

PMP

Estudio de Mercado Carne de Cerdo en República Dominicana

Junio 2013

Documento elaborado por la Oficina Comercial de Chile en República Dominicana - ProChile

pro|CHILE
IMAGINA · CRECE · EXPORTA



I. Tabla de contenido

II. RESUMEN EJECUTIVO	4
1. Código y glosa SACH	4
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	4
3. Estrategia recomendada (en base a análisis FODA).....	4
4. Análisis FODA.....	5
III. Acceso al Mercado	6
1. Código y glosa SACH	6
2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.	6
3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.	6
4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.	7
5. Regulaciones y normativas de importación (<i>links a fuentes</i>)	7
6. Etiquetados requeridos para ingreso al país (<i>imágenes</i>).	10
7. Requerimientos de etiquetados (<i>links a fuentes</i>).....	10
8. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros (<i>links a fuentes</i>)	11
IV. Potencial del Mercado (de acuerdo a disponibilidad de información)	12
1. Producción local y consumo	12
2. Importaciones (<i>valor, volumen y precios promedio</i>) del producto últimos 3 (tres) años por país. Identificar principales competidores y participación de Chile en el mercado.	12
3. Centros de consumo y estacionalidad de demanda	13
V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado	14
1. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista (<i>HORECA en caso alimentos y bebidas</i>).14	14
2. Estructura del Canal.....	16
3. Diferenciación de Canal	16
3. Tiendas especializadas del producto	15
4. Marcas propias en retail.....	15
VI. Consumidor	15
1. Segmentos de consumo del producto (segmentos demográficos, socioeconómicos, aspectos culturales, religiosos, étnicos, etc.).	15
2. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento (calidad, precio, sustentabilidad, inocuidad, funcionalidad de un alimento, etc.)	15
VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias	16
1. Principales marcas en el mercado (<i>locales e importadas</i>).	16

2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado (<i>certificación orgánica, fair trade, sustentabilidad, eco friendly, etc</i>).	16
3. Precios de referencia de producto chileno, competidores en el mercado y Formato envasado (<i>tablas comparativas e imágenes en lo posible</i>).	16
4. Posicionamiento de producto chileno en el mercado en comparación a competidores	20
5. Campañas MKT de competidores o producto local: logo de origen, producto local, estrategias de posicionamiento en el mercado (links e imágenes).....	20
VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado	21
IX.Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado ..	21
X.Fuentes de información (links)	22

“El presente documento, de investigación de mercado e informativo, es propiedad de ProChile, organismo dependiente del Ministerio de Relaciones Exteriores de Chile. El acceso a este documento es de carácter público y gratuito. No obstante lo anterior, su reproducción íntegra o parcial sólo podrá ser efectuada citándose expresamente la fuente del mismo, indicándose el título de la publicación, fecha y la oficina o unidad de ProChile que elaboró el documento. Al ser citado en una página Web, deberá estar linkeado al sitio de ProChile para su descarg

II. RESUMEN EJECUTIVO

En los últimos años, la producción de cerdos en República Dominicana experimentó un crecimiento de un 47%, pasando de producir desde 705,000 unidades de 100 kilos en pie en el año 2004, a 1,038,200 unidades de cerdos de 100 kilos en pie en 2011, según los datos del Consejo Nacional de la Producción Pecuaria (CONAPROPE). La población de cerdas madres que constituyen la base para la reposición de crías para renovar la piara nacional y la producción de carne se estimó en 2011 en 69,213 cabezas, un incremento de 498 cabezas.

República Dominicana cuenta con una producción total de 43,953 productores registrados en la Dirección General de Ganadería (DGG), distribuidos en ocho Regiones del territorio.

El consumo aparente per cápita de carne de cerdo fresca ha oscilado entre 18 y 22 libras al año, según datos de la DGG. La DGG también informó que los derivados de la carne de cerdo consumidos en el mercado dominicano (salami, jamones, salchichas, chuletas, longanizas y otros) han crecido considerablemente registrando un incremento acumulativo de un 38%.

Las importaciones de carne de cerdo y sus derivados representan aproximadamente un 6% del consumo nacional dominicano. Dichas importaciones proceden básicamente de EEUU y España, bajo la siguiente descripción de producto: las demás carnes de porcino, congeladas, las demás carnes de porcinos, frescas o refrigeradas, jamones, paletas y sus trozos, congelados sin deshuesar, carne de porcinos en canales o medios canales, congelada, carne de porcino fresca o refrigerada, en canales o medios canales y tocino sin partes magras y grasa de cerdo o de ave.

Cabe destacar que en las fuentes oficiales consultadas no se registran importaciones de carne de cerdo al mercado dominicano procedente de Chile.

1. Estrategia recomendada (en base a análisis FODA)

Se recomienda tener un acercamiento con el mercado dominicano a través de una misión de prospección en que la representación comercial de Chile en República Dominicana les apoye con la elaboración de un plan de trabajo que incluya visita a los principales actores del subsector productos de carne de cerdo, visita a los principales puntos de venta y considerar la relevancia del factor precio de este mercado.

2. Análisis FODA

		Factores Internos	
		Fortalezas	Debilidades
		<ul style="list-style-type: none"> Reconocimiento de la calidad del producto chileno en el mercado dominicano. Industria chilena altamente competitiva Empresas exportadoras de alto nivel. 	<ul style="list-style-type: none"> No existe acuerdo comercial entre Chile-RD. Costo y distancia flete. Mercado dominicano altamente dependiente de tendencias en los EEUU.
Factores Externos	Oportunidades	<ul style="list-style-type: none"> Destacar las cualidades de producto en el mercado dominicano por medio de acciones de promoción a definir 	<ul style="list-style-type: none"> Combinar las exportaciones chilenas a RD en fletes consolidados.
	Amenazas	<ul style="list-style-type: none"> Combinar alta calidad con precios moderados. Realizar eventos informativos resaltando la calidad y nutrientes de los productos de carne de cerdo chileno. 	<ul style="list-style-type: none"> Encuentro directo con los importadores. Presencia en el mercado vía medios de comunicación.

III. Acceso al Mercado

1. Código y glosa SACH

Código	Descripción
0203293000	Las demás carnes de la especie porcina deshuesada
0209102000	Tocino de cerdo sin partes magras
0203220000	PIERNAS, PALETAS Y SUS TROZOS CONGELADOS SIN DESHUESAR.

2. Código y glosa sistema armonizado local en país de destino.

Código	Descripción
0203.29.90	Las demás carnes de la especie porcina deshuesada
0209.00.10	Tocino de cerdo sin partes magras
0203.22.00	Jamones, paletas y sus trozos, sin deshuesar, frescos o refrigerados. Piernas, paletas y sus trozos, sin deshuesar

3. Aranceles de internación para producto chileno y competidores.

Código	Arancel General	Países con Preferencia Arancelarias
0203.29.90	25%	20% Países Signatarios del RD-CAFTA y Acuerdo de Asociación Económicamente los países de la Unión Europea y los países de Cariforo (AAE). (*)
0209.10.11	40%	8% Países Signatarios del RD-CAFTA y Acuerdo de Asociación Económicamente los países de la Unión Europea y los países de Cariforo (AAE). (*)
0203.22.00	25%	20% Países Signatarios del RD-CAFTA y Acuerdo de Asociación Económicamente los países de la Unión Europea y los países de Cariforo (AAE). (*)

(*)RD-CAFTA; Costa Rica, El Salvador, Estados Unidos, República Dominicana, Guatemala, Honduras y Nicaragua, Acuerdo de Asociación Económica Cariforum-Unión Europea; integrado por: Antigua y Barbuda, Commonwealth De Las Bahamas, Barbados, Belice, Commonwealth De Dominica, República Dominicana, Granada, República Cooperativa De Guyana, República De Haití, Jamaica, San Cristóbal Y Nieves, Santa Lucía, San Vicente Y Las Granadinas, República De Surinam, República De Trinidad Y Tobago, El Reino De Bélgica, La República De Bulgaria, La República Checa, El Reino De Dinamarca, La República Federal De Alemania, La República De Estonia, Irlanda, La República Helénica, El Reino De España, La República Francesa, La República Italiana, La República De Chipre, La República De Letonia, La República De Lituania, El Gran Ducado De Luxemburgo, La República De Hungría, Malta, El Reino De Los Países Bajos, La República De Austria, La República De Polonia, La República Portuguesa, Rumania, La República De Eslovenia, La República Eslovaca, La República De Finlandia, El Reino De Suecia, El Reino Unido De Gran Bretaña e Irlanda Del Norte.

USA - DR - CAFTA Contingentes Arancelarios de la República Dominicana

Subpartidas	Descripción del Producto	ARANCEL NMF FUERA DE CUOTA	ARANCEL DENTRO DE CUOTA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20
	CARNE DE CERDO:			4,235	4,620	5,005	5,390	6,050	6,620	7,190	7,760	8,330	8,500	9,050	8,500	9,000	9,500						
02031100, 02031200, 02031900, 02032100, 02032200, 02032910 y 02032990	Cortes	99	25	3,465	3,780	4,095	4,410	5,000	5,500	6,000	6,500	7,000	7,500	8,000	8,500	9,000	9,500	ilim.					
02090010 y 02101200	Tocino	40	40	220	240	260	280	300	320	340	360	380	ilim.										
15010010	Grasa	40	40	550	600	650	700	750	800	850	900	950	1,000	1,050	ilim.								

4. Otros impuestos y barreras no arancelarias.

18% ITBIS (IVA)

No existen barreras no arancelarias.

5. Regulaciones y normativas de importación (*links a fuentes*)

Reglamento 20329-11 cita en el Artículo 601;

Artículo 601.- Los países que deseen exportar sus productos cárnicos a la República Dominicana, deben solicitarlo mediante comunicación escrita a los Ministerios de Salud Pública y Asistencia Social y al de Agricultura. El Ministerio de Agricultura vela por el estatus sanitario, la evolución de sus servicios veterinarios en salud animal, sus programas de salud animal y el control de enfermedades. El Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social velara por los Servicios de Inspección, todos los controles que se establezcan dentro de los establecimientos de sacrificios y proceso de productos cárnicos, de los laboratorios y análisis de los residuos químicos y microbiológicos. Para una solicitud por primera vez se requerirá efectuar una verificación del sistema operativo en origen y esta será realizada por personal de ambos Ministerios. Para ampliar una autorización o renovación de establecimientos de sacrificio o proceso de productos cárnicos cuando así se estime conveniente, será por medio únicamente del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social. Los países serán informados si se requiere ampliar la información entregada.

REQUISITOS GENERALES PARA LA IMPORTACION DE CARNES FRESCAS, REFRIGERADAS, CONGELADAS Y PROCESADAS DE AVES, CERDOS, RES, CORDERO.

1- Solicitud formal por escrito en original y tres copias a la Dirección General de Ganadería. En esta solicitud se especificará:

- Tipo de producto
- Valor de la mercancía
- Especie
- País de origen
- Cantidad a importar
- País de procedencia
- Puerto / Aeropuerto de entrada
- Factura Pro-forma (anexar a la solicitud)

2- Los animales son nativos del país exportador o permanecieron en él por lo menos 90 días anteriores a la matanza.

3- Cuando la mercancía llegue al país vendrá acompañada de:

- a) Certificado oficial de origen en original.
- b) Certificado Sanitario / Zoosanitario oficial en original.
- c) La mercancía debe tener fecha de vencimiento y no estar próximo a vencerse.

4- El país exportador debe certificar además que:

- a) La carne procederá de un matadero con dirección y número de la autorización veterinaria, y si son cortes también con las mismas condiciones.
- b) Las carnes y los embalajes llevarán las estampillas que acredita que proceden de animales sacrificados en mataderos autorizados.
- c) Las carnes han sido reconocidas aptas para consumo humano.
- d) Las carnes han sido descuartizadas en un establecimiento de corte autorizado.

5- Deben cumplir con los requisitos específicos de importación establecidos por la República Dominicana para el país solicitante.

6- Cuando la institución lo considere necesario, una comisión veterinaria designada por la Dirección General de Ganadería, visitará el país de origen de la exportación para reconocer el sistema de vigilancia epidemiológica y certificar los mataderos y/o las plantas procesadoras.

7- Si el país cumple con todos los requisitos y no representa riesgo sanitario para la República Dominicana, se le otorgará el permiso correspondiente.

8 - Cuando las carnes y/o embutidos procedan de países afectados por: Fiebre Aftosa, Fiebre Porcina Africana, Fiebre porcina clásica, Influenza Aviar, Enfermedad Vesicular del Cerdo, Peste Bovina, Peste de Pequeños Rumiantes, Encefalopatía Espongiforme Bovina y de cualquier otra enfermedad que represente un riesgo sanitario y económico para la Pecuaria Nacional, la autorización podría ser negada, según el caso.

REQUISITOS PARA OBTENER EL REGISTRO SANITARIO DE PRODUCTO ALIMENTARIOS IMPORTADOS

Los productos alimentarios y las materias primas importadas para ser comercializadas en el país tienen que ser registradas en el Departamento de Control en Alimentos y bebidas de la Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) de la Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia social (SESPAS) en cumplimiento con la ley General de Salud 42-01 y su Reglamento General para el Control de Riesgos en Alimentos y Bebidas en la República Dominicana. No. 528-01.

1) Comunicación escrita dirigida al (la) señor (a) Secretario (a) de Estado de Salud y Asistencia Social en un (1) original y tres (3) copias con las siguientes especificaciones:

- Nombre y domicilio del solicitante, si es una razón comercial, fotocopia del certificado.
- Tipo de producto y marca de fábrica (fotocopia del certificado).
- Nombre o razón comercial del fabricante.
- Dirección del fabricante y país de origen.
- Formula cualitativa y cuantitativa del producto.
- Descripción de la elaboración (línea de flujo) del producto.
- Características del envase.

2) Tres (3) muestras del producto tal y como se va a vender en el mercado.

3) Formato de etiqueta de acuerdo a la NORDOM 53.

ROTULADO DE ALIMENTOS PRE ENVASADOS.

4) Todo fabricante, productor, envasador, distribuidor o comerciante extranjero de productos alimentarios, tiene que tener un representante legal, será conocido en virtud de un poder notarial autentico, legalizado por un funcionario del servicio Consular Dominicano en el país de origen del producto y será la persona física o jurídica a quien se expedirá el Certificado de Registro Sanitario.

5) Un certificado de Venta Libre expedido por la autoridad sanitaria competente en el cual se acredite que su producción, venta y consumo son permitidos en el país donde se elaboran, así como los análisis sanitarios correspondientes, todos debidamente legalizados por la autoridades consulares dominicanas en el país que se trate.

6) Al llegar estos documentos al país, tienen que ser presentados en la Secretaría de Estado de Relaciones Exteriores, con la finalidad de verificar la autenticidad de la firma de la autoridad consular.

7) El solicitante pagara todos los costos operacionales para la adquisición del Registro Sanitario que incluyen: inspección, toma de muestra, análisis de laboratorio, procesamiento de documentos y otros trámites administrativos.

6. Etiquetados requeridos para ingreso al país (*imágenes*).

ETIQUETADO O ROTULACION

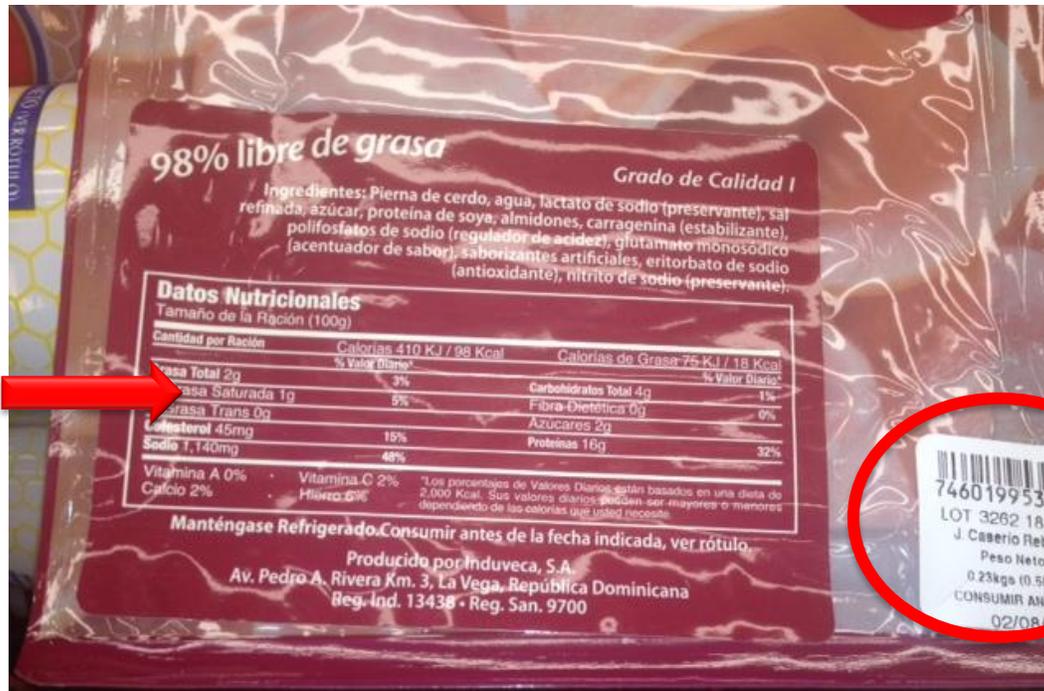
Pre-ensado, en la cual deberá aparecer la siguiente información según sea aplicable al alimento, excepto cuando expresamente se indique otra cosa en la Norma Técnica Dominicana, NORDOM 53, entre otras:

- a) NOMBRE DEL ALIMENTO, El cual deberá indicar la verdadera naturaleza genérica.
- b) Fecha de Fabricación, la cual indica cuando el alimento se transforma en el producto final.
- c) Fecha límite de utilización (fecha límite de consumo recomendable). Fecha en la que termina el periodo de garantía después de estar el producto almacenado o colocado en las góndolas o tramos de expendios en las condiciones indicadas. Después de esta fecha no se considerara comercializable el alimento.
- d) La lista de ingredientes deberá ir encabezada o precedida por un título apropiado (ingredientes). Deberán enumerarse todos los ingredientes por orden decreciente de peso inicial (m/m) en el momento de la fabricación del alimento.
- e) Los datos que deben aparecer en la etiqueta, en virtud de la NORDOM 53 o cualquier otra norma oficial, deberán indicarse con caracteres claros, visibles, indelebles y fáciles de leer por el consumidor en circunstancias normales de compra y uso.

1. Nombre del producto
2. Nombre y Dirección del Fabricante
3. Ingredientes
4. Peso Neto (onzas fluidas, gramos, etc...)
5. Registro Sanitario No....., Reg. Industrial No....
6. Fecha de vencimiento
7. Conservar Refrigerado o Conservar Congelado.

Se debe colocar en el empaque del producto una etiqueta nutricional, que indica la proporción de calorías, grasas, colesterol, sodio, carbohidratos y proteínas que contiene el producto en sus distintas presentaciones. En este caso la etiqueta forma parte el empaque.

Sin embargo, los empaque rebanados en la delicatessen del punto de venta no se coloca marca.



7. Organismos involucrados en el ingreso y tramitación de permisos de ingreso y registros (*links a fuentes*)

Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social de la República Dominicana

C/ Héctor Homero Cruz (Antigua San Cristóbal) Esquina Tiradentes, Ensanche la Fé
809-541-3121

correo@salud.gob.do

www.msp.gob.do

Ministerio de Agricultura de la República Dominicana

Autopista Duarte, Km. 6½, Jardines del Norte, Santo Domingo, Rep. Dom.
Teléfono: (809) 547-3888 / (809) 547-1692.

agricultura@agricultura.gob.do

www.agricultura.gob.do

Dirección General de Aduanas de la República Dominicana

Avenida Abraham Lincoln No.1101, casi esquina John F. Kennedy, del ensanche Serrallés, Edificio Miguel Cocco
Teléfono: (809) 547-7070 Fax: (809) 540-5853 Código Postal: 10148 RNC: 401039249

www.aduanas.gob.do

IV. Potencial del Mercado

1. Producción local y consumo

En la República Dominicana la crianza de cerdos se caracteriza por dos estratos productivos: el familiar y el industrial. La crianza familiar realizada por pequeños productores, es desarrollada con una baja tecnología, pero constituye una fuente importante de ingresos para la economía del hogar. La crianza industrial aplica procesos intensivos y estructurados, se encarga del sacrificio de cerdos para la obtención de carnes y materia prima de las empresas embutidoras con un mayor nivel tecnológico. Dichas embutidoras se dedican a la fabricación de preparados cárnicos mediante una avanzada tecnología, presentando un extraordinario crecimiento en los últimos años.

El consumo per cápita de carne de cerdo ha oscilado entre 18 y 22 libras al año, según datos de la Dirección General de Ganadería. Según la misma fuente, el consumo de los derivados de la carne de cerdo (salami, jamones, salchichas, chuletas, longanizas y otros) han crecido considerablemente registrando un crecimiento acumulativo de un 38%.

Las importaciones de carne de cerdo y sus derivados representan aproximadamente un 6% del consumo nacional. Dichas importaciones de carne de cerdos proceden básicamente de EEUU y España, bajo la siguiente descripción de producto: las demás carnes de porcino, congeladas, las demás carnes de porcinos, frescas o refrigeradas. jamones, paletas y sus trozos, congelados sin deshuesar, carne de porcinos en canales o medios canales, congelada, carne de porcino fresca o refrigerada, en canales o medios canales y tocino sin partes magras y grasa de cerdo o de ave.

En la República Dominicana existe una importante producción nacional de carne de cerdo y sus derivados, sin embargo existe un espacio para la importación de carne de cerdo en el mercado dominicano, específicamente los embutidos y preparaciones de carne de cerdo con mayor valor agregado, ya que la industria no dispone de alta tecnología para agregar valor a la producción.

2. Importaciones del producto últimos 3 (tres) años por país.

0203.29.90 Carne de animales de la especie porcina, fresca, refrigerada o congelada: Congelada: Las demás

País	IMPORTACIONES 2010-2012		
	2010	2011	2012
	Valor en Miles US\$	Valor en Miles US\$	Valor en Miles US\$
EEUU	9,354	9,714	10,889
Canadá	226	0	0
Chile	0	0	0
Mundo	9,580	9,715	10,889

Fuente: Trademap

0203.22.00 jamones, paletas y sus trozos, congelados sin deshuesar

País	IMPORTACIONES 2010-2012		
	2010	2011	2012
	Valor en Miles US\$	Valor en Miles US\$	Valor en Miles US\$
EEUU	2,310	2,026	4,168
Australia	0	0	6
Indonesia	0	0	1
Canadá	61	0	0
Chile	0	0	0
Mundo	2,371	2,026	4,176

Fuente: Trademap

0209.10.00 Tocino sin partes magras y grasa de cerdo sin fundir ni extraer de otro modo

País	IMPORTACIONES 2010-2012		
	2010	2011	2012
	Valor en Miles US\$	Valor en Miles US\$	Valor en Miles US\$
EEUU	0	0	3,479
Brasil	0	0	2
España	0	0	1
Chile	0	0	0
Mundo	0	0	3,481

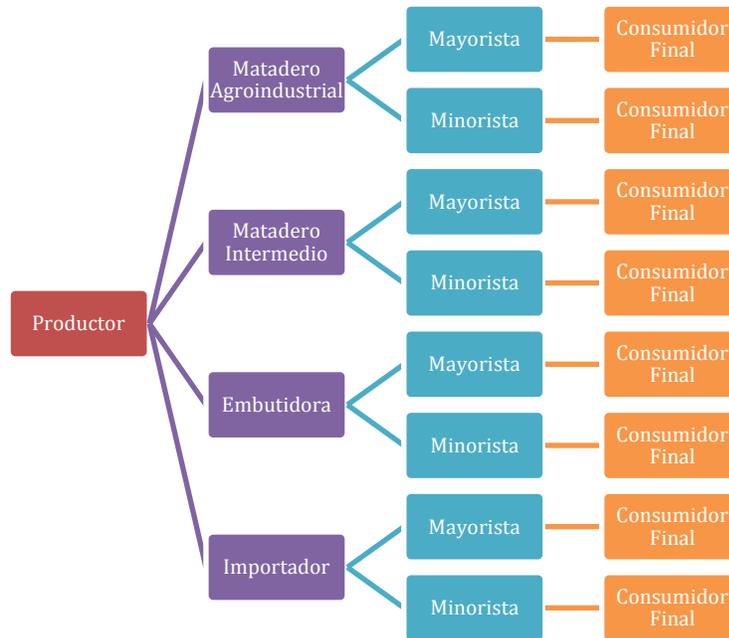
Fuente: Trademap

3. Centros de consumo y estacionalidad de demanda

La carne de cerdo se consume todo el año, pero aumenta considerablemente en la época de Navidad. La carne de cerdo es consumida en los restaurantes, hoteles y en la dieta de las familias dominicanas por lo menos una vez a la semana.

V. Canal de Distribución y Agentes del Mercado

1. Diagrama de flujo de importador, mayorista, minorista



Fuente: Elaboración propia

2. Estructura del Canal

El mercado minorista está conformado por los siguientes elementos:

- A. Mercados Populares: ubicados en barrios o zonas de menores recursos económicos, los cuales comprenden un conjunto de pequeños comerciantes (productores o intermediarios) minoristas y/o mayoristas y venden a precios inferiores que en el supermercado.
- B. Supermercados y Clubes por Membresía
- C. Tiendas Especializadas
- D. Colmados: Son tienditas o mini-mercados, ubicados estratégicamente en todo el ámbito nacional. Estos comercializan productos básicos del área alimenticia (snack, panadería, confites, lácteos, condimentos, sopas, galletas, jamón, queso, embutidos etc.) y otros productos de consumo masivo tales como: productos de limpieza, focos, cigarrillos, papelería, medicamentos OTC, etc. Las pulperías ofrecen los productos a precios más elevados que los supermercados o mercados populares.

En este mercado los mayoristas están conformados por los grandes distribuidores.

3. Diferenciación del Canal

- A. Colmados: disponen de productos en formatos más pequeños. En el caso de los embutidos los detallan.
- B. Tiendas de Conveniencia: se encuentran productos con valor agregado, de mayor calidad. En el caso de las carnes, se encuentran carnes selectas.
- C. Mercados Populares: los productos que se vende pesado, de acuerdo a la cantidad solicitada por el cliente.
- D. Supermercados y Clubes por Membresía: En los supermercados se encuentran la mayor gama de marcas y productos, en diferentes formatos. En el caso de los Club por Membresía, el producto disponible generalmente es en formatos más grandes o empacado al por mayor. En ambos podemos observar la presencia de marcas privadas.

4. Tiendas especializadas del producto

Entre las tiendas especializadas podemos mencionar Demetrio Gourmet, Nelo Delicatesen y Omaha Gourmet..

5. Marcas propias en retail

Las marcas de mayor relevancia en el mercado dominicano son INDUVECA, pertenece a la Industria Vegana C x A, seguidos por Productos Sousa, Productos Chef y Agropecuario Hermanos Taveras.

VI. Consumidor

1. Segmentos de consumo del producto (segmentos demográficos, socioeconómicos, aspectos culturales, religiosos, étnicos, etc.).

Los consumidores de carne de cerdo se clasifican en dos: consumidores de carne de cerdo fresca y consumidores de embutidos. En ambos casos, se consume por familias, restaurantes y hoteles. En el caso de las familias la decisión de compra la toma la ama de casa en un 85% de los casos. La carne de cerdo fresca se consume al menos 2 vez por mes y los embutidos por lo menos 3 veces por semana, liderado por el jamón y el salami. La forma de consumo para el caso de las carnes fresca en su mayoría es azada y los embutidos fritos, asados o crudos (jamón). Cabe destacar que la carne de cerdo se consume todo el año, pero su consumo incrementa en época de Navidad, es tradición en las familias dominicanas incluir en su cena de navidad y año nuevo en cerdito asado.

2. Conocimiento y preferencias de atributos diferenciadores por segmento (calidad, precio, sustentabilidad, inocuidad, funcionalidad de un alimento, etc.)

República Dominicana es un mercado de precio donde se interpone el precio versus calidad, pero los consumidores con mayor nivel socioeconómico optarán por seleccionar productos de mayor calidad, inocuidad y valor agregado.

VII. Benchmarking (Competidores) y Tendencias

1. Principales marcas en el mercado (*locales e importadas*).

- INDUVECA La empresa que mercadea este tipo de salami súper especial es Induveca, S.A. En el año de 1968 se constituyó lo que es actualmente Induveca, S. A. una de las empresa más importante y de mayor crecimiento en la República Dominicana, siendo actualmente la más grande y moderna empresa procesadora de carnes, destacándose en la distribución y manufactura de productos cárnicos, lo que la ha colocado como líder absoluto del Mercado. CHEF, y ESTEFANUTI.
- SOUSA es el mayor competidor de Induveca, representando un 28% del Mercado, ocupando así el segundo lugar entre las diferentes marcas.
- CHECO representa el 8% del mercado dominicano aproximadamente.
- CIBAO representa el tercer lugar con un 6% de los consumidores.
- CHEFF representa el 4% de los consumidores.

2. Atributos de diferenciación de productos en el mercado (*certificación orgánica, fiar trade, sustentabilidad, eco friendly, etc*).

La carne de cerdo se presenta en el mercado dominicano en tres (3) formatos:

- Piezas enteras de carnes vendidas por unidades y embaladas en envases por libra.
- Filete de cerdo entero o cortados y preparados para hacer chuletas y empacados en raciones. En su mayoría se venden frescos.
- Embutidos pueden ser salami, salchicha, jamones, tocinetas, ahumadas y sin ahumar. Cortadas en rebanadas y vendidas por peso.

3. Precios de referencia de producto chileno y competidores en el mercado (*tablas comparativas e imágenes en lo posible*).

En la siguiente tabla se pueden apreciar los precios en los puntos de ventas para el consumidor final

Descripción	Unidad de Medida	Precio en US\$
Pierna de Cerdo en Lonjas	1 libra	1.50

		
Chuletas de Cerdo 	1 Libra	1.90
Pierna de cerdo Fresca 	1 Libra	1.50
Jamón Cocido 	1 Libra	3.40
Jamón Ahumado	1 Libra	3.80
Carne de Cerdo en cuadritos 	1 Libra	3.10
Carne de Cerdo Para Guisar 	1 Libra	1.90
Patrica de Cerdo	1 Libra	1.10

Tocineta 	8 onzas	3.00
Salami 	1 Libra	1.80
Filete de cerdo 	1 Libra	4.00
Costillita de Cerdo 	32 onzas	12.00

4. Campañas MKT de competidores o producto local: logo de origen, producto local, estrategias de posicionamiento en el mercado (links e imágenes).

La marca líder INDUVECA y los principales competidores cuenta con una intensa campaña de publicidad y promoción orientada en comerciales de radio, televisión, materiales POP (afiches) en los diferentes puntos de ventas y principalmente en los supermercados, prensa escrita, tiene su slogan. El consumidor al ver el anuncio en la televisión, al escucharlo en la radio lo motiva a tomar la decisión de compra por la marca.

También los competidores han implementado como estrategia de promociones de ventas, las ofertas temporales las cuales han sido determinante al momento de tomar la decisión de compra de los productos, teniendo la elección de adquirir un producto de buena calidad a buen precio o comprar un producto con otro tipo de producto, ya fuere otro embutido (jamón, tocineta, etc.)



VIII. Opiniones de actores relevantes en el mercado

Las fuentes consultadas consideran que la República Dominicana es autosuficiente en la producción de carnes de cerdo, tiene potencial para producir lo que se consume a nivel nacional e incluso exportar a países como Haití y San Martín.

También contactamos dos importadoras y destacaron lo siguiente:

- Factor precio relevante al momento de tomar la decisión de compra.
- Están abierto a evaluar iniciar negocios en el área porcina con Chile.
- Importan de EEUU.
- Exportan a Haití.
- República Dominicana cuenta con el matadero más grande del Caribe

IX. Recomendaciones de la Oficina Comercial sobre la estrategia comercial en el mercado

Sugerimos al empresario chileno establecer contacto directo con el socio-comercial con el objetivo de fomentar las relaciones interpersonales que generen confianza y faciliten el vínculo comercial.

Desarrollar canales de información sobre los productos cárnicos de Chile, enfatizando la calidad, proceso de producción, imagen (envase), diversidad de la oferta chilena, atributos y ventajas nutritivas del producto. En conclusión, resaltar aspectos relevantes del producto. Para esto se aconseja organizar degustaciones y muestras de los productos cárnicos chilenos en puntos de ventas u organizar actividades específicas para dar a conocer dichos productos en el mercado dominicano.

Una excelente herramienta de promoción es publicarlos en medios especializados como; revistas especializadas en gastronomía, artículos de prensa en la sección gastronómica y presentación en programas de televisión especializados en gastronomía, como: Gastroteca y Hostelería.

También, mantener una página Web con actualizaciones del producto donde el consumidor pueda hacer consultas.

Finalmente sugerimos, tomar contacto con la Representación Comercial de ProChile en República Dominicana para organizar un plan de trabajo de penetración a los fines de establecer contacto directo con los principales actores del sector y potenciar los vínculos comerciales.

X. Fuentes de información (*Links*).

- Secretaría de Estado de Agricultura.
www.agricultura.gob.do
- Dirección General de Ganadería.
www.ganaderia.gob.do
- Secretaría de Estado de Salud Pública y Asistencia Social.
www.sespas.gov.do
- Dirección General de Aduanas.
www.dga.gov.do
- Secretaría de Estado de Industria y Comercio.
www.seic.gov.do
- Consejo Nacional de Producción Pecuaria de la República Dominicana
www.conaprope.gob.do
- Banco Central de la República Dominicana
www.bancentral.gob.do
- Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD)
www.cei-rd.gob.do