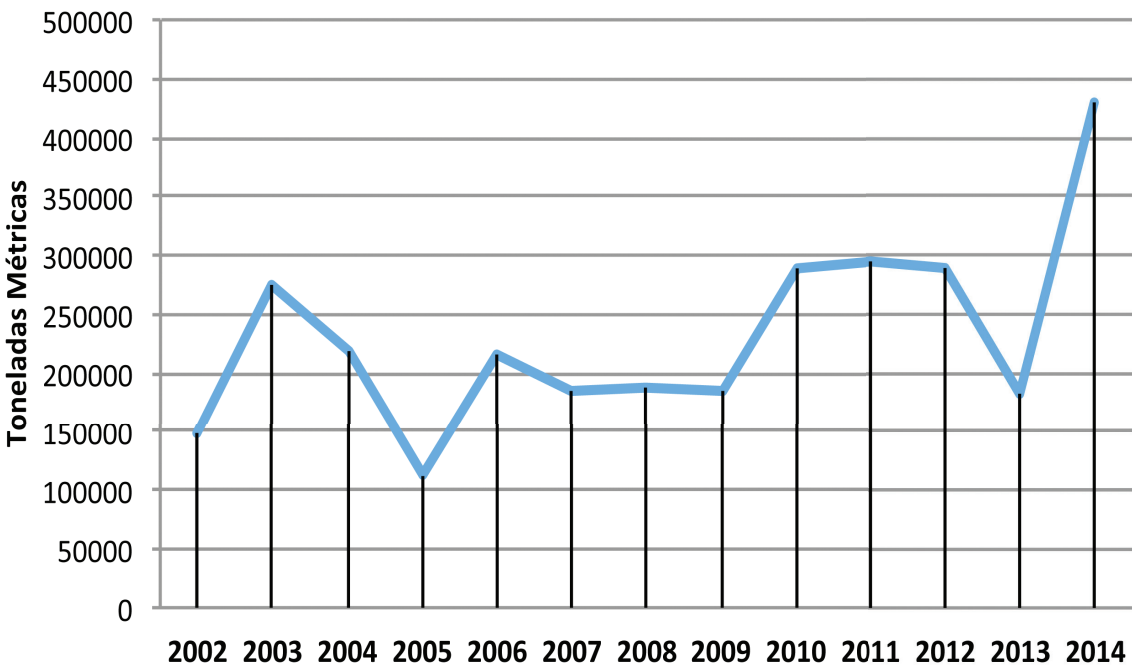


Figura 2.
Tendencia de la producción de aguacates en la República Dominicana.

La zona donde se concentra la mayor área plantada de aguacate en el país (ver Figura 3) es la Región Norte con el 32%, especialmente en la Provincia Espaillat; Región Suroeste con el 16% y la Región Central 27%. Estas tres zonas suman el 75% de la superficie cosechada del país. En el Sur, el municipio de Cambita, Provincia San Cristóbal, es una de las zonas de mayor producción. En ella se ubica el Clúster del Aguacate Dominicano. Sin embargo, no necesariamente el aguacate se empaca para la exportación en las

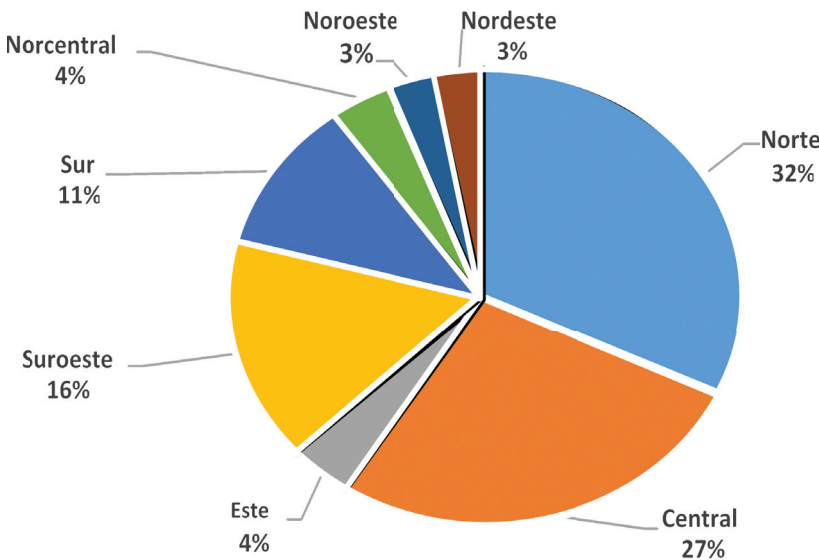


Figura 3.
Zonas de Producción de Aguacate en la República Dominicana, 2006

estas mismas zonas de producción. Éste es un factor de riesgo a considerar –manejo post cosecha– y que afecta la calidad en los procesos de exportación.

D.2.1.5. Piñas (Ananas Comosus)

D.2.1.5.1. Importaciones de los Estados Unidos

La piña fresca muestra un crecimiento sostenido en las importaciones de los Estados Unidos. En 2014 el volumen ascendió a 1,052,760 TM, con un valor de US\$608.2 millones. Costa Rica es el proveedor líder con aproximadamente el 90% del volumen en 2014, seguido a gran distancia por México, Honduras, Guatemala y Ecuador. Con respecto al 2013 el volumen importado incrementó en 7.81% y en valor un 12.7%.

Las importaciones nacionales promediaron 916,000 TM y un valor de US\$528 millones. La tasa de crecimiento anual medido para el periodo 2010-2014 fue de 6.78% en volumen y 4.78% en valor. Ver Tabla 30.

D.2.1.5.2. Importaciones vía La Florida

Para el 2014 el volumen de piña ingresado a través de La Florida fue de 64,333 TM para un valor estimado en US\$32.5 millones. Entre 2013 y 2014 el volumen de piña se incrementó en 5.8% y el valor en 8.4%.

Los principales países que ingresaron sus piñas por Florida fueron Costa Rica, Ecuador y Panamá. La participación de República Dominicana exportando a través de La Florida fue de 103 TM por valor de US\$75,000.

Tabla 30.
Tendencia de las importaciones piñas en los Estados Unidos y La Florida.

Importaciones Nacionales

Años	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	Crecimiento
Volumen en TM	809,916	817,564	924,525	975,588	1,052,760	916,071	6.78%
Valor en 000US\$	504,576	474,364	513,123	539,926	608,241	528,046	4.78%

Importaciones Florida

Volumen en TM	56,293	53,563	56,501	60,778	64,333	58,294	2.71%
Valor en 000US\$	504,576	474,364	513,123	539,926	608,241	528,046	3.81%

Fuente: Elaboracion equipo consultor con datos de ITC Dataweb.



D.2.1.4.Mangos (Manguifera indica)

D.2.1.4.1. Importaciones de los Estados Unidos

Estados Unidos importó 388,862 TM de mangos por un valor de US\$443.1 millones. Estas importaciones reflejan una disminución del 10.8% en cuanto al volumen importado en 2013. El valor disminuyó solo en 1.4% reflejando que la disminución del volumen no influyo significativamente en los precios.

México es el país líder como proveedor de mangos en el mercado de Estados Unidos. Seis países (México, Perú, Brasil, Ecuador, Guatemala y Haití) suplieron el 97% de los mangos importados consumidos en Estados Unidos en el 2014. La participación de la República Dominicana fue de solo 867 TM, por un valor de US\$1.08 millones. Es de resaltar que la producción de mangos en los Estados Unidos es tan mínima que no se llevan registros de producción. Ver Tabla 29.

D.2.1.4.2. Importaciones vía La Florida

El volumen de mangos ingresados a través de La Florida representa un famélico 11% del volumen total nacional. Ecuador, Guatemala y Perú son los principales suplidores de mangos que utilizan a La Florida como entrada. El valor de las importaciones por La Florida ascendió a US\$ 45.7 millones.

Las importaciones comparativas de mangos a través de La Florida (2013-2014) disminuyeron 1.6% con respecto al volumen. Pero en términos de valor se incrementó en un 9%.

Tabla 29.

Tendencia de las importaciones mangos en los Estados Unidos y La Florida.

Importaciones Nacionales

Años	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	Crecimiento
Volumen en TM	332,056	379,803	377,409	436,109	385,862	382,248	3.83%
Valor en 000US\$	303,593	353,224	379,799	449,236	443,108	385,792	9.91%

Importaciones Florida

Volumen en TM	29,525	35,678	30,712	43,322	44,002	36,648	8.31%
Valor en 000US\$	24,686	31,194	29,899	41,974	45,764	34,703	13.14%

Fuente: Elaboracion equipo consultor con datos de ITC Dataweb.

30 Producto afectado parcialmente por la veda impuesta por APHIS/USDA en Marzo 2015. Aunque esta en veda por la mosca del Mediterráneo se puede exportar a USA utilizando el tratamiento hidrotérmico de mango, que también es obligatorio para su ingreso normal en los Estados Unidos de América.

31 Hasta 1981 las exportaciones de mango, papayas y kiwis se reportaban juntas; para 1984-1988 se acordó que los mangos representaban el 85% de las demás frutas exportadas. Para el periodo 1989-1992 las exportaciones incluían mangostanes y guayabas.

A.1.3. Tomates de Invernaderos (Uva, Carnosos, en ramas, Cherry)

El auge de la producción de tomates de invernaderos para la exportación en la República Dominicana es similar al de los pimientos. Las zonas de producción en la República Dominicana son las mismas. Se usan las mismas estructuras. La diferencia en producción está en la cantidad de espacio que se usa para el pimiento morrón y la que se usa para el tomate.

La Tabla 4 muestra la producción nacional de tomates en invernaderos desde el 2004 hasta el 2014. En promedio se producen alrededor de 12 mil quintales por año, sin considerar el año 2010, en el cual se produjo una cantidad récord

de 61,810 quintales. La tasa de crecimiento promedio del 2004 al 2014 fue de 58%, debido mayormente a un crecimiento de 185% y 136% del 2005 al 2006, y del 2007 al 2008, respectivamente.

Hay que considerar que por la presencia de la Mosca del Mediterráneo la producción de tomates en invernaderos para la exportación, al igual que los pimientos morrones, se va a reducir. Se deben buscar opciones alternativas para aprovechar la capacidad de las infraestructuras de producción instalada.

Tabla 4.

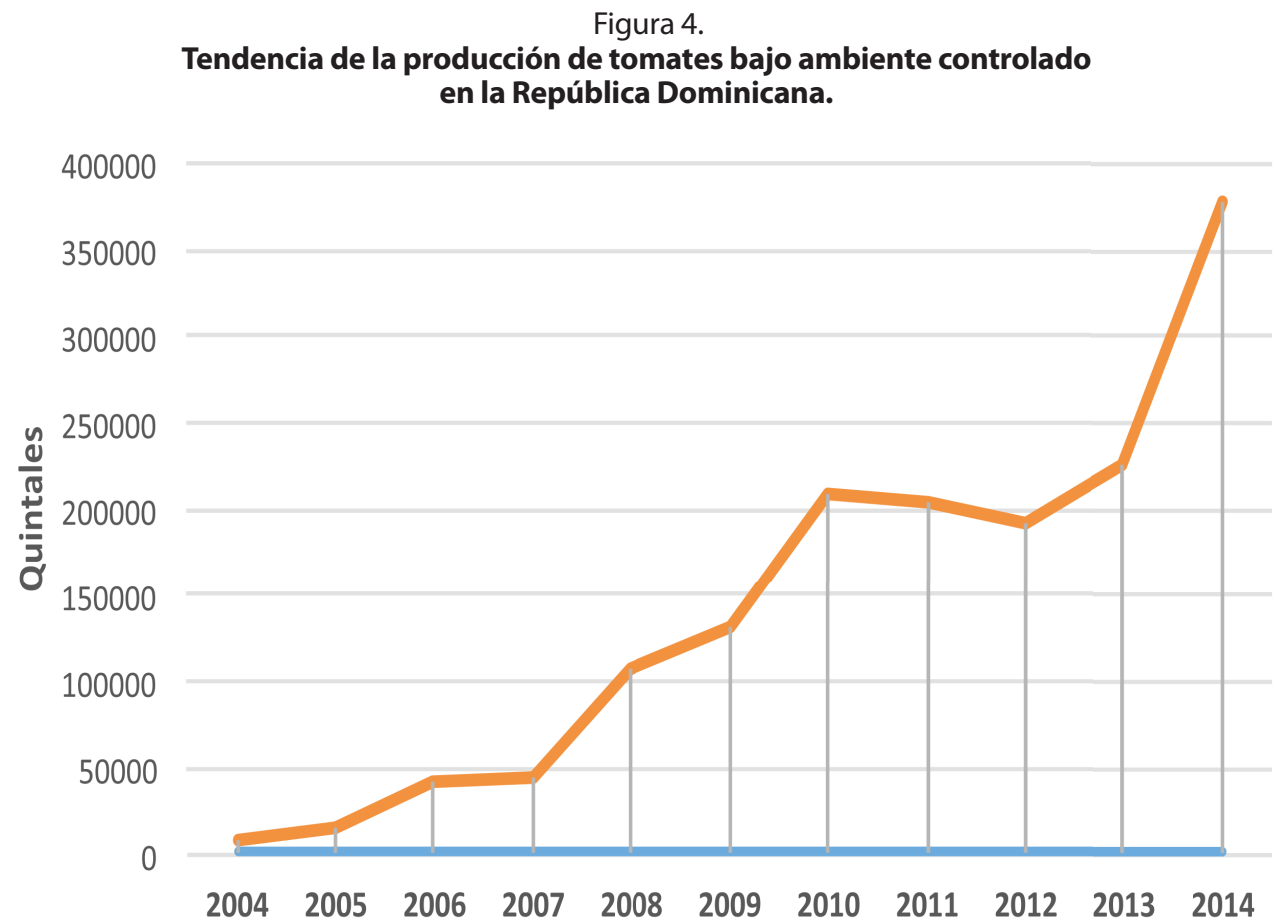
Producción de tomate de invernadero en la República Dominicana

Año	Producción (QQ)			Crecimiento (%)
	Tomate Cherry	Tomate Ensalada	Total	
2004	6,930	1,628	8,558	
2005	8,846	5,825	14,671	71
2006	7,295	34,486	41,781	185
2007	9,473	35,904	45,377	9
2008	21,738	85,290	107,028	136
2009	12,081	119,555	131,636	23
2010	61,418	147,561	208,979	59
2011	23,939	179,435	203,374	-3
2012	11,051	181,140	192,191	-5
2013	12,985	212,048	225,033	11
2014	9,765	368,188	377,953	97
Promedio	16,866	124,642	141,507	58

Fuente: Preparada por el autor con datos de las estadísticas del Ministerio de Agricultura



La tendencia en el crecimiento porcentual de la producción de tomates de invernaderos en la República Dominicana se presenta en la Figura 4. Aunque hay un crecimiento, éste se puede afectar por la veda impuesta.



A.1.4. Yautías (Yautía Blanca y Malanga Coco)

En República Dominicana las principales zonas productoras de yautía se encuentran en el Cibao Oriental y la Región Este. El rendimiento es de alrededor de 9 quintales por tarea. Este cultivo tiene importancia por su valor alimenticio, ya que contribuye a la seguridad alimentaria y a mitigar la pobreza. Además, el mismo puede ser incorporado en la nutrición animal y la agroindustria. La yautía es muy demandada en los mercados de Norteamérica, El Caribe, Europa y Asia. El consumo nacional de yautía ha llegado a estar por encima de las 25 mil toneladas anuales.

En el año 2012, en el país se sembraron 82,096 tareas (5,131 ha). Alrededor del 50% de la producción se destina al consumo fresco, alrededor de un 20% como materia para agroindustria y un 30% para exportación.

La Tabla 5 presenta la producción nacional de yautía del 2002 al 2014. En promedio se producen alrededor de 848,944 quintales por año. La producción ha ido disminuyendo en los últimos años. En el 2014, la producción fue de solo 621,265 quintales. La tasa de crecimiento promedio del 2002 al 2014 fue de -3.97%. Se muestra una producción inestable.

D.2.1.3. Lechosa (Carica papaya)²⁹

D.2.1.3.1. Importaciones de los Estados Unidos

A nivel nacional (Estados Unidos), las importaciones de lechosas ascendieron a 159,333 TM en 2014. Esto representó un valor de US\$105.6 millones. El volumen importado solo varió en 2.7% entre 2013-2014. Sin embargo, el valor de las importaciones se incrementó en 18% en 2014 con respecto al 2013. Los principales países suplidores de lechosas a los Estados Unidos son: México, Guatemala, Belice, Brasil, Jamaica y República Dominicana.

D.2.1.3.2. Importaciones vía La Florida

En el 2014 el volumen de lechosas importadas por La Florida fue de 29,751 TM. Esto representó una reducción del 25.8% con respecto al volumen importado en 2013. El valor recibido por La Florida de lechosas en 2014 fue de US\$17.2 millones 17% menos que el valor importado en 2013. Ver Tabla 28.

Los países que exportaron en 2014 lechosas a través de Florida fueron Guatemala, Belice, Brasil y República Dominicana. La participación de República Dominicana exportando por La Florida se limitó a US\$656,000 un 26.3% menos que en 2013, cuando exportó US\$891,000.

En el caso de las lechosas se puede inferir que el mercado está saturado con un crecimiento mínimo, en el mejor de los casos, de solo .87% anual a nivel nacional y una disminución del 2.5% en términos de volumen para el caso de La Florida. La República Dominicana disminuyó su participación en el mercado en 26.3%.

Tabla 28.
Tendencia de las importaciones lechosa en los Estados Unidos y La Florida.

Importaciones Nacionales

Años	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	Crecimiento
Volumen en TM	153,891	139,811	142,219	155,109	159,333	150,073	0.87%
Valor en 000US\$	87,025	68,376	85,804	89,495	105,637	87,267	4.96%

Importaciones Florida

Volumen en TM	33,916	34,068	31,636	40,114	29,751	33,897	-2.59%
Valor en 000US\$	16,869	18,627	18,824	20,806	17,270	18,479	0.47%

Fuente: Elaboracion equipo consultor con datos de ITC Dataweb.

²⁹ Producto afectado por la veda impuesta por APHISUSDA desde marzo 2015 por la presencia de la mosca del Mediterráneo.

D.2.1.2.3. Calabaza Japonesa

La Kabocha o Calabaza Japonesa (Cucurbita maxima) se corresponde con el grupo de calabazas de invierno en los Estados Unidos. Es una calabaza que se produce en los estados de Colorado y California para su exportación a Japón. Japón se define como el único mercado de importancia para estas calabazas importando unas 100,000 toneladas anuales, principalmente en los meses de noviembre y diciembre. Existen otros mercados secundarios para poblaciones asiáticas y normalmente se vende como parte de la línea de productos orientales.

De acuerdo a informaciones suministradas por Larry Leighton²⁷, estas calabazas han ido ganando terreno en el mercado, pero se escasean y desaparecen del mercado sin aparente justificación. Existen dos variantes de estas calabazas. Una es dulce, la cual es la favorita para los chinos (orientales) y caribeños. La otra que no es dulce, es más para el gusto de los estadounidenses, la cual también es más barata.

Hasta hace un par de años se cotizaban entre US\$14.00 y US\$16.00 la caja de 40 libras. Los precios actuales oscilan entre US\$8.00 y US\$12.00 por caja de 40 libras. Esto limita mucho el margen de beneficio de los exportadores.

Según Larry Leighton, Costa Rica ha tomado el liderazgo de la región en el mercado de esta calabaza, logrando producir sus propias semillas y ser eficientes en términos de productividad cuando se le compara con otros productores como es el caso de México. Al efecto, la empresa costarricense Tropifoods²⁸ anuncia en su página de Internet la disponibilidad de Kabocha en contenedores de 900 cajas de 23 kilos c/u empacadas para el mercado japonés.

México es el principal productor-exportador de Kabocha hacia el mercado japonés. En el año 2013 México exportó US\$1,000 millones de productos agrícolas hacia Japón. El 6% de este valor correspondió a exportaciones de Kabocha.

En el año 2012 México produjo 128,000 toneladas métricas de calabazas. De este total, el 51% correspondió a Kabocha; el 30%, a calabazas de Castilla y el 19% restante, a calabazas sin clasificar.

República Dominicana ha tenido una tímida experiencia y limitada participación en el mercado de exportación de Kabocha. El agrónomo José Escaramán (productor de invernaderos en Jarabacoa) tuvo la cortesía de informarnos que la empresa que asesoraba alrededor de 2010 en La Vega, la cual estaba involucrada en la producción y exportación de pimientos morrones, sembraba Kabocha como producto complementario en asociación con pequeños productores de vegetales orientales. Este producto era más bien como un complemento estratégico, manteniendo un inventario, ya que el vegetal resiste meses sin necesidad de frío. Con estos inventarios completaban el espacio de los contenedores cuando se escaseaba la producción de los pimientos para exportación.

Para los fines de este estudio, la principal dificultad de la Kabocha es poder cuantificar volúmenes y exportaciones. La razón para esto es que todas las calabazas están agrupadas bajo la partida arancelaria HTS-07099031. Al no haber segregación, es imposible diferenciar las calabazas sin clasificar de las clasificadas, así como tampoco distinguir entre unas y otras en las clasificadas.

²⁷ Presidente de Caribbean Fruit Connection Corp, entrevistado a tales fines el día 5 de junio 2015 en Miami

²⁸ www.tropifoods.com

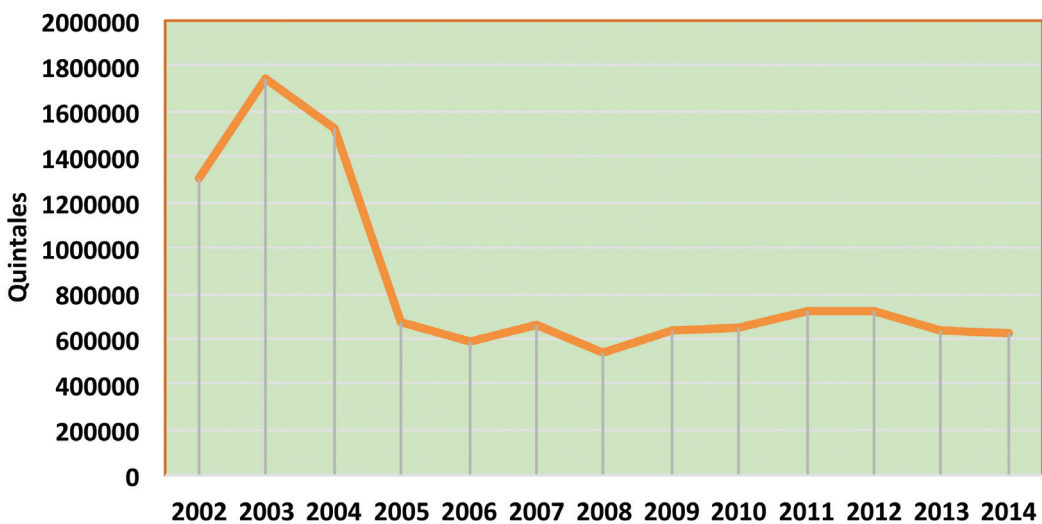
Tabla 5.
Producción de yautía en la República Dominicana

Año	Producción (qq)	Tasa de Crecimiento (%)
2002	1,309,803	
2003	1,749,848	33.60
2004	1,527,888	-12.68
2005	671,578	-56.05
2006	582,769	-13.22
2007	657,075	12.75
2008	537,133	-18.25
2009	639,954	19.14
2010	653,028	2.04
2011	725,717	11.13
2012	718,595	-0.98
2013	641,623	-11.59
2014	621,265	-13.54
Promedio	848,944	-3.97

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del Ministerio de Agricultura, 2015

Basado en la tabla anterior, en la Figura 5 se muestra la tendencia en el crecimiento porcentual de la producción de yautía en la República Dominicana. Aunque existe un gran potencial en el mercado, la tendencia en la producción es a la baja. Esto se refleja en el crecimiento negativo de -3.02% del 2002 al 2013.

Figura 5.
Tendencia de la producción de yautía en la República Dominicana.



La Tabla 6 presenta las exportaciones de yautía de la República Dominicana del 2002 al 2014. El país exporta en promedio 6,725 TM de yautía por año. En el 2014, las exportaciones generaron ingresos al país por un valor de US\$2.8 millones. Sin embargo, se nota que no hay un crecimiento de las exportaciones. Viendo que existe un mercado potencial para este producto en los Estados Unidos y que su manejo no es difícil, se debe aprovechar el mismo y trabajar de cerca con la NSA en Nueva York y en el estado de La Florida. El problema de la competencia con Costa Rica se agrava debido a que Costa Rica tiene controlada la línea completa de los llamados tropicales. Esto incluye tres tipos de yautía, yuca, tayota, ñame y plátano.

Tabla 6.
Exportación de yautía en la en la República Dominicana

Año	Cantidad (tm)	Valor FOB (US\$)	Precio FOB (US\$/Kg)	Tasa de Crecimiento (%)
2002	19,648	6,861,470	0.16	
2003	23,032	6,654,305	0.13	17.22
2004	18,924	3,995,459	0.10	-17.84
2005	8,781	3,548,929	0.18	-53.60
2006	4,339	2,294,866	0.24	-50.58
2007	2,989	2,208,903	0.34	-31.13
2008	2,807	3,038,477	0.49	-6.08
2009	4,212	3,914,104	0.42	50.04
2010	4,212	3,914,104	0.42	0.00
2011	1,837	1,532,784	0.38	-56.37
2012	4,403	4,009,249	0.41	139.60
2013	3,405	4,291,473	1.26	-22.66
2014	1,765	2,076,832	1.18	-48.17
Promedio	6725	3,456,624	0.46	-0.87

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del Ministerio de Agricultura, la Dirección General de Aduanas y el CEI-RD, 2015



con los aguacates verdes dominicanos. El aguacate verde es el producto vegetal Dominicano más icónico en el mercado de Estados Unidos y está muy bien valorado. Algunos de los distribuidores de aguacates dominicanos en el mercado de Miami²⁴ no ocultan su disgusto por la veda a la vez que están ansiosos porque esta situación se aclare dentro del más corto tiempo posible.

D.2.1.2. Pimientos (Ajíes)²⁵

D.2.1.2.1. Importaciones de los Estados Unidos

Las importaciones de pimientos de los Estados Unidos para el 2014 ascendieron a 961,798 TM y por un valor de US\$1,281 millones. El crecimiento de las importaciones ha sido sostenible a través de los últimos cinco años de análisis que se ha hecho en este trabajo. México es el principal suplidor, abasteciendo a Estados Unidos el 96% del requerimiento de su mercado. Canadá le sigue con un distante segundo lugar. República Dominicana exportó 17,660 TM para un honroso tercer lugar en cuanto a volumen y un cuarto lugar en cuanto a valor, con una facturación de US\$ 25.7 millones en 2014.

D.2.1.2.2. Importaciones vía La Florida

Las importaciones de pimientos (HTS-70960) vía La Florida ascendió a 19,551 TM en el 2014 por un valor de US\$26.8 millones. Estas importaciones equivalen al 2% del volumen total importado por Estados Unidos. República Dominicana exportó 14.84 TM de pimientos a través de La Florida. Esto convirtió al país en el más importante suplidor de pimientos al Estado de Florida. Ver la Tabla 27.

Cuando el Sr. Peter Warren²⁶ fue consultado, él manifestó que es una pena que esto de la veda haya afectado al sector de invernaderos, el cual estaba en proceso de un gran contrato de pimientos con productores de Rancho Arriba, San José de Ocoa, pero que a la luz de los hechos ha tenido que cambiar de dirección y optar por México como suplidor.

Tabla 27.
Tendencia de las importaciones pimientos en los Estados Unidos y La Florida.

Importaciones Nacionales

Años	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	Crecimiento
Volumen en TM	763,115	779,396	896,187	905,911	961,798	861,281	5.96%
Valor en 000US\$	917,458	933,016	1,069,821	1,209,640	1,281,120	9,708	8.71%

Importaciones Florida

Volumen en TM	9,708	14,481	13,094	14,522	19,551	14,271	15.03%
Valor en 000US\$	16,264	24,794	22,779	23,272	26,849	22,792	10.55%

Fuente: Elaboracion equipo consultor con datos de ITC Dataweb.

²⁴ Genaro Produce y WP Produce entre otros, en conversatorio durante nuestra visita del 6 de junio 2015

²⁵ Todos los pimientos (dulces y picantes) están bajo veda por la presencia de la mosca del Mediterráneo en el país desde marzo 2015.

²⁶ Ejecutivo de Ayco Farms en Pompano Beach, Florida

D.2.1. Análisis de las importaciones en los Estados Unidos vía el Estado de La Florida.

D.2.1.1.Aguacates ²³

D.2.1.1.1.Importaciones de los Estados Unidos

Las importaciones nacionales de aguacates hacia los Estados Unidos ascendieron a 729,175 toneladas métricas (TM) para el 2014. Esto representó un 27.5% sobre el volumen importado en 2013. México es el suplidor líder con 604,678 toneladas métricas (83%), seguido a una distancia considerable por Perú, Chile y República Dominicana. República Dominicana es el único país que suple a Estados Unidos con ambos tipos de aguacates, cáscara verde y Hass. México es un gran competidor, pero solo suple el Hass.

En términos de valores las importaciones de aguacates de Estados Unidos ascendieron a US\$1.526 millones en 2014. Éstas superaron en 4% el valor de las importaciones en 2013. Ver la Tabla 26.

Tabla 26.

Tendencia de las importaciones aguacates en los Estados Unidos y La Florida.

Importaciones Nacionales

Años	2010	2011	2012	2013	2014	Promedio	Crecimiento
Volumen en TM	345,010	415,306	502,566	571,827	729,175	512,777	20.57%
Valor en 000US\$	574,698	912,999	860,142	1,089,413	1,526,420	992,734	27.66%

Importaciones Florida

Volumen en TM	9,287	9,783	9,092	10,200	12,270	10,126	5.73%
Valor en 000US\$	10,612	12,637	11,883	12,383	17,792	13,061	10.89%

Fuente: Elaboracion equipo consultor con datos de ITC Dataweb.

D.2.1.1.2.Importaciones vía La Florida

El ingreso de aguacates a través de puertos del sur de La Florida en 2014 fue de 12,270 toneladas métricas, lo que representa solo el 1.68% del total. México, con el 83% del volumen, tiene ingreso terrestre a través de la frontera en los puntos de McCallen, Texas y Nogales, Arizona. República Dominicana exporta a través de La Florida el 45% del total de sus exportaciones de aguacates que tienen destino hacia el mercado de Estados Unidos. Otros países que exportan aguacates a La Florida son Perú y Chile. El volumen total importado a través de La Florida creció en 20.3% en 2014 con respecto al 2013. En términos de valores las importaciones de La Florida ascendieron a un valor de US\$17.7 millones registrando un crecimiento de 43.7% sobre el valor del año 2013. La Florida tiene una producción local de aguacates verdes que la convierte en el único competidor

²³ Producto afectado por la veda decretada por APHIS/USDA en marzo 2015. Aguacates Hass están excluidos de la veda.



A.1.5. Lechosa (Variedades Sunrise y Maradol)

La zona más importante de producción de lechosas en el país es el Sur. En ésta se produce aproximadamente el 40% de la producción nacional. Otra región de importancia es el Este. Recientemente se ha incorporado con áreas considerables, el Noreste, donde hay poca presión de enfermedades virales. En el Sur, la Provincia Peravia ha sido tradicionalmente la principal zona productora de lechosa, especialmente tipo criolla o Cartagena. Ésta produce alrededor del 60% del volumen anual de la producción. Otras localidades productoras de lechosa son San Rafael del Yuma, La Romana, Higüey, Azua, Santiago, Esperanza y Valverde.

Según las estadísticas de la FAO, el 46% de la producción de lechosa en el mundo se encuentra en Latinoamérica. Brasil y México lideran la producción. El hecho de que México sea uno de los líderes, y por su cercanía con los Estados Unidos, esto representa un gran problema de competencia y competitividad para la República Dominicana. Unido a este hecho están altos requerimientos de manejo post-cosecha de la fruta por su alto grado de perecibilidad. En la República Dominicana no se tienen todavía las condiciones requeridas para aprovechar el potencial del mercado y competir con países como México y Brasil. El potencial de mercado está, al igual que las condiciones de producción, la cuestión es aprovechar ese potencial existente en el mercado de Nueva York y de La Florida.

Actualmente, la lechosa es uno de los productos dominicanos incluidos en la veda de los Estados Unidos para su importación debido a la presencia de la Mosca del Mediterráneo. Además de todos los aspectos de competitividad

y manejo de la fruta, éste es el factor principal que afecta las exportaciones hacia el mercado de los Estados Unidos. Todavía el país continúa trabajado en las investigaciones y medidas en busca de que la veda se levante.

Considerando que la veda se levante, hay otro problema que afecta las exportaciones de lechosa. El potencial mayor en el mercado es para las variedades sunrise y maradol. Sin embargo, estas variedades casi no se siembran en el país por ser muy susceptibles al virus PRSV. Además, la maradol no es muy popular. La variedad más sembrada últimamente con fines de exportación es la Tainung1. En el país también se está cultivando la Red Lady de Taiwán para el mercado local y se exporta parte de la producción⁹.

La Tabla 7 muestra la producción de lechosa de los diez principales productores a nivel mundial. Normalmente se muestra a México por encima de la República Dominicana y como el segundo productor mundial después de Brasil. Según los datos de la FAO reportados en el 2015, se muestran a India, Brasil e Indonesia como los principales y a la República Dominicana en el cuarto lugar. México, por el contrario, aparece en el sexto lugar, después de Nigeria. Sin embargo, por la cercanía de México con los Estados Unidos, éste domina el mercado.

⁹ Información obtenida en el taller de presentación de hallazgos preliminares.

Tabla 7.
Principales países productores de lechosa

Rango	País	Producción (tm)
1	India	5,160,390
2	Brasil	1,517,696
3	Indonesia	906,312
4	República Dominicana	815,499
5	Nigeria	775,000
6	México	712,917
7	República Democrática de El Congo	230,000
8	Taiwán	222,000
9	Tailandia	215,000
10	Guatemala	206,500

Fuente: FAOStats, 2015

La Tabla 8 muestra la producción nacional de lechosa del 2002 al 2014. La producción promedio durante ese período fue de 239 millones de unidades. La tasa de crecimiento promedio fue del 2002 al 2014 fue de 39.79%, debido mayormente a un crecimiento de más de un 300% del 2004 al 2005. El crecimiento promedio en los últimos cinco años es de 34.48%.

Tabla 8.
Producción de lechosa en la República Dominicana

Año	Producción (Miles de Unidades)*	Producción (T M)**	Tasa de Crecimiento (%)
2002	150,606	341,572	
2003	139,429	316,223	-7.42
2004	107,211	243,153	-23.11
2005	457,142	340,121	326.39
2006	515,433	293,135	12.75
2007	536,303	430,475	4.05
2008	114,219	259,047	-78.70
2009	195,435	681,325	71.11
2010	183,008	908,461	-6.36
2011	97,768	891,730	-46.58
2012	156,035	815,499	59.60
2013	195,328	603,472	99.79
2014	258,962	800,071	65.96
Promedio	238,991	532,637	39.79

Fuente: Preparada por el autor con datos de las estadísticas del Ministerio de Agricultura y FAOSTATS

* Reportado por el MA

** Reportado por FAOSTATS

*** Peso promedio de una lechosa de exportación es de 3.09 Kg

los productos dominicanos son el empaque, la calidad y la confiabilidad. Estos son aspectos que se deben mejorar considerablemente para mejorar la competitividad.

La mayor incidencia que afecta la calidad de los productos dominicanos es la deficiencia en el manejo post-cosecha, especialmente por los intermediarios a puerta de finca. Exportadores lamentan que no se agrega ningún valor a los productos y, además, los destruyen en su proceso (valor negativo).

En cuanto a la confiabilidad, dicen que las ganancias de los agentes y “brokers” sufren mucho cuando a última hora el embarque llega con retraso o no llega, o la calidad cae por debajo de lo esperado por sus propios clientes. Esa grave ofensa a veces no es comprendida plenamente por un pequeño grupo de exportadores dominicanos, los cuales perjudican al resto que sigue “las reglas del juego”. Muchos consideran que los importadores obstaculizan innecesariamente al productor y no porque esas son las exigencias del mercado. Una comunicación más eficiente y oportuna entre productor y exportador, a lo largo de la cadena de exportación, ha servido para mitigar estos conflictos.

D.2. El mercado de La Florida

Esta sección presenta los principales hallazgos del mercado de La Florida. Además, por la característica de producción agrícola del Estado y por la presencia de los puertos de entrada a los Estados Unidos, además del mercado como tal, se hace un análisis de aspectos de producción, acceso y exportaciones a otras islas de El Caribe.

Un enfoque realista y que beneficiará más a la República Dominicana es ver el Estado de La Florida o de Nueva York, como los principales puntos de entrada de los productos dominicanos hacia los Estados Unidos. Desde ellos, los productos dominicanos se pueden distribuir hacia todos los demás estados de los Estados Unidos, en donde existe la demanda de productos criollos.

De todas formas, además de tener el enfoque de La Florida como punto de entrada, no se puede ignorar también la capacidad de la demanda de nuestros productos, por la gran presencia de personas latinas con gustos y preferencia para frutas y vegetales frescos de nuestro país o tropicales en general (creciente preferencia de los hindúes por vegetales orientales dominicanos).

La Florida es más un punto de entrada a los Estados Unidos que un punto de demanda. Las frutas y vegetales frescos recibidos en los puertos del sur de La Florida se mueven desde los mismos, por los diferentes corredores terrestres, hacia otros puntos distantes que incluyen al Estado de California en la Costa Oeste y Canadá en la frontera norte del país. Además, La Florida es un estado productor agrícola de gran tamaño e importancia.

El Estado de Florida importó durante el periodo 2010-2014 un promedio de US\$409.9 millones en frutas frescas y US\$464.2 millones cada año de vegetales frescos. Esto hace un promedio anual, sumando ambas importaciones, de US\$874.1 millones anuales.



D.1.2. Cadena de distribución de frutas y vegetales frescos en Nueva York

Se visitaron todos los eslabones en la cadena de distribución de Nueva York. Tanto los supermercados (BRAVO, Associated, West Side, o Barzini, entre otros), como las bodegas, kioscos callejeros a lo largo de medio-Brodway, o las grandes galpones de Hunts Point y sus brókers. A todos los niveles se vieron los productos dominicanos, y también los más preponderantes de México, y en menor grado Guatemala y Costa Rica.

El sistema está integrado por el productor local o exportador de frutas y hortalizas, el intermediario o bróker, el distribuidor mayorista y el distribuidor minorista, que incluye supermercados e institucional o "Food Service", en el que se encuentran los restaurantes, hoteles, colegios, etc. Este mercado, sin embargo, no está "fragmentado" sino, a través de los siglos, se ha refinado como pocas instituciones de esta naturaleza lo han hecho, transmitiendo las señales de precios (Price discovery) con una rapidez asombrosa.

Esta característica, y la eficiencia que podría disimular su complejidad indican que la exportación directa a Nueva York no es el camino recomendable para la mayoría de los productores o exportadores. En la mayoría de los casos lo más aconsejable es exportar el producto FOB y aceptar que el importador cubrirá todos los riesgos y financiara la operación desde la RD a New York o La Florida.

Mas dadas las condiciones, perseverancia, conocimiento, capital y contactos si se pudieran establecer compañías de distribución como al menos una empresa dominicana ha hecho en NY y otra en Londres. Mas el proceso para llegar a esa capacidad es costoso y los riesgos abundan.

La NSA está posicionada para desarrollar esas funciones. Ciertamente, sus miembros ya funcionan con sus propias líneas de abastecimiento y los mecanismos establecidos con los abastecedores. Mas, y siempre con buen instinto empresarial, la exportación directa desde la República Dominicana a las bodegas de la NSA o mejor aún, sus miembros, es una oferta tentadora. Por supuesto, según se avance en esta dirección debe asegurarse que todos los eslabones están en su lugar, tales como son sugeridos en este análisis, y las oportunidades de coinversión sean explotadas. En estos momentos, y basado en las complejidades presenciadas, no es recomendable que la NSA camine hacia ese rumbo.

D.1.3. Principales hallazgos

El mercado de Nueva York tiene un gran potencial. Sin embargo, con la entrada de la producción local de New Jersey y Nueva York, las exportaciones de productos dominicanos se ven limitadas. La ventana de exportación dominicana de muchos productos termina a finales de abril. En adición, las altas temperaturas a partir de Junio, eliminan oportunidades de producción sobre todo en los invernaderos.

La ausencia de los esperados productos dominicanos (como aguacate cáscara verde o los ajíes habaneros) ha creado vacíos que otros abastecedores sabrán explotar. Esto afectará a la República Dominicana cuando comience a introducir dichos productos nuevamente, Post-Mosca.

Los agentes de comercialización de productos tropicales entrevistados en Nueva York ²² coinciden en la identificación de los peores problemas. Algunos de los principales problemas enfrentados por

Basado en la tabla anterior, en la Figura 6 se muestra la tendencia en el crecimiento porcentual de la producción de lechosa en la República Dominicana. Este crecimiento se reduce ahora por la veda que se ha impuesto.

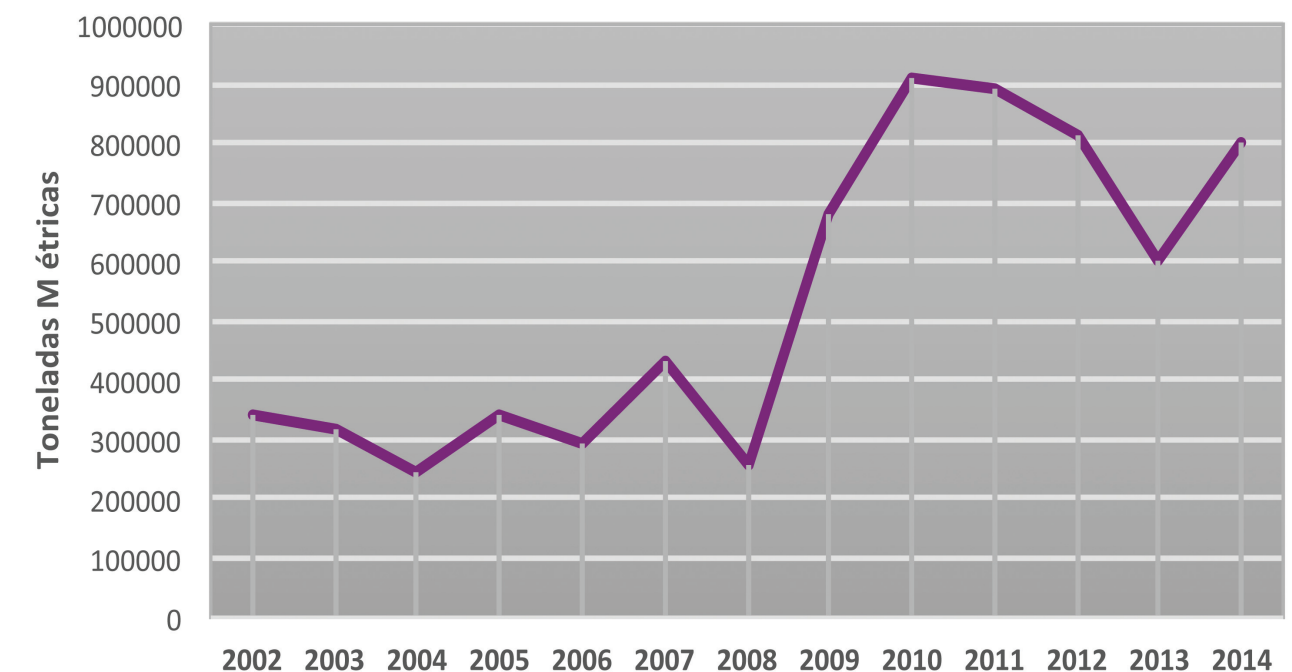


Figura 6.
Tendencia de la producción de lechosa en la República Dominicana.

A.1.6. Mangos (variedades Kent, Keitt, Tommy Atkins y Banilejo)

En la República Dominicana, existe una gran cantidad de producción de mangos silvestres. En las últimas dos décadas ha habido un gran interés en el establecimiento de plantaciones de mangos con nuevas variedades para la exportación, especialmente hacia los países europeos. La producción está diseminada en todo el país.

Prácticamente en todas las regiones el Ministerio de Agricultura registra productores y áreas en producción de la fruta. La región central, donde se ubican las provincias San Cristóbal, Peravia y Azua, aglutinaba alrededor del 65% del área sembrada de mangos del país.

En las regiones Este y Noroeste del país también se produce gran cantidad de la fruta.

Se estima que en la Provincia Peravia existe el 39 % de las plantaciones establecidas a nivel nacional, San Cristóbal 17%, Dajabón y Azua con el 9 % cada una. La Altagracia y El Seibo con el 7% cada una. San Juan de la Maguana con 4% Santiago Rodríguez con 3%, otras provincias con 5%.

Existe un gran potencial para aprovechar el mercado del mango a nivel mundial. Sin embargo, el requerimiento de tratamiento térmico de los Estados Unidos para la

²² Por ejemplo, José Miguel Jiménez, Comprador/Sales Katzman Produce o Franklin Soto, Best Tropical Island, Inc.



importación de mangos es una gran barrera para la República Dominicana. Existe en el país una pequeña planta de tratamiento hidrotérmico, la cual es más un proyecto privado que un proyecto de nación. La misma se ubica en la provincia Espaillat, la cual no es la zona de concentración de la producción. La cantidad que se exporta de dicha planta es limitada. Se dice que los costos de establecimiento de otra planta son elevados, especialmente por los costos de asistencia técnica de los expertos de APHIS del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos. Dichos costos se estiman en unos US\$500,000.00.

Otra limitante para la República Dominicana es la competencia con México. Brasil pudiera ser una competencia, pero éste entra al mercado en una época diferente a la República Dominicana. Inclusive, si existieran las plantas de tratamiento térmico en el país con capacidad suficiente para tener volúmenes de exportación a los Estados Unidos, las mismas se verían limitadas por los altos costos de procesamiento y de transporte desde la República Dominicana en comparación con los de México.

En los estudios realizados en los Estados Unidos, el mango dominicano, especialmente el banilejo, es uno de los principales productos no presentes en cantidad en este mercado que tiene un gran potencial. Sin embargo, no existen plantaciones comerciales de mangos banilejos para la exportación. Otros mangos, como el Keith estaría compitiendo directamente con los otros países suplidores.

Sorprendentemente, las estadísticas del Ministerio de Agricultura no presentan datos de producción de mangos. Sin embargo, sí presentan los datos de exportación de la fruta. Tampoco, FAOSTATS presenta datos de producción, pero sí www.factfish.com presenta los datos de producción y cita como referencia a FAOSTATS. Es de resaltar que el código arancelario del mango es el mismo que el de mangostino, el cual no se produce en el país, y el de la guayaba, la cual se produce en cantidades limitadas.

La Tabla 9 presenta la producción de mangos en la República Dominicana del 2003 al 2014. El promedio de producción por año es de 33,725 TM. La tasa de crecimiento de la producción en este período es de 11.92%. La figura 7 muestra las tendencias de la producción de mangos en la República Dominicana.

La República Dominicana exporta alrededor de un 40% de la producción de mangos, principalmente a Europa. Ver Tabla 10. En promedio, en este periodo la República Dominicana exportó 4,705 TM por un valor US\$4.9 millones. El precio promedio FOB fue de US\$0.44 por Kg.

Tabla 9.
Producción de mangos en la República Dominicana

Año	Producción (tm)	Tasa de Crecimiento (%)
2003	85,000	
2004	75,000	-11.76
2005	47,000	-37.33
2006	36,000	-23.40
2007	26,500	-26.39
2008	19,500	-26.42
2009	11,642	-40.30
2010	7,867	-32.43
2011	20,033	154.65
2012	10,000	-50.08
2013	31,387	213.87
2014	34,765	10.76
Promedio	33,725	11.92

Fuente: www.factfish.com, 2015.

* El dato de producción para el 2014 fue estimado como un porcentaje promedio de las exportaciones del 2008 al 2013 (41.03%) , ya que factfish no reportaba ese año..

D.1. El mercado de Nueva York

El mercado de Nueva York es un mercado especial para los productos de la República Dominicana. Su dinamismo y la gran presencia de una creciente población dominicana y latina hace del Estado de Nueva York uno de los principales centros de consumos de los principales productos de mayor potencial de producción en la República Dominicana. Uno de los aspectos sobresalientes de dicho mercado es también la presencia de la Asociación Nacional de Supermercados (NSA), cuyos principales ejecutivos son dominicanos y tienen el interés de hacer negocios con los suplidores de este país. Y no solo hacer negocios, sino involucrase en todo el proceso de comercialización e inversión, con miras a incrementar sus beneficios y apoyar el desarrollo económico de su madre tierra.

D.1.1. Dinámica del mercado de Nueva York y el rol de la NSA.

Excelentes análisis y estudios han demostrado las atractivas perspectivas del mercado americano para productos frescos. Tomando en cuenta estos, el equipo de especialistas de AGROFORSA, SRL ha compilado una serie de datos que corroboran no solo lo hallado por los estudios previos, sino que amplían el potencial de estos mercados. Además, este análisis, aumentan significativamente el estudio del origen de la cadena de valor, los productores dominicanos y sus empresas. Mas la metodología de la cadena de valor también exige un cuidadoso planteamiento de las oportunidades y necesidades de los principales clientes e inversionistas potenciales en los Estados Unidos.

Es en este esquema que la Asociación Nacional de Supermercados, (NSA por sus siglas en ingles) con base en Nueva York, podría jugar un papel decisivo, llegando a ser el padrino del despegue amplio y profundo de las exportaciones agrícolas hacia los EEUU sobre una base de “win-win” para todos los participantes en la cadena. La NSA además de su amplia experiencia empresarial, lidiando en uno de los sectores más competitivos de los Estados Unidos, tiene una enorme capacidad financiera y de comercialización. Sus miembros abrazan una amplia gama de supermercados y tiendas en el gran New York (Los estados de New York, New Jersey y Connecticut). Su gran poder de convocatoria y política les permite captar el apoyo necesario, tanto en la República Dominicana como en el GNY. Sus líderes y miembros han expresado repetidamente interés en convertirse en un motor del desarrollo productivo y rentable para las frutas, vegetales y tubérculos exportables desde la República Dominicana. Esta colaboración les permitiría invertir en productos y procesos que benefician a sus miembros al aumentar su oferta de calidad y disminuir los riesgos en la cadena de valor.

Los ejemplos concretos citados por NSA y su dirigencia, a título ilustrativo, son inversiones en la ampliación de las plantas térmicas y empacadoras exportando mangos y, la formación de zonas francas especializadas en cumplir con los requisitos, desde recolección, selección y procesamiento, hasta cadenas de enfriamiento, y por supuesto, las legales, y fitosanitarios, como de empaque, confiabilidad, rastreabilidad, y calidad y requisitos específicos (“marca” o “branding,” tamaños de empaque preferidos para la venta al detalle en sus afiliados, y formas de reducir los costos en Nueva York al trasladar ese trabajo a la República Dominicana.



Uno de los principales componentes del sistema de distribución de frutas y hortalizas procesadas de Estados Unidos —por el papel que juega en el contacto con las cadenas de supermercados— es el distribuidor o mayorista que se encuentra en la mitad de la cadena. Entre las funciones que cumple están: el mantenimiento de una relación efectiva y de largo plazo con el supermercado; el desarrollo de la logística requerida para la distribución; el manejo del producto dentro de la tienda que implica la administración de inventarios, y la realización de actividades de promoción, entre otras. La especialización del distribuidor en estas funciones dificulta el acceso directo del productor o exportador a las cadenas de supermercados.

A la par se destaca el papel de distribuidor como uno de los más importantes en la cadena, el papel del Bróker o intermediario ha venido perdiendo importancia debido a la mayor disponibilidad de información en el mercado.

Al nivel de distribución minorista, los supermercados se destacan como los agentes más importantes, con una fuerte tendencia a la concentración. Es así como en el 2000, el 42% de la distribución detallista de alimentos se centró en ocho cadenas de supermercados.

D. Principales Hallazgos de Acceso de los Productos Agrícolas a los Mercados de los Estados de Nueva York y La Florida

En esta sección del informe se presentan los principales hallazgos de la investigación de campo realizada en los estados de Nueva York y La Florida. Se presentan básicamente informaciones primarias resultantes de la visita y entrevistas hechas por integrantes del equipo técnico. Estas informaciones se complementan con revisiones a fuentes secundarias. Para las segundas, se han verificado los documentos

Una de las características más sobresalientes de estos minoristas es su poder de negociación frente a los proveedores, poder que les permite mantener altos niveles de exigencia en términos de precios, calidad, inocuidad, requisitos técnicos y servicios complementarios generando, de esta manera, un mercado cada vez más competido.

La relativa saturación del mercado de productos frescos y procesados que se refleja en una disminución del número de nuevos productos presentes en los supermercados año por año y que pasó de 16.800 productos en 1995 a 9.600 en 1999, hace necesario que la oferta de productos innovadores (variedades, sabores, empaques, usos, etc.) esté acompañada por propuestas o planes de introducción o promoción, con la información más completa posible para el comprador (nicho de mercado, categoría o línea de producto, tipo de promoción, precio, etc.) de modo que lo motive a invertir en el producto.

La comercialización de productos hortofrutícolas a través de Internet es una de las últimas innovaciones implementadas en el sector. Sin embargo, la falta de planeación de un sistema adecuado de logística para la distribución del producto ha obstaculizado, hasta el momento, el desarrollo de este canal.

claves citados en la sección de estudios previos. Exportadores dominicanos que asistieron al taller de presentación de los hallazgos preliminares y que son conocedores del mercado de Nueva York y La Florida y de las relaciones comerciales con sus agentes resaltan la importancia del seguimiento a los productos en el mercado y la importancia de fortalecer las relaciones comerciales (Anexo 1, pregunta 3).

Figura 7. Tendencia de la producción de mangos en la República Dominicana.



Tabla 10. Exportación de mangos en la en la República Dominicana

Año	Cantidad (TM)	Valor FOB (US\$)	Precio FOB (US\$/Kg)	Tasa de Crecimiento (%)
2002	2,056.50	877,296.00	0.19	
2003	1,980.00	1,553,703.00	0.36	-3.72
2004	1,674.12	1,156,841.46	0.31	-15.45
2005	2,409.49	3,990,962.32	0.75	43.93
2006	2,130.64	1,488,489.19	0.32	-11.57
2007	3,150.01	2,441,760.76	0.35	47.84
2008	4,748.85	4,693,597.24	0.45	50.76
2009	4,516.04	4,068,280.00	0.41	-4.90
2010	4,726.29	4,123,203.33	0.40	4.66
2011	7,096.98	6,852,658.24	0.44	50.16
2012	8,092.26	9,384,219.79	0.53	71.22
2013	11,226.00	14,201,898.70	0.58	58.18
2014	14,264.90	17,560,709.47	1.23	76.28
Promedio	4,704.61	4,905,055.82	0.44	26.46

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del Ministerio de Agricultura, 2015



A.1.7. Piñas (Golden MD-2)

El cultivo de la piña en la República Dominicana se lleva a cabo en tres provincias principales: Sánchez Ramírez, Monte Plata y Santiago. Se estima que existen alrededor más de 600 productores distribuidos mayormente en esas tres provincias. Los mismos están vinculados a asociaciones o cooperativas. Una de las principales asociaciones es la Asociación de Productores de Piña de Cevicos (APROPIC).

La República Dominicana tiene la capacidad de producir y exportar piña durante todo el año. La variedad de piña que prácticamente domina todo el mercado de exportación es la Golden MD-2.

El país cuenta con todas las condiciones para la producción y exportación de piña y aprovechar el potencial de mercado en los Estados Unidos. También cuenta con la infraestructura requerida para el empaque. Además, se cuenta con una gran experiencia en la exportación.

El volumen de producción es uno de los factores limitantes para aprovechar el potencial del mercado. Las plantaciones existentes son viejas y los hijuelos que se utilizaban no producen los rendimientos esperados. Sin embargo, en reunión sostenida con representantes de la

APROPIC en Cevicos, le informaron al equipo técnico de Agrofora que ellos habían recibido apoyo del Gobierno Dominicano para la importación de 3 millones de hijuelos desde Costa Rica para renovar las plantaciones. Este hecho dará un gran impulso a la producción. Además, la asociación continúa haciendo gestiones con el Gobierno para conseguir más tierras para dedicarlas a la producción.

De todos estos productos incluidos en este análisis, se puede ver que la piña puede ser uno de los de mayor potencial de acuerdo al aprovechamiento de la capacidad de producción y las pocas limitantes que se presentan en el proceso de empaque y exportación.

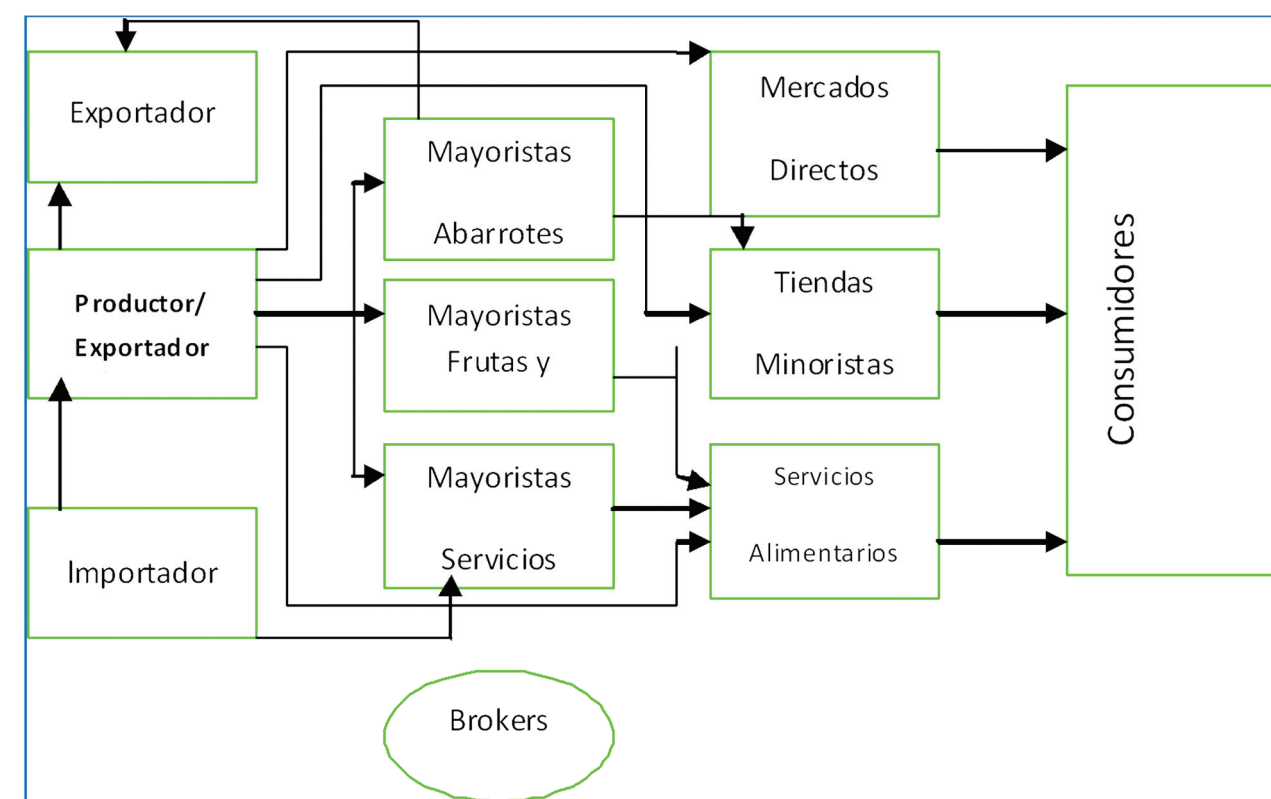
La Tabla 11 presenta la producción nacional de piña del 2002 al 2014. La producción promedio durante ese período fue de 68.9 millones de unidades. La tasa de crecimiento promedio del 2002 al 2014 fue de 10.03%, debido principalmente a un crecimiento de más de un 60% del 2011 al 2012. Del 2012 al 2013, el crecimiento fue negativo. Una de las razones para ese decrecimiento fue la degeneración del material de siembra, el cual tuvo que ser reemplazado luego con la importación

C.2. Sistema de Distribución de Frutas y Vegetales Frescos en Estados Unidos.

El esquema de distribución de frutas y hortalizas en el mercado de Estados Unidos se caracteriza por ser muy complejo. Algunos de los aspectos más sobresalientes del mismo son los siguientes: Ver Fig. 14.

- El sistema está integrado por el productor local o exportador de frutas y hortalizas, el intermediario o bróker (Agente de Corretaje), el distribuidor mayorista y el distribuidor minorista, que incluye supermercados o Food Service, en el que se encuentran los restaurantes, hoteles, colegios, etc.
- Cuando el mercado se abastece con producción interna, el producto llega al punto de venta final directamente desde las zonas de producción, por medio de intermediarios o de mayoristas que operan en los mercados terminales (centrales mayoristas). No obstante lo anterior, cabe destacar que el mercado terminal viene perdiendo importancia por la tendencia de los distribuidores minoristas, especialmente de los supermercados, a abastecerse directamente desde las zonas de producción. No ocurre lo mismo en el caso del producto importado, donde los supermercados y el sector institucional recurren en la mayoría de los casos a importadores y distribuidores especializados, debido a la dificultad logística y a los costos que conlleva el proceso de importación.

Figura 14.
Sistema de Distribución de Frutas y Vegetales en los Estados Unidos.



del 2007-08 el comercio crecía a casi el doble del Producto Global Bruto Real. Actualmente, el comercio ha quedado rezagado detrás del PGB, oscilando en el tres por ciento o aun más bajo. La eliminación de tarifas y barreras no arancelarias estimuló el comercio originalmente. En la actualidad esos estímulos ya han sido asimilados. O sea, pocos incentivan aumentos

en el comercio. Este fenómeno se observa en la mayoría de los acuerdos regionales. Por lo tanto, no es de extrañar que la República Dominicana sienta un descenso en los beneficios atribuidos al DR-CAFTA. Nuevas políticas exigirán un reposicionamiento de los marcos regionales. Entre ellos cabe mencionar los siguientes:

- El Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio (OMC) en Bali, el más significativo desde el inicio de la OMC hace 20 años, donde se apoya fuertemente el multilateralismo, tal como es establecido en esquemas como el DR-CAFTA.
- La Alianza Trans-Pacífico pondrá fuerte presión sobre acuerdos existentes porque redefinirá el 40 por ciento de la producción global y nuevos estándares, regulándolas. La protección del DR-CAFTA quizás pudiera reducir los impactos de estos mega-acuerdos, pero el impacto de los tsunami, y de eso estamos hablando, son difíciles de predecir. Para Latinoamérica un proceso aun más determinante es la Alianza del Pacifico. Ésta busca mayor integración entre Colombia, Chile, México y Perú.
- Tres de estos países compiten fuertemente con las exportaciones dominicanas, lo cual determina que mantenerse en los nichos conquistados en los mercados, los agroempresarios se verán obligados a aumentar su productividad, reducir costos y aumentar la eficiencia transaccional (por ejemplo, tiempo para conseguir permisos).²¹

En cuanto a los tratados de libre comercio, los beneficios esperados del DR-CAFTA eran principalmente en el aumento de las inversiones más que en la ampliación de mercados. Estos últimos ya habían sido beneficiados por el CBI. Los EE.UU y, en cierta medida, Europa, han convertido los tratados de libre comercio (TLCs) en mecanismo para integrar las economías a sí mismos y, con el aumento en número, ha diluido sus beneficios para todos los participantes. Por lo tanto, la República Dominicana y sus socios en DR-CAFTA deben mantenerse en el marco del Acuerdo. Perder los beneficios arancelarios y, al margen, los beneficios no-arancelarios serían costosos.

Pero para atraer la inversión extranjera, dada la competencia dentro del DR-CAFTA en sí, NAFTA y los TLCs como los de Perú, Chile y Colombia, cada país tiene que montar su propia estrategia nacional. O sea, el crecimiento de las exportaciones irá estrechamente vinculado con el crecimiento de las inversiones domésticas y las extranjeras.

²¹ Esta nota fue publicada en el World Economic Forum's Agenda blog.
Anabel González pertenece al Grupo de Expertos en Cadenas de Valor Global y Acuerdos de Comercio Regionales y al Grupo de Trabajo en Políticas de Inversión. Ms. González es Alto Oficial del Directorio de Comercio y Competitividad del Banco Mundial.



Tabla 11.
Producción de piña en la República Dominicana

Año	Producción (Miles de Unidades)*	Producción (T M)	Tasa de Crecimiento (%)
2002	47,875	122,931	
2003	42,875	110,092	-10.44
2004	40,838	104,862	-4.75
2005	28,073	72,084	-31.26
2006	31,139	79,957	10.92
2007	41,850	107,460	34.40
2008	46,616	119,698	11.39
2009	56,078	143,994	20.30
2010	73,071	187,628	30.30
2011	97,768	251,043	33.80
2012	156,035	400,658	59.60
2013	41,850	107,460	-57.19
2014	192,375	493,970	23.29
Promedio	68,957	177,064	10.03

Fuente: Preparada por el autor con datos de las estadísticas del Ministerio de Agricultura y FAOSTATS
* Reportado por el MA
** Reportado por FAOSTATS

de hijuelos. El efecto del nuevo material de siembra ya se empezó a sentir en el 2014, cuando la producción aumentó un 23.29%.

La República Dominicana exporta solo alrededor de un 3% de la producción de piñas, según los datos analizados. Estas exportaciones son tanto a Europa como a los Estados Unidos. Ver Tabla 12. En promedio, en este periodo la República Dominicana exportó 2,354 tm por un valor US\$1.4 millones. El precio promedio FOB fue de US\$0.26 por Kg.



Tabla 12.
Exportación de piña en la en la República Dominicana

Año	Cantidad (T M)	Valor FOB (US\$)	Precio FOB (US\$/Kg)	Tasa de Crecimiento (%)
2002	1,469	631,338	0.20	
2003	1,808	830,207	0.21	23.13
2004	970	304,540	0.14	-46.34
2005	379	177,154	0.21	-60.94
2006	265	129,750	0.22	-30.05
2007	389	238,812	0.28	46.78
2008	465	349,873	0.34	19.52
2009	1,971	1,239,248	0.29	323.76
2010	3,545	2,343,804	0.30	79.87
2011	4,702	2,570,236	0.25	32.65
2012	4,594	2,460,769	0.24	-2.31
2013	4,271	2,667,796	0.28	-7.03
2014	4,889	37,35,019	0.35	14.48
Promedio	2,354	1,420,601	0.26	32.79

Fuente: Ministerio de Agricultura, Dirección General de Aduanas y CEI-RD, 2015.

A.1.8. Yuca (parafinada)

En la República Dominicana existen zonas tradicionales dedicadas a la producción de la yuca, tanto para el consumo fresco como para la elaboración del casabe. Es conocido que en todo el territorio dominicano se produce yuca en predios pequeños y medianos, principalmente. Las zonas más importantes de producción son Espaillat (Moca), San Juan de la Maguana y Santiago Rodríguez.

Las plantaciones de yuca en la República Dominicana varían en extensión. Mientras que en la zona de la provincia Espaillat se encuentran plantaciones en promedio de 50 tareas, en San Juan de la Maguana el promedio es de 20 tareas por productor. La producción comercial es bajo cultivo de secano así como bajo riego controlado.

Según datos del Ministerio de Agricultura, la Región Norte es la que tiene la mayor producción de yuca. Su participación promedio es de alrededor de un 25% del total producido

en el país en los últimos años; Norcentral con el 22.6%, y Noroeste con 17%. Es decir, que estas tres regiones producen cerca del 64% de la producción nacional. La participación de las restantes regiones en la producción nacional corresponde a la Región Central 13.4%; Suroeste 8.2%; Nordeste 6.0%; Este 4.2%, y Sur 3.3%.

La Tabla 13 presenta la producción nacional de yuca del 2002 al 2014. En promedio se producen alrededor de 3 millones de quintales por año. La producción ha estado prácticamente estancada. Su crecimiento promedio ha sido de solo un 3%. Hay que resaltar también que no toda la yuca se puede parafinar. Se tiene que tener una variedad que lo permita (Valencia), la cual ya existe en el país. Hay siembras comerciales en La Vega-Salcedo y en Moca. Existe el Clúster de la Yuca en el área de Quinigua, Santiago. El potencial está dado por la yuca exportable y no por la yuca tradicional.

peso total de 80,000 libras con una tara de 30,000 libras y una carga neta de 50.000 libras. El costo por libra se estima entre US\$0.05 y US\$0.06. El tiempo de viaje es entre 18 y 24 horas.

C. Dinámica del Mercado en los Estados Unidos

Los Estados Unidos de Norteamérica continúa siendo el principal mercado para los vegetales dominicanos (ajíes, 30% del total), mientras el Reino Unido domina en las frutas, principalmente con el banano orgánico. Los exportadores existentes, especialmente los que estén bien capitalizados, triunfarán en ellos.

El estudio realizado por Hunts Point Economic Development Corporation en el 2009 y actualizado en el 2011 muestra aspectos específicos de las condiciones del mercado del área tri-estatal del Gran Nueva York (Nueva York, New Jersey y Connecticut). En el mismo se muestra el gran potencial que este mercado representa. Ahora bien, que el mercado exista y está creciendo no significa que los exportadores de la República Dominicana ya lo están aprovechando. Algunos lo están haciendo parcialmente y otros todavía tienen muchos retos por delante para hacer un aprovechamiento mínimo.

Conjuntamente con el conocimiento del mercado de Nueva York y La Florida y sus consumidores, se deben considerar las condiciones que contribuyen a que los productos dominicanos lleguen al mercado y, estando allá, a los consumidores finales. La demanda de productos como las frutas y vegetales dominicanos de los mercados de Nueva York, Nueva Jersey y Connecticut (Gran Nueva York) y La Florida continúa su tendencia a la alza. Este crecimiento es tanto para el consumo como para procesamiento. La falta del producto adecuado, no escasez de demanda, limita el crecimiento en muchos rubros.

En el caso de legumbres y hortalizas, las exportaciones dominicanas están concentradas en el mercado de Estados Unidos.²⁰ Al inicio del DR-CAFTA el incremento de las ventas de estos productos se dirigió casi exclusivamente a ese mercado, escalando desde el 40% hasta superar siete por cada dólar exportado de estos rubros. Desde entonces el peso de ese mercado fluctuó, pero en general siempre ha superado el 60%.

Sin embargo, todavía hay un gran margen para aumentar las exportaciones con las políticas de apoyo a las exportaciones e inversiones conjuntas. A pesar de su ubicación y climas privilegiados, la República Dominicana solamente cuenta con 60 centavos por cada 100 dólares importados. O sea, como han demostrado ampliamente los exportadores existentes, hay oportunidades reales en la expansión de estos productos en el mercado americano, europeo y en las otras islas de El Caribe.

²⁰ Estos datos han sido elaborados con información obtenida en el Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías (popularmente conocido como Sistema Armonizado (SA)). El Capítulo 7 corresponde a legumbres y hortalizas, mientras el Cap. 8 a Frutas. Para las comparaciones entre países se ha usado el "benchmark" para las mismas, trademap.org. Parte de esta información ha sido citada en el Perfil de las Exportaciones de Frutas y Vegetales, por la Profesora de Investigaciones del INTEC, Pavel Isa Contreras, 2013. Como de costumbre, los errores son propios, y no de la obra citada.

C.1. Impulso de la apertura económica

Durante los últimos 20 años, la apertura del comercio internacional ha sido un gran motor de desarrollo y reducción de la pobreza. Pero ese comercio sigue siendo frágil. El de la República Dominicana no es la excepción. Más bien, es un ejemplo de esa fragilidad. Antes de la crisis financiera

B.4.2.5. Costos Asociados a la recepción de productos

Estos costos, en adición al costo de flete marino, se les conoce en la jerga del mercado como “out pocket expenses” (costos desembolsables) los cuales cubre el importador a cuenta del exportador. Estos costos son deducibles de los resultados de las ventas.

Flete Marítimo

La contratación de los servicios debe ser la responsabilidad del exportador, en un acuerdo de pago por parte del importador.

Liberación de Aduanas (Clearing)

El trámite aduanal, el cual generalmente realiza una agencia aduanal acreditada cuesta normalmente US\$125.00 por contenedor o por cada B/L.¹

Inspección

Se refiere a inspección previo a la liberación del embarque. Esta puede ser requerida por los oficiales de agricultura a cargo del importador, quien a su vez la deduce del valor de las ventas. Otras veces se realiza inspección de calidad a solicitud del importador para renegociar precios para una calidad menor a la contratada. Estas inspecciones tienen un costo entre US\$150.00 – US\$250.00

Almacenaje

Es el costo de recepción, organización de inventario y almacenamiento en frío de los productos hasta su posterior despacho a los clientes compradores. Antiguamente denominado “In and out” se cobraba una tarifa por caja, pero al día de hoy se cobra una tarifa por tarima (paleta) de estiba. La tarifa actual fluctúa entre US\$30.00 y US\$35.00. Como un contenedor tiene capacidad para 20 paletas de 40”x48” el costo total por embarque puede ascender hasta los US\$700.00.

Comisión Ventas

Negociable entre exportador e importador. Normalmente varía de 8% al 10% dependiendo del volumen de productos y del valor del producto, así como de la estabilidad de su demanda.

Cuando se negocia a precio firme, el comprador importador normalmente busca una comisión del 20% para protegerse de los imprevistos de comercialización.

B.4.2.6. Transporte Terrestre

Las exportaciones de algunos países centroamericanos tienen como destino final clientes en ciudades como New York. En estos casos los embarques entran por puertos del Sur de la Florida y luego se envían por vía terrestres hacia su destino.

Datos suministrados por Ernesto Couto ¹⁹ indican que el flete terrestre en estos momentos (junio 2015) en la ruta Miami-New York está entre US\$2,000.00 a US\$2,500.00. Esto para una carga con un

¹⁸ Si se envían varios contenedores en un solo B/L sale mas económico, pero corre el riesgo de que si solo uno de los contenedores tiene problema de inspección entonces todos los contenedores corren la misma suerte.

¹⁹ Gerente de Operaciones CarbAmericas, Pompano Beach, Florida

Tabla 13.
Producción de yuca en la República Dominicana

Año	Producción (tm)	Tasa de Crecimiento (%)
2002	2,650,910	
2003	2,725,205	2.80
2004	1,995,476	-26.78
2005	2,166,401	8.57
2006	2,830,026	30.63
2007	2,829,378	-0.02
2008	2,343,294	-17.18
2009	3,652,756	55.88
2010	4,517,677	23.68
2011	4,073,937	-9.82
2012	3,747,889	-8.00
2013	2,831,928	-30.49
2014	3,932,393	4.92
Promedio	3,099,790	2.85

Fuente: Ministerio de Agricultura, Dirección General de Aduanas y CEI-RD, 2015.

Del total de la producción de yuca menos de un uno por ciento se exporta. Casi toda la producción se dedica al consumo local y al procesamiento en la producción de casaba. Similar a la yautía, la yuca es un producto que no es tan perecedero, pero que sí necesita un buen manejo para su exportación, especialmente el tratamiento de parafina. Han habido varios experimentos y proyectos de apoyo al manejo post-cosecha de la yuca para tener una mejor competitividad en el mercado de los Estados Unidos, especialmente compitiendo con su archirrival, Costa Rica.

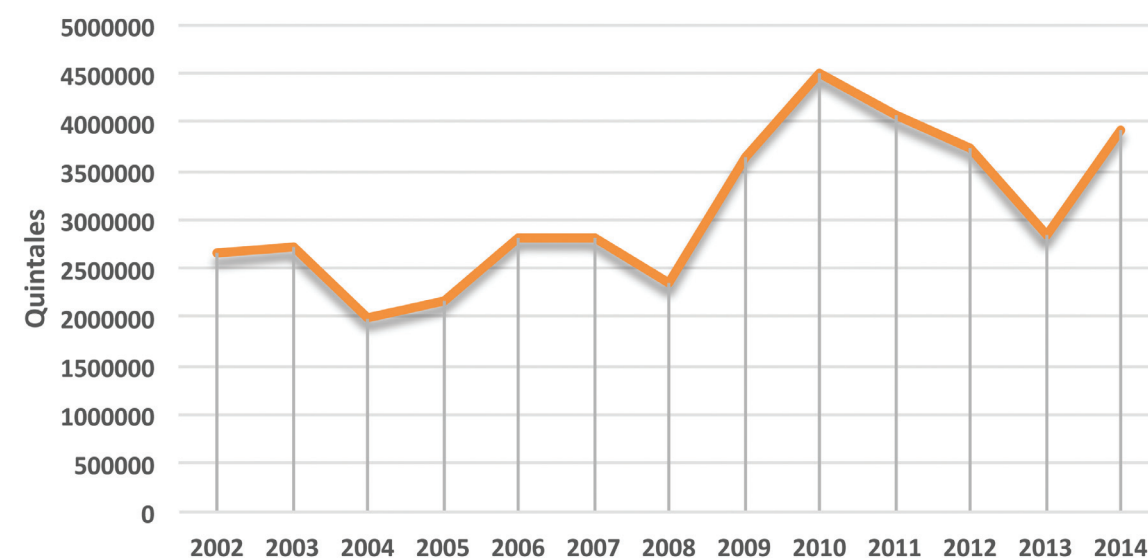
La Figura 8 presenta las exportaciones de yuca de la República Dominicana del 2002 al 2014. El país exporta en promedio 238 TM de yuca por año. Realmente, considerando el potencial del mercado en los Estados Unidos, esta cantidad es ínfima. En el 2014, las exportaciones generaron ingresos al país por un valor de US\$429,011. Este crecimiento promedio se debe básicamente al crecimiento de 260% en el 2009, de 251% en el 2012 y de 168% en el 2014.

Considerando el mercado potencial para este producto en los Estados Unidos, también se debe aprovechar el mismo y trabajar de cerca con la NSA.



Figura 8.

Tendencia de la producción de yuca en la República Dominicana.



Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del Ministerio de Agricultura, 2015

Tabla 14.

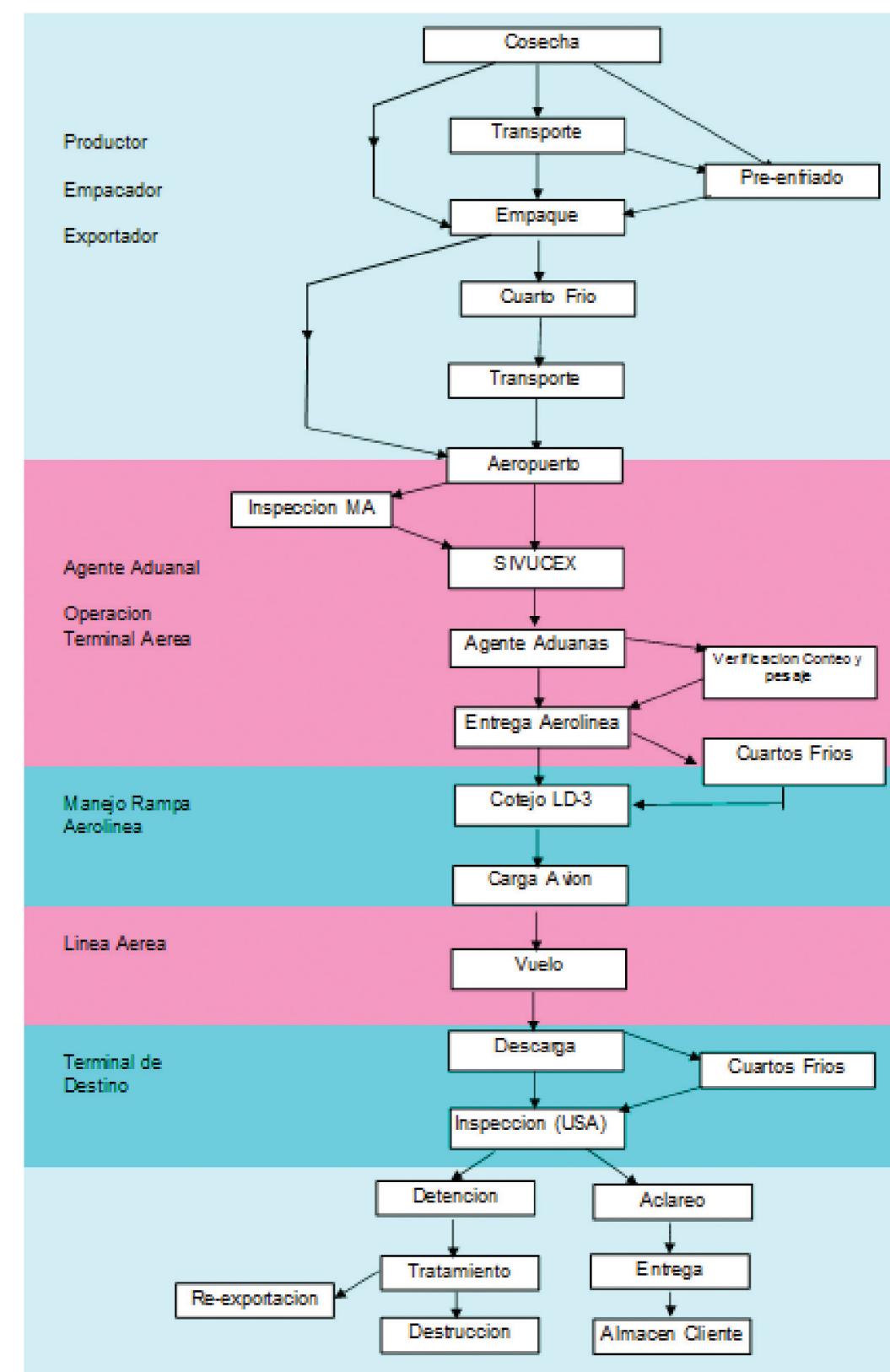
Exportación de yuca en la República Dominicana

Año	Cantidad (T M)	Valor FOB (US\$)	Precio FOB (US\$/Kg)	Tasa de Crecimiento (%)
2002	397	210,093	0.24	
2003	671	290,444	0.20	69.00
2004	401	104,594	0.12	-40.14
2005	254	89,594	0.16	-36.77
2006	27	13,660	0.23	-89.19
2007	31	17,291	0.26	12.32
2008	30	11,514	0.18	-3.95
2009	106	59,933	0.26	259.54
2010	144	90,225	0.29	35.03
2011	89	76,416	0.39	-38.18
2012	312	321,285	0.47	250.76
2013	217	254,817	0.53	-30.35
2014	581	429,011	0.34	167.70
Promedio	238	146,565	0.28	46.31

Fuente: Ministerio de Agricultura, Dirección General de Aduanas y CEI-RD, 2015.

Figura 13.

Proceso de Exportación Aérea Frutas y Vegetales.



Algunas de las agencias oficiales de República Dominicana que intervienen en las exportaciones son las siguientes:

- Departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura (MA)
- Dirección General de Aduanas (DGA)
- Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD)
- Dirección Nacional de Control de Drogas (DNCD)
- En caso de que la empacadora este en zona franca, participa también en el Consejo Nacional de Zona Franca

Los procedimientos nacionales para la exportación son los siguientes:

1. Adquirir el DUA, formulario que puede ser obtenido en la sede de la Dirección General de Aduanas, área de caja, cuyo costo es de RD\$300.00. De realizarse la declaración aduanera de la exportación en formato digital, el sistema le genera un DUA y una factura a ser pagada en la Administración Aduanera.
2. Factura comercial, documento elemental para la declaración de la mercaría.
3. Certificado de Origen, requerido para la introducción de productos en países miembros de Acuerdos Comerciales para la aplicación de una preferencia arancelaria.
4. Certificado Fitosanitario, Sanitario o de No Objeción, para los casos de productos agrícolas (vegetales), ganaderos y pecuario (carne, huevos, leche), medicamentos y medio ambiente.

En la exportación de mercancías bajo regímenes de Zonas Francas (Ley No. 8-90), Admisión Temporal (Ley No. 84-99), entre otros, deben completar con las especificaciones establecidas en las referidas normativas. El incumplimiento de estas disposiciones legales es objeto de sanciones y multas.

Completado los documentos necesarios para la exportación, el representante de la persona física o jurídica realiza la coordinación con el medio de transporte por donde va a salir la mercancía. Es importante tener en cuenta, además, las normativas legales establecidas en el país de destino para que la exportación realizada no se vea afectada por detención de mercancía que puede traer como consecuencia

la puesta en alerta de los productos exportados a distintos destinos, afectar el historial del país hasta la reducción de pedidos de mercancía y la relación comercial internacional. Asimismo, contemplar las prohibiciones de productos en el país de destino de mercancía restringida, o de prohibida importación en el país de destino.

Los certificados fitosanitarios, sanitarios y de no objeción emitidos por entidades gubernamentales vinculantes (Agricultura, Salud Pública y Medio Ambiente), son requeridos para la exportación en la aduana de destino, por lo que es necesario la presentación de los referidos documentos para el cumplimiento de ese régimen aduanero.

B.4.2.4. Proceso de Exportación Aérea.

En ciertas ocasiones se tiene la necesidad de hacer exportaciones aéreas desde la República Dominicana. Esto se hace para productos muy perecederos o de un alto valor comercial. Su costo es más elevado que el costo de transporte marítimo. La Figura 13 muestra un diagrama de flujo del proceso de exportación aérea.



A.1.9. Calabaza Japonesa (Kabocha)

El estudio realizado por Hunts Point Economic Development Corporation, bajo la coordinación de su directora, Josephine Infante y su consultora asociada la Dra. Claudia Troncoso, en el mercado de Nueva York, mostró el potencial de este producto¹. Sin embargo, la producción local es inexistente. Una de las razones que se mencionan es el alto costo de la semilla y su bajo disponibilidad. La cantidad que se ha producido ha sido bien limitada. Por ejemplo, el Sr. Héctor Pichardo, miembro de la Asociación de Agroexportadores del Norte (ASAGEN) tuvo la experiencia de producción, pero no continuó por la dificultad de conseguir las semillas.



¹⁰ Estudio de Mercado de Productos Agrícolas y Agroindustriales en la Ciudad de Nueva York, Estados Unidos de América, en el Marco del DR-CAFTA. Hunts Point Economic Development Corporation, 2009 (Actualizado en el 2011).



Lo usual es un crédito de 21 días a partir de la fecha de emisión del Bill of Lading (Conocimiento de Embarque). Por eso es ventajoso que sea el importador quien cubra el costo de flete marítimo.

B.4.2. Procedimientos para Embarques Marítimos desde República Dominicana hacia Estados Unidos de América

B.4.2.1. Booking

Un Booking no es más que la reserva del contenedor. Para reservar un equipo de Crowley, Tropical, Maersk-Sea Land o de otra naviera se debe enviar un email al departamento de exportación con la información siguiente:

- Tipo de equipo que desear reservar
- Día de salida
- Temperatura requerida
- Grado de ventilación (en caso necesario)

B.4.2.2. Recepción de Contenedor

Es responsabilidad del exportador verificar que el contenedor refrigerado se encuentre limpio y en óptimas condiciones de uso. El contenedor ha de estar limpio y encenderse la nevera previo a la carga para evitar choques de temperatura. Idealmente la temperatura del contenedor debe ser igual a la temperatura de pulpa del producto fresco a exportarse.

B.4.2.3. Procedimiento de Carga

Una de las causas que producen deterioro de los productos es la falta de circulación del aire. La obstrucción del pase del aire puede resultar en zonas calientes. El contenedor no se debe cargar más de allá de la línea roja.



Puerto de Tampa

El puerto de Tampa es el más grande de los puertos de La Florida en términos de área y tonelaje. Este puerto es vital como puerta de salida para la industria de fertilizantes. El puerto acomoda una amplia mezcla de carga a granel, separación de embarques consolidados, roll on/roll off y carga en contenedores.

En Nueva York, se habla especialmente del gran puerto de Nueva York y New Jersey. El Puerto de Nueva York/Nueva Jersey es el mayor complejo portuario en la Costa Este de Norteamérica y se encuentra al centro del mercado consumidor más concentrado y próspero del mundo, con acceso inmediato a las redes interestatales de carreteras y ferrocarril más extensas de la región. Además, la Autoridad Portuaria supervisa directamente la operación de siete terminales de carga en la región de Nueva York y Nueva Jersey. Cada terminal ofrece servicios completos de navegación, servicios ferroviarios y de transporte por camión.

A través del puerto de Nueva York se facilita el acceso a los productos para la Costa Este de los Estados Unidos. Sin embargo, esto no quiere decir que dichos productos no se muevan a otros estados en el centro y el oeste del país.

El puerto de Nueva York, en términos geográficos, se refiere a los ríos, bahías, estuarios y marea cerca de la desembocadura del río Hudson en las proximidades de la ciudad de Nueva York. Esto a veces es mencionado como el “puerto de Nueva York y Nueva Jersey”. Más estrictamente, de vez en cuando el término se refiere sólo a “la bahía alta de Nueva York”. Las empresas nacieras se describen en la tabla 25.

Tabla 25.
Empresas Navieras que Sirven los Puertos del Sur de La Florida y de Nueva York desde República Dominicana.

Empresa	Puerto de Salida	Puerto de Arribo	ETD*	ETA**	Días de Transito	Frecuencia
Crowley	Rio Haina	Port Everglades	08/05	08/11	6 (Escala en Puerto Príncipe)	2 veces por semana
Tropical Shipping	Caucedo	West Palm Beach	Miércoles	Miércoles	7	Semanal
Seaboard Marine	Rio Haina	Miami	Jueves	Domingo	3	Semanal
Maerks Sealand	Rio Haina	Miami	N/D	N/D	N/D	N/D

*Tiempo Estimado de Partida
**Tiempo Estimado de Llegada

Los fletes marítimos deben de negociarse preferiblemente de puerta a puerta (planta de empaque del exportador a la bodega de recepción del importador). Las empresas navieras usualmente no otorgan crédito al exportador, pero si lo hacen con el importador establecido en Estados Unidos.

A.2. El mercado global de importación de los Estados Unidos y la participación de los productos dominicanos.

En sentido general, la demanda de productos agrícolas y agroindustriales en los Estados Unidos, especialmente en los mercadeo de NY y La Florida sobre pasa con creces la oferta de productos dominicanos. Dada esta condición, bajo situaciones normales de no restricciones al comercio por asuntos fitosanitarios, se puede afirmar que el país tiene en los Estados Unidos un mercado asegurado. Es cuestión de que se aproveche dicho potencial para suplir los productos con calidad y las especificaciones de los clientes, comenzando por las exigencias del importador. A continuación se presenta una discusión para cada uno de los productos incluidos en este estudio.

A.2.1. Aguacates (Cáscara Verde y Hass)

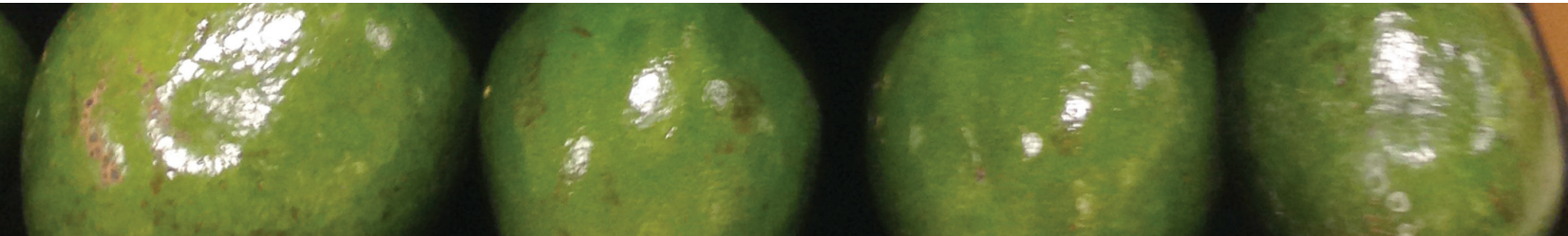
El promedio de importación de aguacates de los Estados Unidos durante los últimos diez años es de 829,686 TM. El promedio de las exportaciones de la República Dominicana en ese mismo período fue de solo 15,555 TM (1.9%). Esto representa una gran oportunidad para la República Dominicana. Si el país se prepara para aprovechar el mercado, esta participación puede aumentar. Un factor limitante puede ser el alto precio del producto dominicano en comparación con el promedio de las importaciones en los Estados Unidos. Según se muestra en la Tabla 15, el precio promedio del aguacate que se importa en los Estados Unidos es de US\$0.55/Kg. en comparación con US\$1.06/Kg. del importado desde la República Dominicana. Este es un aspecto de competitividad que se debe trabajar en el país si se quiere aumentar la participación en el mercado de los Estados Unidos.

Cuando se analizó la respuesta de las exportaciones dominicanas a los cambios de los precios en las importaciones de los Estados Unidos (concepto de elasticidad), se determinó que la cantidad exportada varía mucho más que la variación en el precio. Con datos del 2004 al 2013, con los cuales se buscaba determinar si los cambios eran mayores o menores que 1 (elástica o inelástica), se consiguió un índice de 41. Esto significa que es muy elástica. Sin embargo, es de resaltar que esto da solo una idea, ya que hay muchos otros elementos que inciden en el incremento de la oferta.

Tabla 15.
Importación de aguacate en los Estados Unidos
(804400020, 804400040, 804400060, 804400090)

Año	Total Mundial			De República Dominicana		
	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)
2004	156,971	145,304	1.08	16,203	12,679	1.28
2005	337,508	264,207	1.28	17,304	14,857	1.16
2006	245,976	192,678	1.28	13,444	12,352	1.09
2007	553,670	348,858	1.59	14,053	15,362	0.91
2008	579,696	314,838	1.84	15,474	15,683	0.99
2009	314,838	711,177	0.44	13,312	14,129	0.94
2010	431,734	574,699	0.75	15,045	14,820	1.02
2011	345,010	912,998	0.38	18,121	16,686	1.09
2012	415,306	860,142	0.48	18,095	15,160	1.19
2013	502,566	1,089,413	0.46	18,243	16,979	1.07
2014	1,526,420	729,175	2.09			
Promedio	401,891	829,686	0.50	16,563	15,555	1.06

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del U.S. Census Bureau Trade Data, 2015.



A.2.2. Pimientos Morrones (rojos, amarillos, naranja y verdes, y otros)

El promedio de importación de pimientos sin considerar el tipo, de los Estados Unidos durante los últimos diez años es de 923,462 TM. El promedio de las exportaciones de la República Dominicana en ese mismo período, sin incluir el 2014, fue de solo 19,655 TM (2.13 %). Esto también representa una gran oportunidad para la República Dominicana. Lamentablemente, por el problema de la Mosca del Mediterráneo, estas exportaciones se reducirán a cero, por lo menos por el período que dure la veda. Según se muestra en la Tabla 16, el precio promedio de los pimientos que se importan en los Estados Unidos es de US\$1.29/Kg. en comparación con

US\$1.60/Kg. del importado desde la República Dominicana.

Cuando se analizó la respuesta de las exportaciones dominicanas a los cambios de los precios en las importaciones de los Estados Unidos, se determinó que la cantidad exportada varía mucho menos que la variación en el precio. Con datos del 2004 al 2013, con los cuales se buscaba determinar si los cambios eran mayores o menores que 1 (elástica o inelástica), se consiguió un índice de 0.0068. Esto significa que es muy rígida o inelástica. Cambios en precios en los Estados Unidos no afectan mucho la cantidad que se exporta desde la República Dominicana.

B.4.1. Puertos Marítimos¹⁷

Tanto en Nueva York con en La Florida se cuenta con una gran estructura portuaria que facilitan el acceso de productos agrícola y agroindustriales, no solo a esos estados, sino hacia prácticamente a todo los Estados Unidos. Estos puertos funcionan de forma tal que, con un buen conocimiento de los mismos, se facilita todo el proceso para que los productos lleguen a su destino final en el menor tiempo posible. Sin embargo, hay que considerar también que si no se tiene el conocimiento adecuado o el personal de apoyo, el manejo de la carga puede incrementar los costos y puede poner en riesgo la calidad de los productos, especialmente los perecederos.

El Estado de La Florida cuenta con 15 puertos marítimos dedicados al comercio de carga marítima y líneas de cruceros. En la carga marítima de productos frescos se destacan los puertos de: Everglades, Miami, Palm Beach y Tampa. Los tres primeros sirven el área del Sur de La Florida y el Puerto de Tampa sirve la costa oeste en el Golfo de México.

Los demás puertos son los siguientes:

- Puerto Cañaveral
- Puerto Fernandina
- Puerto Fort Pierce
- Puerto Jacksonville
- Puerto Key West
- Puerto Manatí
- Puerto Panamá City
- Puerto Pensacola
- Puerto St. Joe
- Puerto St. Petersburg

Características de los principales puertos del Sur de La Florida:

Puerto Everglades

Éste es uno de los puertos líderes para carga en contenedores y el principal puerto del Sur de la Florida para la recepción de productos de petróleo, incluyendo gasolina y jet fuel. El valor total de la actividad económica de este puerto fue de \$15.3 billones en el 2011. La generación de empleos directos e indirectos es más de 160,000 empleos.

Puerto de Miami

El Puerto de Miami se reconoce universalmente con la doble distinción de ser la capital de los cruceros del mundo y el enlace de carga de las Américas. El puerto continúa siendo un poderoso motor económico contribuyendo con más de \$27 billones anualmente a la economía de la Florida y apoyando la generación de empleos con más de 207,000 empleos.

Puerto de Palm Beach

El puerto de Palm Beach genera aproximadamente 2,850 empleos en la comunidad. Este puerto ocupa una extensión de 160 acres de terreno, está localizado a 80 millas al norte de la ciudad de Miami.

¹⁷ 2013/Florida Agriculture by the numbers. Florida Department of Agriculture and Consumer Services. www.nass.usda.gov/fl

Producto	Puertos de Entrada	Restricciones
Lechosa	Todos	Suspendido: Debido a la detección de la Mosca del Mediterraneo (Ceratitis capitata) en República Dominicana. Este producto no se permite su entrada en Estados Unidos (Orden Federal DA-2015-14, efectiva en marzo 18, 2015). Enmienda: Aguacates de la variedad Hass y tomates cosechado en estado verde no se consideran hospederos de la Mosca del Mediterraneo (C. Capitata) y son exceptuados de la suspensión. Los embarques de tomates deben estar acompañados de un Certificado Fitosanitario emitido por una organización nacional dominicana testificando que los tomates fueron cosechados en estado verde. (Orden Federal DA-2015-25, emitida en fecha 28 de abril 2015). Lechosa y piñas están prohibidas en Hawaii. USUARIOS AUTORIZADOS SOLAMENTE. Se deben referir a los procedimientos de inspección especial para el caso de los pimientos.
Mango	Todos	Tratamiento T102-a Mangos han de ser tratados en inmersión en agua caliente en una planta hidrotérmica de la República Dominicana aprobada por APHIS. Cada caja procesada ha de estar marcada de la manera siguiente: "USDA-APHIS DOMINICAN REPUBLIC TREATED AND RELEASED." El embarque ha de estar acompañado por una copia del formulario original PPQ-203 completado y firmado por el inspector de APHIS en el sitio de la República Dominicana. PERSONAL AUTORIZADO SOLAMENTE debe de referirse a los procedimientos de inspección para el tratamiento de agua caliente de mangos.
Piña	Todos	Lechosa y piñas están prohibidas en Hawái.
Tomates	Todos	Suspendido: Debido a la detección de la Mosca del Mediterráneo (Ceratitis capitata) en República Dominicana. Este producto no se permite su entrada en Estados Unidos (Orden Federal DA-2015-14, efectiva en marzo 18, 2015). Enmienda: Aguacates de la variedad Hass y tomates cosechado en estado verde no se consideran hospederos de la Mosca del Mediterráneo (C. Capitata) y son exceptuados de la suspensión. Los embarques de tomates deben estar acompañados de un Certificado Fitosanitario emitido por una organización nacional dominicana testificando que los tomates fueron cosechados en estado verde. (Orden Federal DA-2015-25, emitida en fecha 28 de abril 2015).
Yautía	Todos	Ninguna restricción
Yuca	Todos	Ninguna restricción.

Fuente: Elaboración del equipo consultor en base al cuadro 3-74 (Listado de Frutas y Vegetales aprobados de República Dominicana. Fresh Fruits and Vegetables Manual, APHIS.

Tabla 16.
Importación de pimientos en los Estados Unidos (070960)

Año	Total Mundial			De República Dominicana		
	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)
2004	663,566	446,007	1.49	2,349	2,020	1.16
2005	738,761	519,680	1.42	2,954	2,396	1.23
2006	816,498	591,912	1.38	5,646	4,236	1.33
2007	860,587	620,113	1.39	8,757	5,084	1.72
2008	890,944	654,064	1.36	7,020	4,414	1.59
2009	822,265	692,703	1.19	7,210	4,566	1.58
2010	1,011,285	817,401	1.24	10,862	6,438	1.69
2011	1,044,048	841,254	1.24	27,165	27,891	0.97
2012	1,175,953	956,368	1.23	18,038	9,560	1.89
2013	1,335,820	972,131	1.37	22,554	11,936	1.89
2014	1,395,711	1,030,156	1.35			
Promedio	1,192,563	923,462	1.29	19,655	13,956	1.61

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del U.S. Census Bureau Trade Data, 2015.

A.2.3. Calabaza Japonesa (Kabocha)

En la República Dominicana no existen datos de producción y comercialización de la Kabocha. Ya que el estudio de la demanda realizado anteriormente por Hunts Point reveló el potencial de mercado para este producto, el país debe aprovechar su potencial de producción para exportar a dicho mercado. El hecho de que las semillas de este vegetal sean caras no debe ser una limitante para su producción si los precios del mercado lo recompensan.

A.2.4. Lechosa (Variedades Sunrise y Maradol)

El promedio de importación de lechosa de los Estados Unidos durante los últimos diez años, 2004 al 2014, fue de 149,485 TM. El promedio de las exportaciones de la República Dominicana en ese mismo período, sin incluir el 2014, fue de solo 1,942 TM (1.30%). Esto también representa una gran oportunidad para la República Dominicana. Pero por el problema de la Mosca del Mediterráneo, éste es uno de los productos vedados para la entrada a los Estados Unidos. Según se muestra en la Tabla 17, el precio promedio de la lechosa que se importan en los Estados Unidos fue de US\$0.56/Kg. en comparación con US\$0.60/Kg. de las importadas de la República Dominicana.



Tabla 17.
Importación de lechosa en los Estados Unidos (0807200000)

Año	Total Mundial			De República Dominicana		
	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)
2004	88,527	126,009.30	0.70	355	1,200.60	0.30
2005	81,317	116,068.10	0.70	344	1,088.50	0.32
2006	79,324	132,170.20	0.60	359	986.6	0.36
2007	73,145	138,108.60	0.53	2,260	5,137.50	0.44
2008	72,330	124,354.80	0.58	997	2,141.90	0.47
2009	87,218	156,393.70	0.56	903	1,790.90	0.50
2010	87,025	153,891.00	0.57	1,132	2,227.60	0.51
2011	68,376	139,811.40	0.49	1,726	2,179.50	0.79
2012	85,804	142,218.90	0.60	1,230	1,998.00	0.62
2013	89,495	155,109.30	0.58	896	1,515.40	0.59
2014	105,637	159,332.60	0.66			
Promedio	83,584	149,485	0.56	1,177	1,942	0.60

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del U.S. Census Bureau Trade Data, 2015.

Cuando se analizó la respuesta de las exportaciones dominicanas de lechosa a los cambios de los precios en las importaciones de los Estados Unidos, se determinó que la variación en la cantidad exportada es mucho mayor que la variación porcentual en el precio. Un cambio porcentual de una unidad en el precio produce un cambio de 74. Esto indica que, manteniendo todos los demás factores constantes, la oferta es elástica. Se puede también decir que hay una respuesta rápida a las mejores condiciones de precios en el mercado de importación en los Estados Unidos.

A.2.5. Mangos (variedades Kent, Keitt, Tommy Atkins y Banilejo)

La cantidad de mangos que se exporta de la República Dominicana a los Estados Unidos es ínfima. Durante el período del 2004 al 2013, solo se exportó un promedio de 376 TM en comparación con las 352,968 TM totales que se importaron en los Estados Unidos. Esto representó un 0.1%. Una de las principales limitantes es la capacidad de tratamiento térmico de la fruta. Ésta es una condición exigida por los Estados Unidos para la importación de mangos, lo cual busca prevenir la introducción en dicho país de la mosca de la fruta.

Los dominicanos dueños de supermercados en los Estados Unidos ansían tener más mangos de la República Dominicana. Sin embargo, no los tienen, según ellos, por la limitada oferta. Se han hecho esfuerzos para establecer en el país más plantas de tratamiento térmico, pero los costos son elevados. La competencia, especialmente con México, es fuerte. México produce más mangos y la época de producción coincide con la de la República Dominicana. La Tabla 18 muestra las importaciones totales de mangos en los Estados Unidos y las exportaciones de la República Dominicana.

B.3. Restricciones de ingreso al mercado de los Estados Unidos de los productos dominicanos seleccionados.

Para el aprovechamiento del mercado de frutas y vegetales frescos en e mercado de los Estados Unidos, en especial al mercado de La Florida, no basta con que exista el potencial en dicho mercado y la oferta suficiente. Cada mercado presenta restricciones de ingreso que pudieran limitar su aprovechamiento por los países exportadores. A continuación en la Tabla 24 se presentan las principales restricciones en el mercado de los Estados Unidos para cada uno de los productos seleccionados.

B.4. Aspectos logísticos de la cadena de importación/exportación.

La opción más recomendable para el transporte de los productos seleccionados hacia Estados Unidos es el transporte marítimo. Entre otras muchas ventajas, éste mantiene la integridad de la cadena de frío.

Tabla 24.
Restricciones de ingreso a USA de productos dominicanos seleccionados para el estudio.

Producto	Puertos de Entrada	Restricciones
Aguacates	Todos	Suspendido: Debido a la detección de la Mosca del Mediterráneo (Ceratitis capitata) en República Dominicana. Este producto no se permite su entrada en Estados Unidos (Orden Federal DA-2015-14, efectiva en marzo 18, 2015). Enmienda: Aguacates de la variedad Hass y tomates cosechado en estado verde no se consideran hospederos de C. capitata y son exceptuados de la suspensión.
Pimientos	Todos	Suspendido: Debido a la detección de la Mosca del Mediterraneo (Ceratitis capitata) en República Dominicana. Este producto no se permite su entrada en Estados Unidos (Orden Federal DA-2015-14, efectiva en marzo 18, 2015). Enmienda: Aguacates de la variedad Hass y tomates cosechado en estado verde no se consideran hospederos de la Mosca del Mediterraneo (C. Capitata) y son exceptuados de la suspensión. Los embarques de tomates deben estar acompañados de un Certificado Fitosanitario emitido por una organización nacional dominicana testificando que los tomates fueron cosechados en estado verde. (Orden Federal DA-2015-25, emitida en fecha 28 de abril 2015). USUARIOS AUTORIZADOS SOLAMENTE. Se deben de referir a los procedimientos de inspección especial para el caso de los pimientos
Kabocha (Calabaza Japonesa)	Todos	Ivy gourd (Coccinia grandis) o Tindora está prohibida solo en Hawaii.

B.2.2.3. Certificación

El NOP contempla la acreditación de personas públicas o privadas que deseen ser reconocidos como agentes autorizados para certificar la producción y manipulación de alimentos orgánicos.

Los alimentos importados pueden ser vendidos, etiquetados o representados como alimentos orgánicos, siempre que el programa de certificación en el país exportador sea clasificado por el USDA como equivalente al NOP. Este requisito es indispensable para la comercialización de estos productos en el mercado estadounidense. Una vez certificado el producto, este puede comercializarse bajo la leyenda “USDA Organic”, independientemente de si es producido en el país o si es importado. La certificación normalmente es extremadamente costosa y lleva tiempo. O sea, hay que planearla con la debida antelación.

B.2.3. Órdenes de mercado

Las órdenes de mercado están diseñadas para estabilizar las condiciones de mercado para frutas y vegetales. El Programa asiste a los interesados para que trabajen de manera colectiva en la solución de problemas que les afecten. Las industrias entran voluntariamente a este Programa y eligen aceptar supervisión Federal de algunos de los aspectos de sus operaciones.

Una orden de mercado es un instrumento legal autorizado por el Congreso de los Estados Unidos a través de la “Agricultural Marketing Agreement Act de 1937”. Las mismas son obligatorias para individuos y empresas

clasificados como “manejadores” en un área geográfica cubierta por la Orden. Éstas tienen alcance sobre todo el territorio de los Estados Unidos. Los requerimientos exigidos por las órdenes de mercado tienen aplicación para la producción local e igual para el producto importado.

De las órdenes de mercado vigentes en la actualidad, solo la Orden de Mercado 915 afecta a productos dominicanos. Ésta afecta exclusivamente a los aguacates verdes de la República Dominicana.

La Orden de Mercado No. 915 fue establecida en 1954. Algunos de los elementos de esta orden son los siguientes:

- Esta inspección es obligatoria.
- Todos los aguacates importados a los Estados Unidos deberán cumplir con los requisitos de grados y madurez mínimos antes de la importación.
- Requisitos de Grado: Todos los aguacates deberán tener un grado de por lo menos U. S. No. 2, tal y como se define en los estándares de los Estados Unidos para los Aguacates de La Florida.
- Color: Las variedades de los aguacates que cambien hacia cualquier tono de rojo o púrpura cuando estén maduros, excepto la variedad Linda, podrán ser importados si cualquier porción de la piel de la fruta ha cambiado al color normal para esa variedad cuando madura, o si la fruta cumple con los requisitos de peso y diámetro mínimos.
- Pesos o Diámetros Mínimos: Los aguacates que no cumplan con los requisitos del color de madurez, podrán ser importados únicamente si la fruta cumple con los requisitos de peso y diámetro mínimos para los periodos vigentes especificados para cada variedad en el Calendario de Embarques de La Florida.

Tabla 18.
Importación de mangos en los Estados Unidos (0804504060)

Año	Total Mundial			De República Dominicana		
	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)
2004	147,153	276,345	0.53	31	31	0.99
2005	169,117	260,842	0.65	190	187	1.02
2006	209,650	292,377	0.72	315	258	1.22
2007	129,807	183,288	0.71	200	167	1.20
2008	210,884	297,478	0.71	161	173	0.93
2009	217,448	287,444	0.76	167	203	0.82
2010	248,410	320,550	0.77	144	184	0.78
2011	284,744	367,594	0.77	159	204	0.78
2012	310,531	364,800	0.85	421	535	0.79
2013	380,358	424,451	0.90	917	752	1.22
2014	371,440	373,235	1.00			
Promedio	288,298	352,968	0.81	362	376	0.88

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del U.S. Census Bureau Trade Data, 2015.

A.2.6. Piñas (Golden MD-2)

El promedio de importación de piñas de los Estados Unidos durante los últimos diez años fue de 849,343 TM. El promedio de las exportaciones desde la República Dominicana en ese mismo período fue de solo 717 TM (0.8%). Esto se presenta en la Tabla 19.

Considerando que no existe ninguna restricción para las exportaciones de piñas hacia los Estados Unidos, esto representa un gran potencial para el enfoque de la producción agropecuaria para la exportación. Una de las limitantes es la limitada oferta. Sin embargo, los productores de piña, especialmente los de Cevicos y zonas aledañas, están enfocados en mejorar la productividad con la importación de material (hijuelos) de mejor calidad. También ellos están enfocados en aumentar la cantidad

de terrenos dedicados a la producción. Para eso, ellos están recurriendo al gobierno para que les facilite tierras del CEA en la zona.

Cuando se analizó la respuesta de las exportaciones dominicanas a los cambios de los precios en las importaciones de los Estados Unidos, se determinó que la cantidad exportada varía mucho más que la variación en el precio. Con datos del 2004 al 2013, con los cuales se buscaba determinar si los cambios eran mayores o menores que 1 (elástica o inelástica), se consiguió un índice de 170. Esto significa que es muy elástica. Pero esto da solo una idea de la orientación. Para un índice más realista, se necesita hacer un análisis más científico, considerando otros elementos.



Tabla 19.
Importación de piña en los Estados Unidos
(08043020, 08043040, 08043060)

Año	Total Mundial			De República Dominicana		
	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)
2004	231,119	511,050	0.45	20	47.3	0.42
2005	264,085	577,792	0.46	13	14.7	0.88
2006	440,215	634,069	0.69	32	43.6	0.73
2007	430,318	696,803	0.62	56	71.6	0.78
2008	458,344	713,574	0.64	79	84.7	0.93
2009	466,567	720,123	0.65	126	184	0.69
2010	504,577	808,916	0.62	252	424	0.59
2011	474,363	817,564	0.58	126	250	0.50
2012	513,123	924,526	0.56	454	1,018	0.45
2013	539,927	975,588	0.55	734	1,711	0.43
2014	608,240	1,052,761	0.58			
Promedio	499,711	849,343	0.59	338	717	0.53

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del U.S. Census Bureau Trade Data, 2015.

A.2.7. Tomates de Invernaderos (Uva, Carnosos, en ramas, Cherry)

El promedio de importación de tomates en los Estados Unidos durante los últimos diez años fue de 1,334,695 tm. El promedio de las exportaciones de la República Dominicana en ese mismo período fue de solo 3,336 tm (0.25%). Esto se presenta en la Tabla 20. Al igual que los pimientos, los tomates están vedados para la entrada a los Estados Unidos, excepto los tomates verdes.

Considerando la no restricción de los tomates verdes para su introducción a los Estados Unidos, el país puede continuar aprovechando el potencial del mercado y estableciendo las

condiciones para su producción y manejo adecuado. Como esta producción es bajo invernaderos, el tener condiciones apropiadas no debe ser muy difícil.

Cuando se analizó la respuesta de las exportaciones dominicanas a los cambios de los precios en las importaciones de los Estados Unidos, se determinó que la cantidad exportada varía mucho más que la variación en el precio. Con datos del 2004 al 2013, se determinó que la respuesta de la variación de la cantidad con respecto a la variación porcentual en precio es de 455:1.



B.2.2. Productos Orgánicos

La producción y comercialización de productos orgánicos se rige por una serie de normas que ayudan a que los consumidores obtengan en sí los productos bajo las condiciones esperadas. En los Estados Unidos se es bien estricto con que los productos que ingresan al mercado cumplan con dichas normas. Estas normas pueden parecer una carga para los productores

dominicanos. Sin embargo, la adhesión y respeto a las mismas puede significar un gran potencial de mercado. Este es el caso, por ejemplo de los bananos orgánicos. Con estos productos la República Dominicana se ha ganado un lugar de honor en los Estados Unidos y a nivel internacional.

B.2.2.1. Normativa

La normativa vigente en Estados Unidos en materia de productos orgánicos está contemplada en el Code of Federal Regulations 7 CFR 205 y el Organic Foods Production Act (OFPA). El 7 CFR 305 establece la creación del National Organic Program (NOP), adscrito al Agricultural Marketing Service (AMS) del USDA.

El NOP es la oficina encargada en Estados Unidos de desarrollar, implementar y administrar la producción nacional de alimentos orgánicos, la normativa de etiquetado que éstos deben cumplir y certifica a los agentes –nacionales o extranjeros– que verifican que los productores de alimentos orgánicos (ya sean producidos

en el país o importados) cumplan con los estándares establecidos en el 7 CFR 205.

De acuerdo con esta normativa, los productos sujetos a regulación son todos aquellos que indiquen que son “100% orgánicos”, “orgánicos” o “hecho con productos orgánicos”. Estos deben ser certificados por la autoridad correspondiente.

De acuerdo con el 7 CFR 205, la producción orgánica es aquella que es administrada en concordancia con lo establecido en el OFPA y responde a la integración de condiciones específicas culturales, mecánicas y biológicas que fomentan la preservación de los recursos, la biodiversidad y el equilibrio ecológico.

B.2.2.2. Sustancias Prohibidas y Permitidas

Para garantizar la calidad de los alimentos orgánicos que se consumen en Estados Unidos, el NOP establece las normas para la producción y manipulación de alimentos orgánicos, así como una lista de sustancias aprobadas y prohibidas para su uso en estas etapas. La lista de sustancias prohibidas se detalla en el subtítulo CFR 205.600 y puede consultarse en la dirección:

<http://www.ams.usda.gov/AMSv1.0/getfile?dDocName=STELPRDC5068682&acct=nopgeninfo>

Es preciso indicar que estos requerimientos también son aplicables a los alimentos orgánicos importados.



- Confirmar si cumplen los requisitos específicos de importación.
- Determinar qué parte del envío es la que se va a revisar.

B.2.1.8 Requisitos de Calidad

Para algunos productos de este sector, la normativa de APHIS tiene estipulado el cumplimiento de estándares de calidad en cuanto a grado de madurez de la fruta y/o vegetal, tamaño, calidad de los materiales de empaque, forma en la que se debe empaçar, entre otros.

Los productos del sector que están sujetos a estas regulaciones son los siguientes:

- Manzanas
 - Melocotones
 - Aguacates
 - Moras
 - Cerezas
 - Frambuesas
 - Arándanos
 - Uvas
 - Toronjas
- Kiwis
 - Mangos
 - Limones
 - Nectarinas
 - Naranjas
 - Melocotones
 - Piñas
 - Mandarinas
 - Anís

Para un detalle completo de los requisitos se recomienda revisar la reglamentación de la APHIS, para productos frescos, que está disponible en la dirección electrónica <http://www.ams.usda.gov/AMSV1.0/ams.fetchTemplateData.do?template=TemplateG&navID=GradingCertificationandVerification&leftNav=GradingCertificationandVerification&page=Standards&description=Standards&acct=AMSPW>

B.2.1.2 Normativa de Etiquetado

En Estados Unidos la normativa de etiquetado es producida por El Centro de Seguridad de los Alimentos y Nutrición Aplicada (Center for Food Safety and Applied Nutrition, CFSAN), oficina que publica La Guía de Etiquetas de Alimentos 12.

En el caso de productos frescos, por la naturaleza del producto no necesariamente lleva etiqueta, por lo que las disposiciones de la FDA son voluntarias, si es posible, se utilizan sellos, siempre que lo permita el producto.

Cuando se trata de productos frescos importados, el lugar donde se ubique el producto debe indicar el origen y el nombre común de la mercancía.

En cuanto al etiquetado nutricional, los productos frescos están exentos de cumplir con estos requisitos. En su defecto, los detallistas pueden –de manera voluntaria colocar carteles, posters, con información nutricional sobre el producto, en este caso, la FDA publica una serie de tópicos que debe contener para los productos frescos de mayor consumo en Estados Unidos.

Tabla 20.
Importación de tomates en los Estados Unidos (0702000065)

Año	Total Mundial			De República Dominicana		
	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)
2004	908,229	801,365	1.13	537	807	0.67
2005	913,827	809,024	1.13	1,215	857	1.42
2006	996,282	822,753	1.21	3,283	2,422	1.36
2007	1,024,701	914,683	1.12	3,216	2,650	1.21
2008	1,187,555	947,266	1.25	3,620	3,367	1.08
2009	1,157,799	1,005,448	1.15	3,116	3,007	1.04
2010	1,505,304	1,312,655	1.15	3,111	2,304	1.35
2011	1,869,187	1,289,044	1.45	6,082	4,383	1.39
2012	1,623,501	1,342,293	1.21	5,008	3,375	1.48
2013	1,723,390	1,357,629	1.27	3,641	3,283	1.11
2014	1,703,204	1,371,857	1.24			
Promedio	1,684,917	1,334,695	1.26	4,461	3,336	1.33

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del U.S. Census Bureau Trade Data, 2015.

A.2.8. Yautías (Yautía Blanca y Malanga Coco)

El promedio de importación de yautía de los Estados Unidos durante los últimos diez años fue de 51,806 TM. El promedio de las exportaciones de la República Dominicana en ese mismo período fue de solo 2,722 TM (5.25%). Esto se presenta en la Tabla 21. Este porcentaje es el mayor de todos los productos considerados en este estudio. La República Dominicana tiene todo el potencial para la producción de yautía y no existe restricción alguna para su producción y exportación.

Este mercado se debe explotar. El enfoque para aprovechar el mercado no debe ser solo de los productores, sino del sector oficial también como apoyo al sector agropecuario.

La respuesta de los cambios en la cantidad ofrecida a los cambios de precios es de 1,168:1. Éste valor es sumamente elevado y para tomar decisiones sobre exportaciones y precios se necesita hacer un análisis más profunda de

todos los demás factores. Pero es probable que sí haya una respuesta muy positiva cuando los precios en el mercado de los Estados Unidos aumentan o disminuyen.



Tabla 21.
Importación de yautía en los Estados Unidos (07149010)

Año	Total Mundial			De República Dominicana		
	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)
2004	33,223	42,467.90	0.78	11,107	20,611	0.54
2005	35,595	38,563.00	0.92	8,062	8,540	0.94
2006	35,882	41,912.80	0.86	3,867	4,139	0.93
2007	37,422	48,186.70	0.78	2,375	2,641	0.90
2008	44,628	45,881.30	0.97	3,437	2,735.00	1.26
2009	48,057	46,294.20	1.04	5,039	4,152.70	1.21
2010	43,543	48,115.70	0.90	2,622	2,350.80	1.12
2011	37,690	51,391.90	0.73	1,363	1,346.50	1.01
2012	47,721	47,146	1.01	4,459.00	3,913.80	1.14
2013	56,343	51,430	1.10	4,792	3,276	1.46
2014	46,940	60,947	0.77			
Promedio	46,447	51,806	0.90	3,309	2,722	1.05

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del U.S. Census Bureau Trade Data, 2015.

A.2.9. Yuca (parafinada).

El promedio de importación de yuca de los Estados Unidos durante los últimos diez años fue de 53,608 TM. El promedio de las exportaciones de la República Dominicana en ese mismo período fue de solo 104 TM (0.19%). Esto se presenta en la Tabla 22. Considerando el potencial de producción de yuca de la República Dominicana y el historial de producción e investigaciones en el país, se puede decir que es lamentable que el país no aproveche ese

potencial y deje que otros países como Costa Rica sean los que se aprovechen del mercado de los Estados Unidos.

La respuesta de los cambios en la cantidad ofrecida a los cambios de precios es de 1.44:1. Esta relación mayor que uno (1) y cercana a la unidad es más realista que los demás productos. Los cambios en la cantidad exportada son mayores que los cambios en los precios.

- Nueces
 - Pasas
 - Olivas
- Berenjenas
 - Ciruelas pasas
 - Pepinos

Los productos antes mencionados deben cumplir los estándares definidos de calidad, madurez y grado. Para comprobar que cumplan con estos, el envío debe ser inspeccionado y certificado por el Servicio de Inspección y Seguridad de Alimentos (FSIS, siglas en inglés) del USDA. Adicionalmente, APHIS impone otras restricciones a la importación de estos productos.

Sumado a lo anterior, el Departamento de Agricultura de Estados Unidos requiere de un permiso escrito para la importación de productos frescos. Solo pueden ingresar las plantas y partes de plantas que se detallan en el Fresh Fruits and Vegetables Import Manual. El formulario correspondiente es el PPQ 587 o el PPQ 588.

B.2.1.7 Certificados Fitosanitarios

Para ingresar a Estados Unidos, los productos frescos deben cumplir con ciertos requisitos que garanticen su inocuidad para el consumo humano. En el caso de los productos frescos las agencias responsables de la regulación para importar productos frescos son USDA, APHIS y PPQ.

En este aspecto, los certificados fitosanitarios son una herramienta que se utiliza en el comercio internacional, mediante la cual el país de origen certifica que los alimentos exportados cumplen con los estándares técnicos sanitarios establecidos.

El objetivo de estos certificados es consignar que los insectos, bacterias, hongos y otras plagas que podrían afectar al producto en el país de origen no constituyen un riesgo, por lo general,

el país exportador debe solicitar la elaboración del análisis de riesgo al país importador.

Por otra parte, es importante señalar que algunos productos pueden requerir un tratamiento cuarentenario, en caso de que así lo requiera APHIS. Del mismo modo, si anteriormente el envío recibió algún tratamiento cuarentenario se debe notificar a APHIS. Los tratamientos aprobados por este departamento son: la fumigación, tratamiento en frío, agua caliente, vapor caliente o irradiación, entre otros.

En este caso, el PPQ y USDA-APHIS publicaron el Treatment Manual, en el que se explican los procedimientos que se deben seguir en la aplicación de tratamientos cuarentenarios. Este manual puede obtenerse en el siguiente sitio en Internet:

http://www.aphis.usda.gov/import_export/plants/manuals/ports/downloads/treatme nt.pdf

El procedimiento que realizan en Estados Unidos, funcionarios de PPQ y/o el CBP para la inspección del envío consiste en:-

- Identificar el tipo de vegetales y/o frutas a ingresar.
- Identificar la zona de cultivo.
- Determinar si recibieron alguna clase de tratamiento en el país de origen.
- Definir si se cumplen los requisitos de cuarentena.



B.2.1.5 Norma Internacional para la Protección Fitosanitaria

Los requerimientos en cuanto a protección fitosanitaria consisten en la aplicación de la Norma Internacional para la Protección Fitosanitaria, la cual fue diseñada y aprobada por la Convención Internacional de Protección Fitosanitaria (International Plant Protection Convention, IPPC). Esta reglamentación estipula que las tarimas y embalajes de madera deben ser tratados para impedir el alojamiento de plagas. Las tarimas deben portar este sello que indique que han sido tratados de conformidad a las regulaciones establecidas. Ver Fig. 12.

Figura 12.
Código para la protección fitosanitaria de embalajes de madera

XX representa el código del país donde fue tratada la madera, según certificación ISO.

000 es el número del productor de embalaje asignado por la organización nacional para la protección fitosanitaria.

YY es el tratamiento que recibió el embalaje. HT es para tratamiento térmico y MB en el caso de ser fumigado con Bromuro de Metilo.

B.2.1.6 Permisos de Importación de Frutas, Vegetales y Nueces

Los siguientes productos del sector requieren de un permiso de importación otorgado por la FDA o el USDA-APHIS:

Los siguientes productos agrícolas están sujetos a cumplir con la reglamentación de grado, tamaño, calidad y madurez:

- Tomates frescos
 - Aguacates
 - Mangos
 - Limas
 - Naranjas
- Toronja
 - Chiles verdes
 - Papas irlandesas
 - Cebollas secas
 - Dátiles procesados

Tabla 22.
Importación de yuca en los Estados Unidos (714102000)

Año	Total Mundial			De República Dominicana		
	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)	Valor (US\$ 1000)	Cantidad (T M)	Precio (US\$/Kg)
2004	19,639	40,760.40	0.48	42	107.9	0.39
2005	22,460	42,471.90	0.53	29	25.1	1.16
2006	16,581	42,532.20	0.39	57	66.5	0.86
2007	20,278	44,671.70	0.45	52	51.2	1.02
2008	30,777	37,496.80	0.82	37	32.8	1.13
2009	22,504	41,855.40	0.54	115	141.5	0.81
2010	22,264	43,936.30	0.51	69	91.3	0.76
2011	29,778	41,164.20	0.72	13	13.9	0.94
2012	33,843	71,271.80	0.47	123	229.5	0.54
2013	35,411	70,113.90	0.51	68	83.2	0.82
2014	28,038	41,554.40	0.67			
Promedio	29,867	53,608	0.58	68	104	0.76

Fuente: Preparada por el equipo técnico con datos del U.S. Census Bureau Trade Data, 2015.

A.3. Análisis de competitividad

La República Dominicana tiene el potencial de producción para responder con la oferta de productos que demandan los mercados de NY y La Florida. Sin embargo, la República Dominicana no es la única que está supliendo estos mercados con los productos que se han considerado con mayor potencial. Los productos si tienen potencial, pero otros países competidores, tales como el gigante de NAFTA, México, el milagro exportador de Guatemala y Costa Rica, con sus cadenas internacionales batallan en el campo de la productividad (o sea costos unitarios) y confiabilidad. Los altos costos de producción son una limitante para la competitividad de muchos de los productos dominicanos en los mercados de Nueva York y La Florida. Los productores están conscientes de esta limitante (Anexo I, pregunta 2), pero el control de los mismos, muchas veces está fuera de su control. Hay muchos de esos costos que se incrementan por el costo de los combustibles, la energía, los impuestos a los insumos y el transporte.



Un mito ampliamente compartido cree que las amas de casa dominicanas van a demandar los productos de su país por emoción. Esto puede suceder ocasionalmente. Pero estos mismos consumidores son personas de escasos recursos que buscan estirar su limitado presupuesto. Por lo tanto, la existencia de un enorme y diverso mercado

para los productos dominicanos es solamente una condición necesaria, pero no es suficiente. Para realizar las ganancias a lo largo de la cadena de exportación, hay que competir en precio, calidad, oferta, y respuesta rápida a las oportunidades (como las exportaciones de pimientos en 2011). Esta capacidad requerirá de un enfoque en los siguientes elementos:

- Mayor inversión,
- Fortalecimiento del conocimiento con agroempresarios y técnicos
- Un marco legal y fitosanitario ágil y confiable,
- Financiamiento adecuado,
- Servicios de punta a lo largo y ancho de la cadena,
- Alianzas constructivas público-privada,
- Mejor organización del sector público en el apoyo decidido a las exportaciones, y sobre todo, una mejor organización de todos los productores.

¿Por qué debemos considerar cada uno de los elementos anteriores? Los elementos resaltados en la investigación para este análisis, tanto

hablando con productores/ exportadores en la República Dominicana como con comerciantes en Nueva York y La Florida son los siguientes:

- Los altos costos de producción,
- El alto costo de transporte interno o externo,
- El alto costo energético,
- La tasa de cambio penalizando al exportador,
- Salvo casos excepcionales, la falta de compromiso agroempresarial
- Débil infraestructura fitosanitaria,
- Poco acceso al conocimiento específico y pragmático necesario para aumentar ganancias y reducir costos y riesgos,
- Un sistema financiero canalizando y descapitalizando los ahorros del medio rural y agrícola hacia inversiones más seguras en el medio urbano, principalmente Santo Domingo o la rama turística,
- Débil coordinación funcional entre los principales organismos del Estado entre sí, entre productores y exportadores, y entre éstos y aquellos, apoyando directa o indirectamente a la agroempresa y a los principales grupos de productores.

Para la competitividad, también se considera que la República Dominicana debe aprovechar a plenitud los recursos con los que cuenta para hacer los procesos productivos más eficientes. Por ejemplo, según la entrevista a ejecutivos del Departamento de Producción

Bajo Ambiente Protegido (DEPROBAP), ellos estiman la existencia de entre 7.5 y 9 millones de metros de invernaderos construidos. De ellos, solo aproximadamente cinco millones están bajo producción (un porcentaje similar al 30% de fracaso en invernaderos mexicano). Ahora

• La identificación del artículo alimentario, incluido el código de producto de la FDA completo, el nombre común o habitual o el nombre de mercado, el nombre de la marca o comercial (si es diferente del nombre común o de mercado), la cantidad descrita desde el tamaño más pequeño de paquete hasta el mayor contenedor, y los números de lote o de código u otro.

- Identificador (si fuera pertinente):
 - La identificación del fabricante.
 - La identificación del productor, si se conoce.
 - El país originario.
 - La identificación del embarcador.
 - El país desde el que se envía el artículo alimenticio.
 - La información de la llegada prevista: lugar, fecha y hora.
 - Información sobre el proceso de entrada del Servicio de Aduanas de los Estados Unidos.
 - La identificación del importador, propietario y destinatario.
 - La identificación del transportista

Esta notificación la deben presentar los importadores o sus representantes.

La notificación electrónica se puede hacer a través de la siguiente dirección electrónica:

<http://www.cfsan.fda.gov/~dms/fsbtact.html>

B.2.1.3 Establecimiento y mantenimiento de registros (Sección 306)

A partir de la implementación de esta ley, la FDA debe exigir que las empresas mantengan un registro de sus operaciones de manufactura, empaque, distribución, recepción, almacenamiento e importación de los alimentos que ingresan a Estados Unidos.

En el caso de productos frescos el registro debe mantenerse por lo menos por un período de un año hacia atrás y dos años para el resto. Este registro busca identificar los posibles riesgos para la salud humana y animal que se den a lo largo de la cadena de producción-distribución-comercialización de los alimentos.

En la dirección electrónica <http://www.cfsan.fda.gov/~dms/frrecord.html> se presenta una referencia más completa acerca del establecimiento y mantenimiento de registros.

B.2.1.4 Detención Administrativa (Sección 303)

Esta ley estipula que en caso de que la FDA estime conveniente, podrá confiscar los alimentos que puedan constituir una amenaza para la salud pública estadounidense.

Cualquier oficial o personal puede ordenar la detención de los alimentos si encuentra durante la inspección o investigación realizada al amparo del Federal Food, Drug, and Cosmetic Act, que el artículo representa una amenaza con consecuencias graves para la salud humana y animal. En la siguiente dirección se ofrecen más pormenores sobre el proceso de detención administrativa: <http://www.cfsan.fda.gov/~dms/fsbtac21.html>

B.2. Principales leyes y normativas vigentes

En los Estados Unidos existen una serie de leyes y normativas para controlar la importación de productos a su territorio y regular el comercio. Estas leyes y normas ayudan a la agricultura y al comercio a nivel mundial. Sin embargo, las mismas pueden ser un obstáculo para las exportaciones de la República Dominicana. El conocimiento de dichas leyes y normas por parte de los productores y exportadores dominicanos puede ser un arma poderosa para aprovechar el potencial de este gran mercado.

Las principales regulaciones al sector están determinadas por las siguientes leyes, códigos y reglamentos:

B.2.1. Ley de Seguridad de la Salud Pública y Prevención del Bioterrorismo

Esta ley es conocida como Ley contra el Bioterrorismo, se diseñó como una respuesta a los atentados del 11 de setiembre del 2001. Su objetivo es prevenir y mejorar los tiempos de respuesta de Estados Unidos ante un ataque terrorista con agentes biológicos. Dentro de las principales regulaciones que establece esta ley cabe mencionar los siguientes:

B.2.1.1 Registro de Instalaciones (Sección 305)

Todos los exportadores de productos agroalimentarios deben registrarse ante la FDA, en un Registro de Exportadores. Para lo anterior, se debe llenar un formulario de Registro de Instalaciones. Este registro no tiene ningún costo y sólo se presenta una vez, no obstante, debe actualizarse ante cualquier cambio pertinente. Las instalaciones que deben registrarse son todas aquellas que manufacturen, procesen, empaquen, embalen, almacenen o retengan alimentos destinados para el consumo humano. Para mayor información sobre el registro de instalaciones se recomienda revisar la dirección electrónica. <http://www.cfsan.fda.gov/~furl/ovffreg.html>

B.2.1.2 Notificación Previa (Sección 307)

La Ley contra el Bioterrorismo establece que la FDA debe recibir una notificación previa de todos los alimentos importados (incluyendo los productos frescos), tal como se definen en el Food Drug and Cosmetic Act. La notificación previa debe hacerse no más de cinco días antes del embarque del envío. La misma puede ser enviada vía electrónica y debe consignar la siguiente información:

- Identificación de la persona que presenta la notificación, incluido su nombre e información sobre la empresa.
- Tipo de entrada y número de entrada del Sistema del Servicio de Aduanas de los Estados Unidos (ACS), u otro número de identificación asignado por el Servicio de Aduanas de los EE.UU. para la importación.
- El lugar en que se encuentra todo alimento importado retenido en el puerto de entrada o en unas instalaciones seguras debido al incumplimiento de la obligación de presentar una notificación previa adecuada.

bien, el bien organizado Clúster de Agricultura Bajo Techo mantiene los inversionistas a largo plazo. Quienes se han ido apartando son aquellos agricultores ocasionales que no tienen ni el tiempo ni el conocimiento para desarrollar sus invernaderos. En particular el Clúster apunta a una gran escasez de conocimiento y de entrenamiento para los emprendedores inversionistas dominicanos (o para los analistas en los bancos que están financiando estas actividades).

Los inversionistas, por supuesto, ponderarán cuidadosamente estas condiciones, sobre todo para cultivos permanentes (por ejemplo: mango, aguacate Hass y cáscara verde, guanábana (para pulpa), chinola (para pulpa o jugo) o antes de invertir en estructuras como cadena de frío o plantas térmicas para mangos. Uno de los muchos ejemplos de éxito en el agro dominicano es la alianza en inversiones y mercados de un importador en Inglaterra y un productor en Baní quienes al aunar esfuerzos de forma integral han alcanzado el éxito¹.

México es el principal proveedor de la canasta de hortalizas ofertada también por la República Dominicana. Desde 2005 hasta el 2014, su participación solamente ha sufrido oscilaciones marginales alrededor de un estable punto de referencia al 62 por ciento. Canadá, el otro

socio de NAFTA, aunque fuera el segundo abastecedor, solo alcanzó un cuarto del valor mejicano. Perú se mantuvo estático durante la década con un 12%.

La República Dominicana llega a ocupar uno de los cinco lugares más altos, pero con niveles bajos. Las exportaciones de vegetales subieron del 0.3% de las importación en el promedio 2005-2006, llegando a multiplicar su participación por 3.8, y así alcanzó el 1.2 % de las importaciones totales de los Estados Unidos, llegando a ocupar la cuarta posición en crecimiento, detrás de Italia, Guatemala y Corea del Sur.

México es el abastecedor dominante del mercado americano, principalmente la línea de aguacates Hass. Además, marginalmente otros países, que recientemente como en el 2008 no se veían en las estadísticas, ahora ya comienzan a ser notados. Estos son los casos de Chile con el 7%, el de Perú con un 4 % La República Dominicana contribuye con el 2 %, con una combinación de ambos Hass y cáscara verde. Sin embargo, esta pequeña proporción podría perderse si la mosca del mediterráneo bloquea la exportación hacia ese lucrativo mercado.

La concentración en México ha ido creciendo en los últimos diez años, reduciéndose significativamente la de por sí pequeña exportación chilena. Basadas en esa tendencias, y aunque los exportadores de Hass en la República Dominicana opinan que el mercado americano justifica una gran expansión con el apoyo gubernamental, una inversión a largo plazo en este cultivo permanente es difícil de justificar, aun reconociendo que el Hass, por su relativa piel dura, haya sido liberado de la veda por la Mosca del Mediterráneo.

¹¹ La Empresa TropiFruit, dirigida por el conocido empresario agrícola Héctor Coco Castillo, exporta desde su planta en Baní a Inglaterra productos como mangos, berenjena, tayota, aguacate y chinola. Esta empresa opera con capital dominicano y del importador en Inglaterra. Don Héctor ha sido un agente principal consultado en detalle para este trabajo



A.3.1. Comercio reciente de productos agropecuarios entre la República Dominicana y los EEUU.

El intercambio comercial total de los Estados Unidos con la República Dominicana presenta un desbalance a partir de la implementación del DR-CAFTA. En el albor del Siglo XX, del 00 al 05, esa relación estaba en equilibrio (una tasa o ratio de 1:1)¹².

Las importaciones procedentes de los EEUU en 2013 alcanzaron los US\$ 7,196.2 millones, o sea un crecimiento de +52.5% con relación al

año anterior (2005) a la entrada en vigencia del Tratado de Libre Comercio.

Las exportaciones dominicanas hacia ese mercado llegó a US\$4,256 millones, con una disminución de -7.5% con respecto al 2005 que alcanzaron los US\$4,603.7 millones. El ratio X/M se aproxima al 1:1.70.; por cada dólar exportado por la República Dominicana se importan desde los Estados Unidos un equivalente a \$1.69. En el quinquenio 2001 a 2005 esa relación comercial era 1:1. Además, esto no es un efecto del DR-CAFTA, sino más bien consecuencia de una política de cambio donde se apoya la importación y se penaliza la exportación.

¹² Fuente: Office of Trade and Industry Information, Department of Commerce, February 2013.

A.3.2. El sector agropecuario refleja una relación más positiva para la República Dominicana¹³.

Los US\$ 1,125.7 en importaciones desde los EE.UU. en 2013, da un crecimiento de +20.7% desde el 2005. (\$470 millones). Los US\$ 863.6 millones exportados acusan un crecimiento bordeando el 79% en el mismo período.

Gracias a este crecimiento el ratio X/M con el principal mercado internacional se mantiene relativamente bajo, en 1:1.3 equivalente a \$1.30; en el quinquenio 2001 a 2005 esa relación comercial era equilibrada 1:1.

Tal como ha sido indicado previamente, en 2013 la participación agropecuaria ha crecido hasta un 20.3% en el total de las exportaciones hacia los Estados Unidos. Ahora bien, el total exportado (la base de comparación o

denominador) ha bajado de \$4,365 en el 2012 a \$4,256 en el 2013. Los productos procesados ganan presencia. Contrasta con este descenso que Bebidas y Tabaco (312) muestren un aumento de \$243 millones en el 2005 a \$518 en el 2013.

En resumen, la agricultura de ambos países se ha beneficiado del mercado. Es posible que de avanzar los intentos nacionales de producir etanol, por ejemplo, estas exportaciones lleven a la R. D. a una nueva relación de equilibrio con los EE.UU.

¹³ Fuente: US Census Bureau, FAS-USDA. Datos también citados por Manegonte, comunicación privada.



Esta división aplica ciertos permisos de importación, tal es el caso de las aves de corral, productos cárnicos y algunos productos frescos. El origen de la mercancía también puede determinar si la importación del producto exige la aplicación de un permiso adicional ante el APHIS.

Esta instancia tramita los permisos de Plant Protection and Quarantine (PPQ). Estos permisos permiten garantizar que los productos importados no estén contaminados con agentes patógenos. En el caso de productos frescos, el permiso correspondiente es la forma PPQ 587.

B.1.3. Administración de Drogas y Alimentos (FDA)

La FDA es la agencia responsable de velar por la calidad e inocuidad de los alimentos en Estados Unidos. Tiene a su cargo aplicar las disposiciones del Food Drug and Cosmetic Act, el Fair Packaging and Labeling Act y algunas secciones del Public Health Service Act.

Los importadores de alimentos, incluyendo los productos frescos, deben registrarse ante este organismo, Esta agencia también efectúa controles a la importación, los cuáles se detallan más adelante. Entre sus competencias destacan la aplicación de las siguientes normativas:

- Ley contra el Bioterrorismo.
- Productos Bajos en Acidez o Acidificados.
- Aditivos para alimentos, ingredientes y empaquetados
- Etiquetado de Alimentos.
- Mariscos y pescado.
- Inspección de residuos de pesticidas en productos procesados.
- Análisis de riesgo y puntos críticos, HACCP, siglas en inglés, adoptado por el *Codex Alimentarius*.
- Aplicación de las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM).

B.1.4. Agencia de Protección Ambiental (EPA)

Esta agencia es la encargada de custodiar que los contenidos de pesticidas y otros agroquímicos estén dentro de los límites establecidos. Responde a las regulaciones establecidas en el Federal Insecticide,

Fungicide, and Rodenticide Act (FIFRA) y Food Quality Protection. Para consultar los límites de tolerancia, las regulaciones del FIFRA y las excepciones a estos límites se sugiere revisar la dirección electrónica de la EPA:

<http://www.epa.gov/pesticides/factsheets/stprf.htm>



- Ley Bioterrorismo
- Los acuerdos del CBI (Iniciativa para la Cuenca de El Caribe) y recientemente por el Acuerdo CAFTA-RD han reemplazado La Ley de Aranceles de 1930. Por lo tanto, ésta no será incluida en esta sección.
- Regulaciones de APHIS pertinentes a problemas sanitarios y fitosanitarios en el país exportador.
- Ordenes de Mercado diseñadas para proteger a los productores en los EE.UU., ya sea a base de meses de cosecha, de mercados específicos u otras lógicas políticas o sanitarias meta-mercados. Por ejemplo, la Orden de Mercado 915 que afecta la comercialización de aguacates verdes en Estados Unidos.

El rechazo de cargamentos de productos perecederos frescos en el punto de embarque por la falta de algún documento requerido por las regulaciones ha sido una queja expresada universalmente. Los exportadores dominicanos no son una excepción. En gran parte, estos rechazos son causados por la creciente complejidad de estas leyes (algunas detalladas a continuación) y las propias del país exportador, en este caso la República Dominicana, como es la subutilizada Ley 84-99 sobre la reactivación y fomento de las exportaciones.

Para disminuir la probabilidad de rechazos, muchos países, tales como Guatemala, han promovido un mecanismo llamado “ventanilla única”, donde los exportadores pueden llenar los requisitos (el llamado “papeleo”) rápidamente. En igual medida, tanto las regulaciones anteriormente mencionadas como las exigencias de rastreabilidad y origen aconsejan

el intenso uso de soluciones de Tecnología de Información y Comunicación para las mismas. Estos instrumentos serán aún más importantes cuando se definan zonas libres de la Mosca del Mediterráneo

A continuación se presenta una lista de las principales instituciones encargadas de aplicar las regulaciones y controles al sector en los Estados Unidos. Todas estas organizaciones tienen personal con gran conocimiento y experiencia en sus campos respectivos. Estos tecnócratas exclusivamente velan por sus mandatos y poco pueden influenciar sobre ellos las entidades a cargo de la política externa americana (Departamento de Estado, USAID). Celosos de la confianza depositada en ellos por sus superiores reaccionan fuertemente cuando son citados fuera de contexto por el país anfitrión o peor aún, los nacionales no son transparentes con ellos.

B.1.1. Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA)

El Departamento de Agricultura de Estados Unidos es la institución encargada de otorgar permisos de importación para ciertos productos, los cuáles se detallarán más adelante. Además, se encarga de administrar las cuotas de importación para algunos bienes, tal es el caso de los productos lácteos. Este departamento se encarga de aplicar las regulaciones que establece el Agricultural Marketing Agreement Act y el Plant Quarantine Act.

B.1.2. Servicio de Inspección Sanidad Animal y Vegetal (APHIS)

Esta oficina forma parte del Departamento de Agricultura, se encarga de realizar los controles de calidad de frutas y vegetales en los puertos de entrada, aplica las regulaciones en cuanto a los procesos de cuarentena que deben cumplir los productos si se identifica un control de riesgo.

A.3.3. El mercado ofrece una demanda firmemente establecida

Los Estados Unidos ha sido un importador neto de vegetales frescos desde 1969 (con excepción del 1981), con la proporción de importaciones acelerándose a partir de 1969. Más recientemente, nuevas oportunidades han aparecido porque aproximadamente el 25% de la oferta de vegetales frescos ha sido importada. Y como factor determinante, el valor de las importaciones ha superado por casi \$4.3 mil millones las exportaciones del país. México, y en menor grado Guatemala, se han beneficiado de estas tendencias.

Las importaciones estadounidenses de hortalizas (incluidos hongos y papas) alcanzaron un valor total de \$ 11 mil millones en 2014, un 2,1 por ciento sobre el 2013. El incremento fue liderado principalmente por vegetales congelados (hasta 6 por ciento), que representaron el 9 por ciento del valor de las importaciones de hortalizas del 2014, seguido de las hortalizas en conserva (3 por ciento). Con las ventajas comerciales adicionales de NAFTA y la proximidad a los Estados Unidos, México siguió contribuyendo el 49 por ciento del valor de las importaciones, seguido por Canadá (21 por ciento). China, Perú y el resto de países representaron el 30 por ciento del valor de las importaciones en 2014.

Las frutas, muchas menores en importancia en el mercado americano para la República Dominicana, pero importante en productos especiales como son el aguacate verde y potencialmente el mango, ya han sido discutidas.

Grandes vacíos en la oferta doméstica (el mercado reemplaza rápidamente abastecedores cuando las líneas se ausentan del mercado en producto (no hay presencia física en el mercado), calidad (empaquete inferior, vida de anaquel menor), o precio (alto comparado con la competencia) Una mayor preferencia del ama de casa americana por los vegetales y frutas por considerarlos más saludables, y es ella, quien define el triunfo o fracaso de cualquier producto en el mercado americano.

El consumidor americano se ha acostumbrado a la disponibilidad a precios competitivos durante todo el año, de productos frescos que anteriormente solo eran consumidos en temporada. Es una prioridad probar y adaptar nuevos productos en la dieta familiar o en otros medios (como restaurantes étnicos).

En resumen, los productores en los EE.UU no han podido satisfacer estas expectativas, aun cuando el volumen exportado haya descendido por un tres por ciento en 2014 en relación al año anterior¹⁴.

Demográficamente, están ocurriendo cambios los cuales afectaran el perfil del consumidor ¹⁵. En particular la inmigración desde México se ha equilibrado y aproximadamente el mismo número entra de emigrantes que sale de emigrantes.

De hecho, el crecimiento latino en los EE.UU está cada vez más determinado por nacimientos en el país e inmigración proveniente de Centro América. Los primeros tienden a hablar inglés y a tomar los hábitos del país receptor.

Esta tendencia obligará a adaptar la comercialización y promoción con un eje hacia la educación del consumidor (incluyendo mayor incorporación de recetas, y demostraciones culinarias). Más, en resumen, el mercado de consumidores latinos sigue creciendo. Si

¹⁴ Aparece en USDA's Vegetables and Pulses Outlook: May 2015. Este aumento en el consumo americano y su retraimiento en los mercados internacionales ya esta abriendo nuevos mercados en las Antillas Menores. Productos como tomates, ajíes, aguacates, plátano, tamarindo y otros están siendo exportados a, por ejemplo, las Antillas Holandesas, Trinidad Tobago o Barbados. (ver Estudio sobre la Oferta Exportable de Frutas y Vegetales para el Mercado de los Socio del EPA, Ecocribe, S.A., Mayo 2010) y Estos productos, así como los exportados a Europa, por supuesto compiten con las exportaciones dentro del DR-CAFTA.

¹⁵ Esta situación causa fuertes pérdidas en el agro americano por la falta de mano de obra disponible para las arduas labores rurales

lo captarán los mercados especializados en productos latinos o los mercados convencionales dependerán de la agilidad en aprovechar las oportunidades de este poderoso mercado.

La diversificación de los mercados latinos hacia la zona de mayor crecimiento étnico, como los agrupados bajo el NSA, podría aumentar ganancias o evitar la consolidación de la competencia con la inversión en mercados en los estados con alto crecimiento detallados anteriormente.

Los productos latinos podrían estar en desventaja ante otra tendencia: el consumo de comidas preparadas o semi-cocidas. Muchos consumidores prefieren dejar de cocinar y consumir estos productos. Ya algunas cadenas de productos latinos, como Goya, se han beneficiado de esta tendencia. Los supermercados exitosos en cinco años serán aquellos que se han anticipado y beneficiado de estos cambios en la configuración de su oferta.

Esta tendencia, según se propaga a lo largo de la cadena de abastecimiento, premiará a quienes puedan exportar productos con el

grado de procesamiento deseado, incluyendo los controles fitosanitarios y de salud.

Dada la preferencia a reducir el número de transacciones y proveedores, aquellos que estén preparados para las aplicaciones de TCI podrán capturar una porción mayor del mercado.

Pocos mercados permiten planificar inversiones en cuanto al mercado en si tan claramente como los EE.UU. El reto es invertir en tecnologías que permitan llegar a ese mercado a más bajos costos, con mayor confiabilidad, y diversidad. Y encontrar los espacios abiertos por los grandes abastecedores, como México, del mercado americano.

Debido a las políticas monetarias de los bancos centrales, existe una inmensa cantidad de liquidez en la economía global. O sea existen mercados, existe capital, existen las condiciones climáticas, la posición geográfica, la infraestructura vial y portuaria relativamente competitiva, y existen técnicos con conocimientos de punta para llevar la tecnología de las empresas a los campos abastecedores. Los “milagros” en bananos e invernaderos prueban la viabilidad de esta combinación.

A.3.4. Análisis de la participación de mercado de los productos analizados en el mercado de los Estados Unidos

La Figura 9 muestra la participación de los productos analizados, exceptuando la calabaza japonesa, en el mercado de los Estados Unidos. El promedio de participación para estos productos es de solo un 1.32%. La mayor participación la tiene la yautía. Pero esto no significa que este producto genere los mayores beneficios al país. Las exportaciones de este producto son bajas todavía, pero se puede aprovechar la capacidad de producción que tiene el país.

El análisis de esta participación hace que se reflexione sobre si se ha fracasado en aprovechar dicho mercado o si el enfoque debe ser en aprovechar el gran potencial que todavía se tiene. Si se visualiza la participación individual se puede ver como un fracaso. Sin embargo, mirar el gran mercado que se tiene en los Estados Unidos y que no se está aprovechando puede ser un gran incentivo para los productores y exportadores de la República Dominicana para

B. Acceso al Mercado de los Estados Unidos

Esta sección discute las restricciones, especialmente de las frutas y vegetales frescos, en el mercado de los Estados Unidos. También se describen brevemente las principales agencias de los Estados Unidos responsables de su ejecución.

B.1. Instituciones que regulan el acceso de productos a los Estados Unidos.

El DR-CAFTA ha eliminado la mayoría de las barreras arancelarias a los nueve productos seleccionados. Sin embargo, la importación de frutas, vegetales y tubérculos en los Estados Unidos están sujetas a leyes destinadas a proteger la salud del pueblo americano y asegurar la calidad de los productos.

En un año típico, 15 patógenos causan más del 95 por ciento de todos los casos (9.4 millones) por alimentos contaminados. El Servicio de Investigación Económica¹⁶ del USDA estima que estos 15 cuestan más de \$15 mil millones de dólares anualmente. Los cinco más frecuentes, los cuales han causado graves daños a todos los exportadores de DR-CAFTA y NAFTA, son Salmonella (no-tifoidea), toxoplasma jonda, Listeria monocytogenes, Norovirus, y campilobacter. La listeria es particularmente temida porque aunque infecte a pocos, mata la quinta parte de los que infecta. Ante estos peligros, los EE.UU. han erigido fuertes barreras de protección. Agencias como APHIS y la FDA son las responsables de mantener a todo costo la integridad de las mismas.

Estas leyes y reglamentos cambian según las necesidades y el avance de descubrimientos científicos. Por lo tanto, se ha hecho una revisión y actualización de estos aspectos legales a los productos seleccionados. Entre éstos cabe destacar los siguientes:

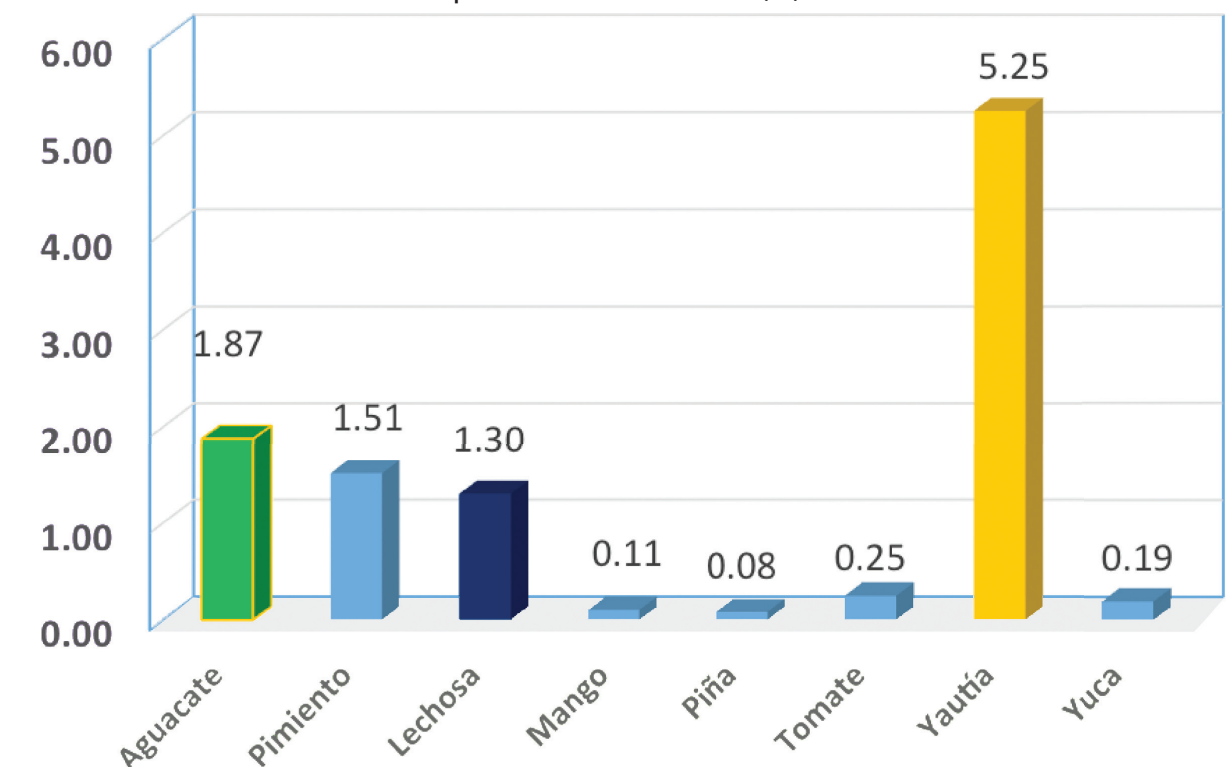
- Acuerdo para la Comercialización Agrícola, ley que data desde 1937.
- Ley de cuarentena de plantas.
- Ley Federal para insecticidas, fungicidas y pesticidas.
- Ley Federal para Alimentos, Drogas y Cosméticos (FDCA).

¹⁶ ERS/USDA: Mayo 2015.



implementar todos los mecanismos necesarios y aunar esfuerzo para competir en el mercado con una oferta de calidad y que llene las expectativas de los consumidores, importadores y distribuidores en Nueva York y La Florida.

Figura 9.
Participación promedio de la República Dominicana en el Mercado de Importación de los EE.UU. (%)



Fuente: Elaborada por el equipo técnico basado en las tablas de exportación.

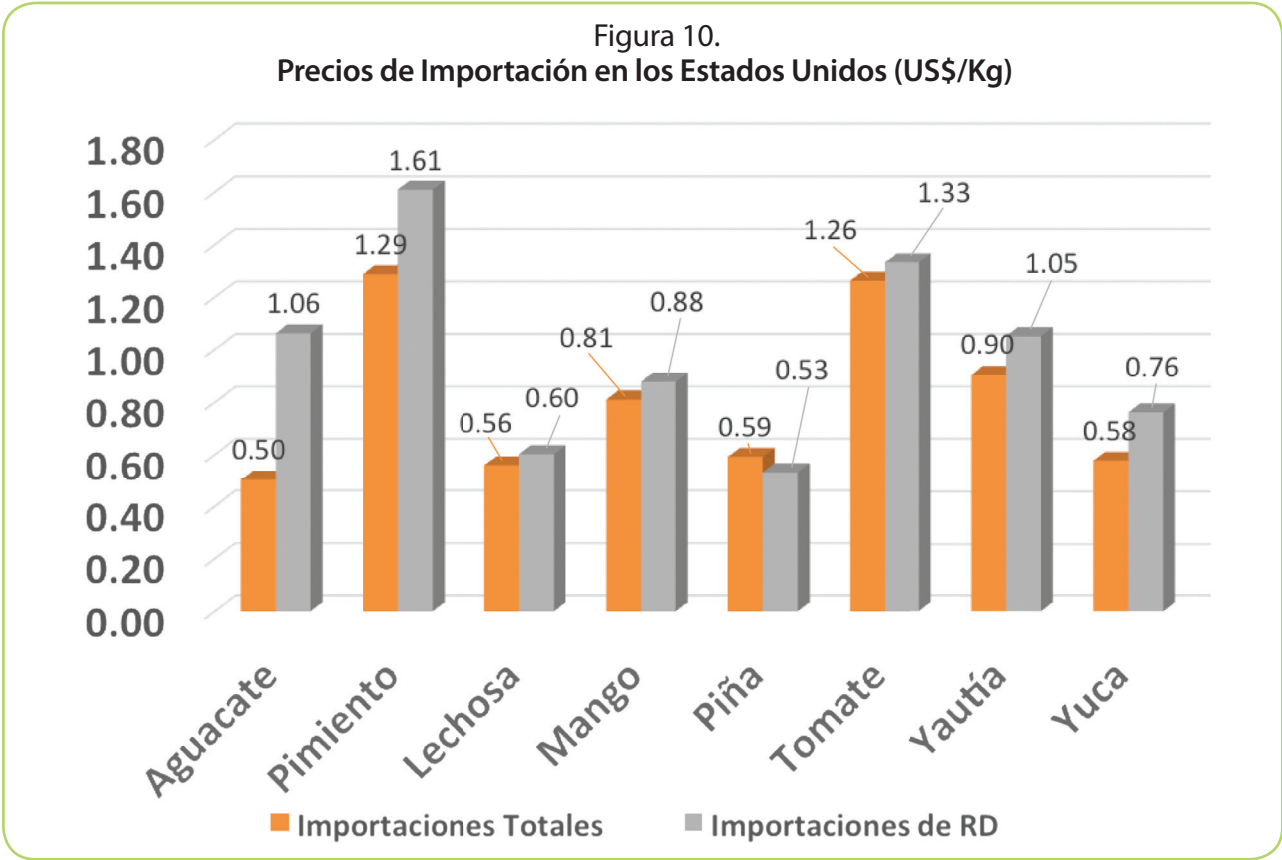
A.3.5. Análisis de precios

Los precios son un elemento clave de la competitividad de los productos agrícolas de la República Dominicana, en el mercado de los Estados Unidos en general y especialmente en los mercados de Nueva York y La Florida. El análisis del valor de las importaciones y las cantidades de cada producto analizado en los Estados Unidos arroja los precios promedios de dichos productos. Estos precios son los referentes que se deben utilizar para determinar si la República Dominicana es competitiva en el mercado de los Estados Unidos. Si desde la República Dominicana se puede exportar a esos

precios, considerando los costos de producción, el país está al nivel de competitividad. Sin embargo, si los costos no permiten que con esos precios se obtenga un margen de beneficio, el país no podría competir.

La Figura 10 muestra esos precios para los productos, tanto para el total de las importaciones como para las importaciones de la República Dominicana. A primera vista se puede ver que los productos dominicanos pueden tener una restricción al tener un mayor precio en el mercado y que pueden ser menos competitivos. Sin embargo, considerando que

los exportadores dominicanos no son fijadores de precios, sino que los precios los fija el mercado, esto se puede ver como una ventaja. Los productos dominicanos se venden a un mayor precio en el mercado de los Estados Unidos por su frescura y la calidad debido a la cercanía entre los dos países.



A.3.6. Análisis de la Productividad Total de los Factores de Producción (PTF)

Finalmente, un factor importante de competitividad a analizar es la Productividad Total de los Factores de Producción. Este parámetro mide la eficiencia en el uso de los recursos. Por definición, es la diferencia entre la tasa de crecimiento de la producción y la tasa ponderada de incremento de los factores, incluyendo el trabajo y el capital. Se busca que haya una economía de escala en la cual la producción total crezca en mayor proporción al aumentar la cantidad de los factores productivos. Ver la Fig. 11.

Lo ideal para medir la competitividad es hacer un análisis de las condiciones del mercado meta y todos los costos y precios de los países

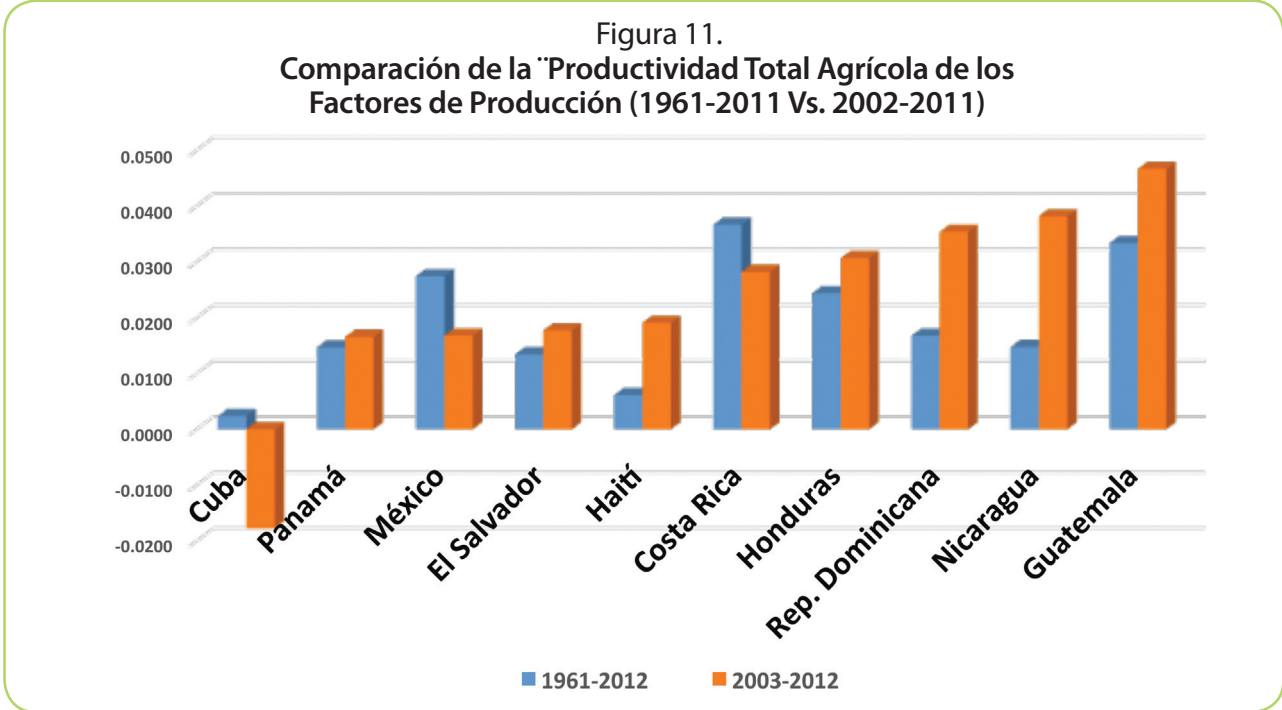
competidores. Sin embargo, este parámetro ofrece una buena medida de la competitividad.

La Tabla 23 presenta la productividad total de los factores para la República Dominicana y para otros países competidores en la región. Se presenta el índice para el período del 1961 al 2012 y para el 2003 al 2012. República Dominicana queda por debajo de Nicaragua y Guatemala. Pero queda por encima de Honduras y Costa Rica. Pero también se nota que el índice de la República Dominicana es mayor para el período del 2003 al 2012 en comparación con los datos del 1961 al 2012. Esto significa que ha habido una mayor eficiencia en el uso de los recursos en los últimos años.

Tabla 23.
Productividad Total Agrícola de los Factores de Producción para diferentes países

País	1961-2012	2003-2012
Cuba	0.0024	-0.0177
Panamá	0.0147	0.0165
México	0.0274	0.0167
El Salvador	0.0134	0.0177
Haití	0.0061	0.0191
Costa Rica	0.0366	0.0282
Honduras	0.0244	0.0307
Rep. Dominicana	0.0168	0.0354
Nicaragua	0.0147	0.0381
Guatemala	0.0334	0.0466

Fuente: <http://www.ers.usda.gov/data-products/international-agricultural-productivity.aspx>
* Los cálculos de este índice están disponibles solo hasta el 2012



Además de todas las informaciones aportadas por informantes claves durante el proceso de la investigación, y el taller realizado para compartir los hallazgos y obtener retroalimentación, las personas que participaron dieron sus sugerencias sobre cómo enfrentar algunos de los problemas en cuanto a la oferta de los productos y su competitividad. Las respuestas estuvieron relacionadas con los aspectos productivos, aspectos de comercialización y costos. Estas sugerencias obtenidas se presentan en el Anexo 1.