

PROYECTO DE OPCIÓN DE GRADO
EXPORTACIÓN DE ACEITE DE PALMA A
REPÚBLICA DOMINICANA

Presentado por:
LAURA MUÑETON
ISAAK SOTO RAMÍREZ

Docente:
VLADIMIR ALVAREZ ROJAS

Asignatura:
OPCIÓN DE GRADO
NRC 7901

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA MINUTO DE DIOS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
TECNOLOGÍA EN MERCADEO INTERNACIONAL
BELLO, COLOMBIA
II-2020

Dedicatoria

Primeramente a Dios, por darnos la vida, la fuerza y la sabiduría para llegar a este importante punto de nuestra carrera.

A nuestras familias por su amor incondicional, acompañamiento y apoyo en este camino tan enriquecedor como arduo.

A los docentes que impartieron sus conocimientos desde nuestro primer momento en la universidad y su acompañamiento hasta el final.

A los compañeros, que recorrieron este camino junto a nosotros y en los cuales pudimos apoyarnos en los momentos más difíciles. ¡Mil Gracias!

¡Lo logramos!

Resumen

El presente trabajo se enfoca en analizar las oportunidades de exportar aceite de palma desde Colombia a República Dominicana, donde se evidencia poco abastecimiento en ciertos sectores del mercado. Colombia se ha convertido en un actor importante en la exportación de aceite de palma a nivel mundial, además, por la cercanía y facilidades de transporte, República Dominicana se convierte en un destino atractivo para este producto.

Como primer paso, se realiza una investigación del mercado destino, donde se evidencia poca oferta para los mercados minoristas y detallistas. El siguiente paso es crear estrategias de marketing que permitan una penetración del mercado óptima, teniendo en cuenta la cultura y comportamiento del consumidor Dominicano. Santo Domingo, por ser la capital y por su ubicación estratégica, ya que se encuentra cerca del puerto principal, se convierte en la ciudad objetivo de estas estrategias y también en punto de partida para una expansión a Centro América y el Caribe.

Palabras Claves

Aceite de palma, exportación, distribución, mercados, producción

Abstract

This document analyses the opportunity to export palm oil from Colombia to Dominican Republic, where there is low supply of this kind of products.

Colombia has become in a mayor actor in the palm oil export around the world. Export to Dominican Republic is a good option, for being near and easy to transport... so, Dominican Republic is a good option for Colombia to export there this product.

Colombia has a marketing strategy to export and sale palm oil:

First, a marketing investigation is done in the objective country, to know the offer in the detail market.

Next step is create marketing strategies to allow optimal market penetration considering Dominican consumer culture and behavior.

The capital, Santo Domingo, has an strategic location, near to de main port, this city is the target for this strategies and is also the starting point to expand this export to Central America and the Caribbean

Keywords

Palm oil, export, distribution, markets, production

Índice

Introducción.....	6
Tema general.....	7
Tema específico.....	7
Definición del problema.....	7
Enunciado del problema.....	8
Formulación del problema.....	9
Justificación.....	10
Objetivos.....	11
Marco teórico.....	12
Metodología.....	15
Diagnostico.....	16
Descripción del producto.....	16
Inteligencia de mercado.....	19
Descripción del país.....	21
Segmentación.....	24
Estrategias de marketing.....	26
Mezcla de marketing.....	27
Conclusiones.....	30
Referencias.....	31

Índice de tablas

Tabla 1: Análisis pestel.....	23
Tabla 2: Análisis FODA.....	24
Tabla 3: Cronograma de actividades.....	30

Introducción

El aceite de palma se ha venido usando como ingrediente para la industria agroalimentaria, la industria química, cosmética, alimentación animal y más recientemente para biocombustibles, su utilización ha generado un aumento generalizado de la demanda a nivel mundial. Colombia en el transcurso de los últimos años ha incrementado notablemente la cuota en exportación del aceite de palma a diferentes países del mundo, principalmente a Holanda, España y México.

República Dominicana, por su cercanía y afinidad comercial se convierte en un destino óptimo para incrementar la exportación de aceite de palma; actualmente Colombia exporta aceite de palma a República Dominicana, pero está lejos de las cuotas de los principales compradores.

Con este trabajo se pretende crear estrategias que de una manera efectiva permitan llevar aceite de palma a este país, creando alianzas estratégicas en el mercado local que faciliten la distribución y comercialización a los clientes mayoristas y minoristas en Santo Domingo República Dominicana.

Tema General

El aceite de palma y su exportación a República Dominicana.

Tema específico

Análisis del potencial que tiene la exportación de aceite de palma como materia prima a República Dominicana.

Definición del problema

En República Dominicana hay poca oferta de aceite de palma y sus derivados para los mercados detallistas y minoristas.

Enunciado del problema

República Dominicana produce alrededor de 53.000 toneladas de aceite de palma por año (www.indexmundi.com), de las cuales, en su mayoría se destinan a las grandes productoras del país, empresas como Frito Lay y Quala consumen cerca del 50% de esta producción dejando algunos mercados sujetos a poca oferta. Pymes, restaurantes, mercados detallistas y minoristas que deben ajustar sus precios de venta según los rezagos que mes a mes dejan las grandes industrias que utilizan el aceite de palma como materia prima en su proceso de producción.

Hoy en día RD cuenta con gran variedad de mini mercados y tiendas de ventas al detal de diversos conceptos, un claro ejemplo de estos son los Supermercados La Pola, con ocho sucursales en Santo Domingo y unas cuantas en provincias como Santiago y Alta Gracia, dos de las más grandes del país, además de establecimientos de venta on line que abastecen gran parte de la población en medio de la situación mundial actual. Adicional cuenta con un amplio sector turístico en donde un número significativo de hoteles y restaurantes se ven afectados por la poca oferta de aceite de palma y derivados para los usos propios de su misión.

Formulación problema

Pregunta general

¿Por qué hay poca oferta de aceite de palma en República Dominicana?

Preguntas específicas

¿Qué pasa con la producción de aceite de palma de República Dominicana?

¿Qué sectores del mercado se ven más afectados?

¿Qué acciones se deben tomar para el suministro de aceite de palma en los mercados donde se requiere?

Justificación

La investigación se realiza con el fin de conocer el mercado que tiene el aceite de palma y sus derivados en República Dominicana, en su producción, distribución y oferta, ya que es una materia prima esencial para la fabricación de gran cantidad de productos de limpieza y cosmética, además de tener uso importante en la industria alimentaria.

Como se ha mencionado, el aceite de palma es de gran importancia y difícilmente se puede sustituir por sus exclusivos componentes y por el alto costo que pueden tener otros aceites vegetales. (OCU, 2018) Lo cual les impide a los mercados detallistas y minoristas reemplazarlo y les toca adaptarse a la poca oferta comprando con un alto costo puesto que la mayor cantidad de aceite de palma de República Dominicana está destinado a las grandes industrias

Con esta investigación se busca generar estrategias que permitan la exportación de aceite de palma a República Dominicana en alianzas con distribuidoras que puedan abastecer los mercados minoristas y detallistas con precios más accesibles a lo que hoy en día tienen, mejorando su producción

De acuerdo a lo anterior, al generar mayor oferta a dichos mercados serían los mayores beneficiados pues tienen la oportunidad de elegir y no restringirse ni limitarse a una sola opción, y así mismo se beneficiaría Colombia, pues es uno de los más grandes productores de aceite de palma a nivel mundial (Producción agrícola mundial, 2020) teniendo una buena alianza para incrementar su producción y exportación.

Objetivo general

Generar estrategias de mercadeo que permitan exportar aceite de palma a República Dominicana, garantizando la ampliación de la oferta para los mercados minorista y detallista a precios competitivos y rentables.

Objetivos Específicos

Investigar las necesidades del mercado detallista y minorista con respecto al aceite de palma en República Dominicana.

Analizar las causas que generan la falta de oferta de aceite de palma en el mercado minoritario en República Dominicana.

Identificar las oportunidades que tiene la exportación de aceite de palma a República Dominicana y que supla la necesidad en el mercado minorista y detallista.

Marco Teórico

El marketing, más que ninguna otra función de negocios, se ocupa de los clientes, de crear valor y satisfacción para estos; los clientes son el corazón y la filosofía central del mercadeo (Kotler & Armstrong, 2003), para Kotler (2003) el marketing es un proceso social y administrativo que se centra en el intercambio de bienes y servicios entre personas que de una manera u otra se benefician con este. De acuerdo con lo anterior, el enfoque teórico de la exportación de aceite de palma como materia prima a República Dominicana, parte de la necesidad de abastecer cierta parte del mercado que hasta ahora se ha visto afectada por la poca oferta que llega hasta el mercado minorista y detallista en gran parte del país. Este fenómeno se debe al gran consumo de aceite de palma que tienen multinacionales como Quala o PepsiCo con su filial Frito Lay y su empresa productora de alimentos que abarca casi el 40% de la producción total de aceite de palma en este país, dejando solo un pequeño porcentaje de este producto para ser comercializado en los mercados minoristas y detallistas, afectando de manera directa el precio de venta al consumidor final. Abad (2007) habla de la importancia de aplicar una estrategia de precios adecuada que permita llegar de forma competitiva a todos los mercados, garantizando una sana competencia basada en cadenas de valor agregado no con lógicas tradicionales de mercado y que todos los clientes de un segmento deben percibir el mismo valor de un producto determinado en el mercado.

Así mismo, Smith (1904) y Marshall (1927) en su teoría de la competencia perfecta “el valor para los productores y los consumidores se realiza a través de intercambios instantáneos; es decir, a través del equilibrio de la oferta y la demanda, cambiando el mercado monopolista que hoy se encuentra en República Dominicana y proporcionando así la sana competencia y el intercambio internacional.

Es este modelo de intercambio Jerome McCarthy (1960) explica la forma como las 4P funcionan de manera óptima, integral y completa, es decir que al tener una mejor oferta y demanda para los mercados detallistas y minoristas donde también se beneficia el consumidor final por la calidad del producto, facilidad de entregas y mejores posibilidades de pago.

La exportación de aceite de palma debe abordar el sistema logístico para el cumplimiento de políticas legales e internacionales integrando la cadena de valor, como lo indica Porter (1985) En la obtención de ventaja competitiva “parte de las actividades que realiza la empresa diseñando, produciendo, comercializando, entregando y apoyando su producto como un todo”. Garantiza mejores precios por beneficios equivalentes o proporcionales a los consumidores. De esta misma manera lo apoya Marshall (1890) “es una función de demanda que relaciona los precios y cantidades demandadas de un bien, ante variaciones de los precios y el ingreso real del individuo; bajo esta lógica, la demanda tiene en cuenta tanto el efecto renta como el efecto sustitución”.

La viabilidad de exportación de aceite de palma de Colombia lo explica por la alta producción que hay en varias partes del país y su alto consumo en República Dominicana sin dejar un lado que su concentración está en los mercados detallistas y minoristas el cual corresponde a más del 77% del mercado. De esta manera lo apoya la teoría de localización de Von Thünen (1820) “es

una corriente de pensamiento económico que incorpora a la ubicación geográfica como una de las variables que determinan el equilibrio de mercado”. A pesar de la distancia entre países es la forma más factible de suplir la necesidad que hoy en día hay en República Dominicana y este mismo por medio de distribuidoras minimizando costes de transporte.

Metodología

El presente trabajo de investigación sobre la exportación de aceite de palma Colombiana con destino a República Dominicana encaminado a cubrir una necesidad sobre los mercados detallistas y minoristas por la falta de esta materia prima que detalla la necesidad, las especificaciones del producto y la cultura del país.

Por la naturaleza del trabajo esta evaluación se hace por medio de estudios descriptivos avalados por tesis, antecedentes, páginas oficiales de cada país ofreciendo datos reales que puedan resolver el problema o la necesidad específica por la misma razón esta investigación es de carácter inductivo donde finalmente se establecen estrategias en el proceso y resultados de la investigación

Diagnóstico

Descripción del producto

El aceite de palma es un aceite de origen vegetal como la más utilizada en el mundo como principal materia prima a nivel industrial para la elaboración de gran cantidad de productos cosméticos y alimentarios la cual se produce del mesocarpio a partir de los frutos de la palma africana (*Elaeis guineensis*) a través de procedimiento mecánicos. Este fruto tiene un color ligeramente rojo al igual que el aceite sin refinar.

Está constituido por una mezcla de ésteres de glicerol (tri-glicéridos) y es fuente natural de carotenos, Vitamina A y vitamina E. Gracias a su versatilidad, dada por su composición de ácidos grasos saturados e insaturados y su aporte nutricional, el aceite de palma está constituida por fracciones líquida (oleína) y sólida (estearina).

De acuerdo a (Corley.1982) El aceite de palma es saturado hasta en un 50%, su composición en promedio es:

- 40-48% ácidos grasos saturados (principalmente palmítico)
- 37-46% ácidos grasos monoinsaturados (principalmente oleico)
- 10% ácidos grasos poliinsaturados.

El aceite de palma se extrae de la porción pulposa de la fruta mediante varias operaciones. Se afloja la fruta de los racimos utilizando esterilización a vapor, luego los separadores dividen las

hojas y los racimos vacíos de la fruta. Después, se transporta la fruta a los digestores, donde se la calienta para convertirla en pulpa.

El aceite libre se drena de la pulpa digerida y luego esta se exprime y se centrifuga para extraer el aceite crudo restante.

Es necesario filtrar y clarificar el líquido para obtener el aceite purificado, los residuos de la extracción, con las nueces rotas y las cáscaras. Entonces es necesario secar las semillas de la palma y colocarlas en las bolsas para su almacenamiento y posterior extracción.

El procesamiento del aceite de palma produce grandes cantidades de desperdicios sólidos, en la forma de hojas, racimos vacíos, fibras, cáscaras y residuos de la extracción. Los racimos contienen muchos alimentos recuperables, normalmente, las fibras, cáscaras y otros residuos sólidos se queman como combustible, para producir vapor

La Palma es cultivada en países tropicales, es económica, versátil se encuentra en mercado estable y permite sustituir la mantequilla y productos procesados en la alimentación

A pesar de tener un fuerte impacto ambiental por la alta pérdida de biodiversidad, deforestación y contaminación así mismo afecta las sociedades autóctonas de dichas regiones también es una base importante para las economías locales

Con el aumento de su producción y necesidad básica en materia prima es de gran interés para el desarrollo industrial pues cumple con las especificaciones de productos requeridos en el sector que se ha diversificado su uso en otros campos como los son el combustible, detergentes, cosméticos, plásticos, farmacéuticos entre otros.

Los antioxidantes naturales y oxidación mínima que posee el aceite de palma cumple con una gran importancia en mantener estables las propiedades del producto en todo momento, cosecha, procesamiento y formulación de productos finales para obtener productos inodoros e incoloros bajo condiciones moderadas de operación (Rincón y Martínez.2004)

Inteligencia de mercado

Tamaño del mercado

República Dominicana cuenta con un amplio sector hotelero y gastronómico que dentro de su principales productos de consumo se encuentra el aceite de palma. 830 hoteles de los cuales aproximadamente el 30% se encuentran en la zona turística de Punta Cana y 729 restaurantes, son el mercado objetivo de esta iniciativa de exportación, adicional, 22 cadenas de supermercados y minimercados distribuidos en las principales provincias de este país. (Tomado de www.camarasantodomingo.do)

Principales demandantes del mercado

República Dominicana cuenta con una producción anual promedio de 53 mil toneladas de aceite de palma siendo el principal productor el valle, HATO MAYOR, sociedad industrial Dominicana por tener las condiciones óptimas de producción. Agricultural Production (2020), especialmente porque es la zona que cuenta con las precipitaciones adecuadas y la temperatura promedio para su siembra. Fuera de este sector no tiene competidores puesto que las condiciones no lo permiten lo cual dificulta su comercialización y/o ampliación de mercados.

Análisis del proceso de distribución

Actualmente República Dominicana cuenta con una empresa dedicada a la extracción y refinamiento del aceite de palma, Induspalma, perteneciente al Grupo Sid, tiene toda la cadena de distribución incorporada en su proceso de producción y venta, una vez el aceite de palma ha sido refinado y envasado en diferentes presentaciones, se realiza el transporte en modalidad terrestre hacia las bodegas de sus clientes, cabe anotar que esta empresa tiene como principales compradores empresas como Quala y Fritolay, quienes consumen aproximadamente el 80% de la producción de esta empresa.

El aceite de palma que se exporta a República Dominicana desde Colombia tiene un proceso de transporte más detallado. Después de su refinamiento los bidones son paletizados y transportados en contenedores de forma terrestre hasta el puerto de Cartagena, donde una vez superados los procesos de aduana se cargan en buques que tienen como destino uno de los tres puertos Dominicanos, Río Haina, Caucedo o Santo Domingo. Una vez arriba el puerto son transportados de forma terrestre hasta la empresa mayorista que se encarga de realizar la distribución por medio de sus filiales a grandes superficies.

Descripción del país

República Dominicana es un país ubicado en América central y el caribe, en la zona centro de las Antillas, en la isla llamada La Española, la cual comparte con Haití. República Dominicana es la novena economía más grande de América Latina y la mayor de Centroamérica y el caribe, y ocupa la séptima posición en ingreso per cápita de Latinoamérica, USD 19.291/año, superado sólo por países como Puerto Rico, Argentina y México, entre otros. En las últimas décadas se ha destacado por un crecimiento económico promedio del 5,3% anual entre el año 2000 y 2014, este se aceleró entre 2014 y 2018 teniendo un crecimiento promedio del 6,3% y un 7% hasta mediados del 2019 y un 5,5% hasta inicios de 2020 donde este se vio afectado por la pandemia mundial causada por el COVID-19 (<https://www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview>).

República Dominicana cuenta con una población aproximada de 11.250.000 habitantes, la mayoría se concentran en su capital, Santo Domingo, la cual registró un censo de poco más de 4 millones de habitantes en 2019 (<https://www.one.gob.do/censos>).

La economía Dominicana, hasta el año 1967 dependió exclusivamente de la agricultura como principal actividad económica. En las últimas décadas la diversificación económica han proporcionado un abanico de oportunidades para los inversionistas locales y foráneos, sectores como la minería, intermediación financiera, construcción, turismo, energías renovables, zonas francas, telecomunicaciones, call centers y el sector de entretenimiento, específicamente los cines, vienen tomando gran relevancia en el desarrollo económico de República Dominicana en los últimos años.

Matriz PESTEL

Tabla 1: Análisis Pestel

Análisis Pestel	
<p>Político: Democracia representativa, Constitución de 1844, con sistema político pluripartidista con ideologías socialdemócrata. Conformados por el poder ejecutivo (Presidente), representativo (Congresos, senadores y diputados), Poder judicial (Corte de justicia y tribunal supremo)</p>	<p>Tecnológicos: Más gente y dispositivos inteligentes, cajeros automáticos, cámaras de seguridad, data de sistemas (Big Data) y comercio electrónico, distribución, inteligencia artificial y ciudades inteligentes. Lopez(2019)</p>
<p>Económico: Octava economía de América Latina. Depende principalmente del comercio exterior, los servicios de la minería, industria farmacéutica, turismo con economía diversificada y una industria altamente desarrollada. Banco Central de la República, Inflación del 3% Tasa de desempleo 10,3%</p>	<p>Ecológicos: Creciente escasez de materias primas, altos grados de contaminación, alta deforestación, mal manejo de los desechos sólidos. el 52% de la población no tiene acceso al agua potable, 73% no tiene alcantarillado.</p>
<p>Socioculturales: Creencias y actitudes, crecimiento de la población, la edad, la escolaridad y educación la deserción es alta. Altas tasas de natalidad, de mortalidad en general y una gran incidencia de enfermedades transmisibles con una superficie de 48.730Km²</p>	<p>Legales: Igualdad de oportunidades, normas de publicidad, etiqueta y seguridad de productos, afectaciones al consumidor, salud y seguridad. El marco legal de reglamentos y manuales del funcionamiento institucional.</p>

Nota: Información extraída Lawi.2020,03

Matriz DOFA / FODA

Tabla 2: Análisis FODA

Fortalezas

- Tierras y clima óptimo para el cultivo de palma africana.
- El aceite de palma puede sustituir otros aceites vegetales o grasas
- Colombia cuenta con posición geográfica privilegiada
- Apoyo del gobierno para los cultivadores de palma
- Uso de esta materia prima para diferentes industrias
- Importante crecimiento del mercado en los últimos años
- El aceite de palma Colombiano cuenta con altos estándares de calidad y reconocimiento a nivel mundial

Oportunidades

- Alto índice de competidores en el mercado promoviendo que los precios sean competitivos
- Tecnología de punta para optimizar los procesos de producción
- Incremento en la oferta laboral
- Diferentes puertos desde los cuales realizar el transporte
- Cercanía con el país de destino
- Apoyo de FEDEPALMA
- Oportunidad de expandir el mercado a centro américa

Debilidades

- Producto perecedero
- Inversión inicial alta
- Dilemas ambientales con la emisión de CO2 a la atmósfera en su producción y transporte
- Consumo en exceso puede producir obesidad e incrementar el colesterol
- Deforestación que afecta fauna y flora
- Desplazamiento de poblaciones nativas

Amenazas

- Plagas que pueden afectar los cultivos
 - Variación de la tasa representativa del mercado (TRM) afectando precio de los insumos importados
 - Alta producción por parte de los países competidores como Malasia e Indonesia
 - Grupos al margen de la ley que pueden afectar el transporte interno
 - Cambio climático
 - Barreras arancelarias en el país de destino
-

Segmentación

Psicográfica

El perfil psicográfico del dominicano, nos muestra una persona alegre, amante de las reuniones con familiares y amigos, son hospitalarios, les gusta trabajar aunque no son amantes de las exigencias, por sus herencias culturales no son racistas, ya que esta isla del caribe tiene sus raíces en diferentes partes del mundo, mayormente África e Inglaterra. El dominicano se caracteriza por ser amante de la buena vida, gustan del cine, las playas y asistir a discotecas, pero también por su poco amor por la lectura (Persinal, 1998).

Por ventajas o beneficios

El aceite de palma es uno de los principales aceites comestibles utilizados a nivel mundial, por su composición balanceada, con una relación 1:1 en sus grasas saturadas, por ser una fuente de carotenos y vitamina E. El aceite de palma, aparte de su aplicación culinaria, puede ser usado en la industria dermocosmética (Serna & Betancourt, 2015), en algunos sectores de Europa se utiliza para la producción de electricidad y como combustible (Tomado de <https://www.dw.com/es/usos-del-aceite-de-palma/a-5046984>).

Edad

El rango de edad de los consumidores es de los diez años en adelante, siempre y cuando no existan restricciones médicas.

Nivel de ingresos

El consumo de aceite de palma no tiene un status económico definido, personas de todos los niveles sociales pueden consumirlo.

Ciclo de vida

Las condiciones familiares como la cantidad de integrantes de la familia o estado civil de la persona no es un obstáculo para consumir aceite de palma o sus derivados.

Geografía

La capital de República Dominicana, Santo Domingo, es la ciudad principal como destino, por ser el área donde se concentra la mayor cantidad de habitantes del país, seguido por Santiago y Caucedo.

Estrategias de Marketing

- Posicionamiento; suple la necesidad del mercado detallista y minorista con el requerimiento del aceite de palma. (Distribución y comercialización)
- Ofrecer al mercado una mejor oferta basada en el precio y la calidad con la pureza requerida
- Apoyo por corporaciones como Fedepalma
- Entregas de pedido en el tiempo correspondiente y en las cantidades solicitadas
- Su uso y aplicación como materia prima en distintos procesos manufactureros (Alimentarios, farmacéuticos, cosméticos, combustible y de limpieza)
- Suple aceites vegetales a un menor costo y este mismo es difícil de reemplazar por sus componentes
- Ofrecer el producto en distintos empaques para el consumidor final (Supermercados)
- Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional.
- Integración de marcas, exportación e importación de materias primas y productos procesados.
- Ganar competitividad
- Posibilidad de expansión a Centroamérica.

Mezcla de Marketing

Producto

El Aceite de palma colombiano cuenta con los estándares de calidad y es avalado como uno de los más sostenibles en producción a nivel mundial, cuenta con grandes zonas de producción siendo el mayor productor de América.

Al ser una materia prima que es utilizada en varias ramas de la industria crea siempre valor agregado, aparte de que es difícil de reemplazar por costo y componentes el cual se utilizará durante toda su vida.

Empaque plástico de polietileno de alta densidad 0,95g/cm³E, botella del animal doméstico 125ml - 5l, bidones/garrafas: 0,9l - 25l, latas 5l - 18l, los tambores: 190 - 195kg, la flexión 21mt del tanque, Paquete: 1,2,5 litros botella pet 21ltr, bidones/garrafas: litros 220 durm 1 litro en bolsa.

En relación al etiquetado debe llevar las siguientes características; ingredientes en español e inglés, información nutricional, peso neto, recomendaciones, fecha de fabricación, fecha de vencimiento, código de barras, registro invima.

Precio

El precio por litro del aceite de palma es de USD 7 / Exwork.

El precio por litro del aceite de palma es de USD 9 / DDP.

El transporte está previsto en contenedores TEU

Plaza

La capital del País de República Dominicana, en Santo Domingo por tener la mayor cantidad de población y es la zona donde se concentra la mayor parte del comercio del país. En el cual llega el producto de manera masiva Districomercial S.A se encargaría de su empaque y distribución a los distintos mercados detallistas y minoristas que lo requieren.

La gestión de pedidos sería estandarizada la cual le daría el cumplimiento del mismo de manera puntual, controlando el inventario y poniendo a disposición del cliente puntos más cercanos de venta, distribución y transporte garantizando un buen manejo en almacenaje, empaque y embalaje del producto.

Promoción

Se realizarán campañas publicitarias por medio de vallas y avisos en los medios de transporte más comunes, en los supermercados, hoteles, restaurantes y empresas manufactureras de la industria alimentaria el cual es el mercado que más vamos a impactar. La idea central es realizar alianzas estratégicas del proceso con comercializadoras especializadas en ventas a minoristas.

Los contactos comerciales que se tendrán inicialmente en cuenta son: Jumbo, superfresh, Plaza lama, Ole el rompe precios, Supermercados la cadena, supermercados nacional, PriceSmart. El banco de alimentos de República Dominicana.

Cronograma

Tabla 3: Cronograma de actividades

Actividad	Area Asignada	Dias	Recursos	Indicadores de seguimiento	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8	Semana 9	Semana 10	Semana 11	Semana 12	
Investigacion de mercado	Mercadeo	30	Humanos y tecnologicos	Informes del área de mercadeo	█	█	█	█									
Investigacion de barreras para la exportación de aceite de palma	Comercio exterior	2		Informes de la DIAN	█												
Busqueda de alianzas estratégicas en el pais de destino	Mercadeo	30		Acuerdos con distribuidor					█	█	█	█					
Acuerdo de compraventa internacional	Mercadeo	7		Cierre de negociacion						█	█						█
Terminos de negociación internacional	Mercadeo	14		Aprobación del ente regulatorio													█
Factura y certificado de origen comercio exterior y la DIAN	Financiera	4		Seguimiento bancario													█
Medios de pago/cambios de divisas	Financiera	5		Informes de logistica										█			
Análisis Empaque y embalaje	Logística	3		Informes de logistica										█			
Análizar las condiciones de transporte	Logística	7		Firma de convenio											█		
Contratación de agente aduanero	Comercio exterior	5		Aprobación de la exportación												█	
Protocolo de aduana y zona franca	Agente aduanero	5		Acuerdo con clientes y empresas transportadoras										█	█		
Canales de distribución	Mercadeo	10		Informe de ventas						█	█	█	█				
Busqueda de clientes	Mercadeo	30		Captación de clientes						█	█	█	█	█	█	█	█
Publicidad	Agencia de Publicidad									█	█	█	█	█	█	█	█

Fuente: Autoría propia

Conclusiones

Los mercados detallistas y minoristas en República Dominicana requieren de una mejor oferta de aceite de palma y sus derivados, las grandes industrias se abastecen del único transformador de este producto y acaparan una gran porcentaje de la producción.

En República Dominicana solo se puede encontrar un productor de aceite de palma, este abastece en su mayoría a grandes empresas como Quala o Frito-Lay, las cuales requieren para su proceso productivo grandes cantidades de este aceite, dejando el resto del mercado con poca oferta.

Se identifican oportunidades importantes en el mercado Dominicano, con la creación de alianzas estratégicas se puede realizar un incursión efectiva en los mercados minoristas y detallistas, llegando con una oferta razonable y de esta manera establecer un portafolio de clientes que impulsen el crecimiento en ventas de este producto en la zona.

Referencias

- Abad, N. R. (2007) Estrategia de precios: un enfoque de mercadeo para los negocios, Medellín, Editorial Universidad Eafit.
- Agricultural Production Statistics by Country. (2020). IndexMundi Home.
<https://www.indexmundi.com/agriculture/>
- Agricultural Production Statistics by Country. (2020). IndexMundi Home.
<https://www.indexmundi.com/agriculture/>
- Agricultural Production Statistics by Country. (2020). IndexMundi Home.
<https://www.indexmundi.com/agriculture/>
- Andújar Persinal, C. (1998). La identidad dominicana y sus fantasmas. Ciencia y sociedad.
- Arango-Muñoz, D. G. (2014). Los diez pilares del mercadeo: cuando las cuatro P se quedan cortas. Medellín Revista Soluciones de Postgrados
- Corley, R. H. V. (1982). Composición del aceite de palma y cultivo de palma africana. Revista Palmas, 3(1), 5-8.
- Fedepalma. (2019). Balance económico del sector palmero colombiano. Recuperado de https://202060.aulasuniminuto.edu.co/pluginfile.php/748927/mod_resource/content/1/Presentaci%C3%B3n%20Estilo%20APA-RecAntCho%20.pdf
- Hurtado Prieto, J. (2003). La teoría del valor de Adam Smith: La cuestión de los precios naturales y sus interpretaciones. Cuadernos de economía, 22(38), 15-45.

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003) Fundamentos de marketing. Ciudad de México, Pearson educación.
- Lawi. Análisis PESTEL de República Dominicana pais.es.leyderecho.org Retrieved 10, 2020, from <https://pais.es.leyderecho.org/analisis-pestel-de-republica-dominicana/>
- Marshall, A. (1985). Principios de economía: tratado introductorio (Vol. 1). São Paulo: Nova Cultural.
- Nicholson, W. (2005) Teoría microeconómica: principios básicos y ampliaciones. Editorial Paraninfo.
- Ocu. (2018). Aceite de palma: Todo lo que debes saber. Información salud. Recuperado de <https://www.ocu.org/alimentacion/alimentos/informe/aceite-de-palma>
- Porter, M. (1985). La ventaja competitiva según Michael Porter. Web y Empresas, Administración, Ingeniería, Gestión y mucho más.
- Producción agrícola mundial. (2020). Producción Mundial Aceite de Palma 2020/2021. Recuperado de <http://www.produccionagricolamundial.com/cultivos/aceitedepalma.aspx#:~:text=En%20el%20C3%BAltimo%20mes%20de,de%2072.27%20millones%20de%20toneladas.>
- Rincón, S. M., & Martínez, D. M. (2009). Análisis de las propiedades del aceite de palma en el desarrollo de su industria. Revista Palmas, 30(2), 11-24.
- Serna, A. M., & Betancourt, C. P. (2015). Aceite de palma alto oleico: propiedades fisicoquímicas y beneficios para la salud humana. Revista Palmas, 36(4), 57-66.

Valerio, A. L. (2019, 2 marzo). Estado de la Tecnología y el Internet en la República Dominicana 2019. Arturo López Valerio.

<https://arturolopezvalerio.com/2019/01/28/estado-de-la-tecnologia-y-el-internet-en-la-republica-dominicana-2019/>

www.one.gob.do/censos

www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview

www.almuerzodenegocios.com/los-10-sectores-economicos-de-mayor-ganancia-en-republica-dominicana

www.camarasantodomingo.do

www.dw.com/es/usos-del-aceite-de-palma/a-5046984