

República Dominicana
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL CIBAO ORIENTAL
(UTECO)
Universidad Estatal



Facultad de Ciencias y Humanidades
Escuela de Negocios

Trabajo de Grado para Optar por el Título de Licenciadas en Mercadeo.

TITULO

**Estudio de Mercado Para la Instalación de una Procesadora y Comercializadora de
Productos Agropecuarios en la Provincia Sánchez Ramírez.**

SUSTENTADO POR

Clary Massiel Acosta Cid
María Magdalena Paredes Adames
Raquel Lázala Cuesta

Los conceptos emitidos en este
Trabajo de Grado son de la exclusiva
responsabilidad de los sustentantes
del mismo.

ASESOR

Lic. José Antonio Suarez Sánchez.

Cotuí, Provincia Sánchez Ramírez
Año académico 2015.

TITULO

**Estudio de Mercado Para la Instalación de una
Procesadora y Comercializadora de Productos
Agropecuarios en la Provincia Sánchez Ramírez.**

CONTENIDO

➤ AGRADECIMIENTOS

➤ DEDICATORIAS

➤ RESUMEN

CAPITULO I: INTRODUCCIÓN

1.1	Antecedentes académicos	1
1.2	Planteamiento del problema.	3
1.3	Justificación e importancia	5
1.4	Objetivos.....	6
1.4.1	Objetivo general	6
1.4.2	Objetivos específicos.....	6
1.5	1.5 Variables e indicadores.....	7
1.6	Alcance y Límite	7
1.6.1	Delimitación Espacial:	7
1.6.2	Delimitación Temporal:	8
1.6.3	Alcance Investigativo:.....	8
1.7	Marco contextual.	8
1.7.1	Geología y geomorfología.....	9
1.7.2	Hidrografía.	9
1.7.3	Clima.	9
1.7.4	Suelo.....	10
1.7.5	Base económica de la provincia.	10
1.7.6	Sector Comercial.	11
1.7.7	Sector agropecuario de la provincia Sánchez Ramírez.	12
1.8	Definiciones de términos.	13

CAPITULO II: REVISION DE LA LITERATURA

2.1	Introducción.....	16
2.2	Factibilidad.	16
2.3	Factores internos y externos.	19
2.4	Procesamiento.....	20

2.5	Comercialización de productos agropecuarios.....	21
2.6	Modelo de comercialización.....	22

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1	Introducción.....	25
3.2	Enfoque de la investigación.....	25
3.3	Diseño de investigación.....	25
3.4	3.4. Población	26
3.5	Selección de la muestra	26
3.5.1	Criterios de inclusión	27
3.5.2	Criterios de exclusión.....	27
3.6	Descripción y validación del instrumento.	27
3.7	3.7 Procedimientos.	27
3.8	Análisis de los datos	28

CAPÍTULO IV: PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

4.1	Introducción.....	29
4.2	Factibilidad	29
4.3	Factores internos y externos.	31
4.4	Procesamiento.....	32
4.5	Comercialización de los productos agropecuarios	33
4.6	Modelo de comercialización.....	34

CAPÍTULO V: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1	Introducción.....	35
5.2	Factibilidad	35
5.3	Factores internos y externos	36
5.4	Procesamiento.....	37
5.5	Comercialización	38
5.6	Modelo de comercialización.....	39
	Conclusiones.....	40
	Recomendaciones	42
	Referencias Bibliográficas.....	43

A N E X O S

ÍNDICE DE TABLAS

No. De Tabla	Descripción	Pág.
Tabla No. 1	Distribución de frecuencia y porcentaje en relación a la ubicación geográfica para instalar una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios.	29
Tabla No. 2	Distribución de frecuencia y porcentaje en relación a la rentabilidad que posee la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.	30
Tabla No. 3	Distribución de frecuencia y porcentaje en relación al estudio técnico que debe tener una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios.	30
Tabla No. 4	Distribución de frecuencia y porcentaje en relación al canal de comercialización que se debe de utilizar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.	34
Tabla No. 5	Distribución de frecuencia y porcentaje en relación a las estrategias que se deben de implementar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.	34

ÍNDICE DE MATRICES

No. De Matriz	Descripción	Pág.
Matriz No. 1	Factores internos y externos con los que cuenta la provincia Sánchez Ramírez para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios.	31
Matriz No. 2	Procesamiento adecuado que se debe implementar en una procesadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.	32
Matriz No. 3	Productos que se pueden ofertar de implementarse una comercializadora y procesadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez y los que son de mayor demanda el mercado.	33

AGRADECIMIENTOS

A Dios todo poderoso

Por habernos proporcionado las fuerzas y la salud necesaria para hoy en día estemos desarrollando los talentos de los que nos colmó.

A nuestras familias

Nuestros padres, madres, hermanos (as) y demás. Por ser nuestra fuente de comprensión, amor y apoyo.

A la Universidad Tecnológica del Cibao Oriental (UTECO)

Por ser la casa de estudios en donde nos formamos como profesionales, adquiriendo los conocimientos necesarios para continuar detrás del éxito.

A los profesores (as)

A todos nuestros profesores, en especial a la Dra. Seneida Paula, por haber proporcionado los conocimientos necesarios para que hoy logremos sentirnos profesionales llenas de confianza y seguridad para enfrentar el entorno laboral.

Al Ministerio de Agricultura y a las Agroindustrias de la provincia Sánchez Ramírez

Por haber dedicado su tiempo a contribuir con las informaciones necesarias que permitieron la ejecución de la investigación

A nuestro asesor: José Antonio Suarez Sánchez

Por el tiempo dedicado y los conocimientos compartidos con nosotras, los cuales nos servirán de soporte intelectual en nuestra vida profesional.

María Magdalena Paredes Adames

Clary Massiel Acosta Cid

Raquel Lazala Cuesta

DEDICATORIA

A Dios

Por ser el mejor amigo, maestro y guía en mi vida.

A mi madre

Patria Adames Regalado, por ser mi ejemplo a seguir y enseñarme que la fortaleza se alcanza con la humildad y la voluntad propia de cada persona.

A mis hermanos

Mairoby Magdalena, Damián Armando y Jesús Alberto. Por estar siempre presente en cada etapa de mi vida.

A mis maestros

A todos mis maestros (as), en especial a la Lic.: María Cristina Jiménez y a la Dra. Seneida Paula, PhD, gracias porque se encargaron de ser líder en el proceso de mi formación y de influir en mí con grandes valores que me acompañaran a lo largo de mi vida.

A mis compañeros de estudio

Por los años y los conocimientos compartidos en el transcurso de mi aprendizaje, en especial a mis compañeras de tesis: Raquel Lazala y Clary Acosta. Por el apoyo brindado durante el proceso de ejecución de nuestro trabajo de grado.

María Magdalena Paredes Adames

DEDICATORIA

A Dios

Porque gracias a Él he llegado a esta anhelada meta, gracias padre amado por no dejarme caer en los momentos débiles.

A mi padre

Robinson Acosta a ti (rozo) que ha dado lo mejor de ti para así llevarme hasta donde he llegado hoy en día, gracias por siempre darme todo por nosotros tus hijos te estaré eternamente agradecida gracias por ser mi héroe.

A mi madre

Clara Cid gracias (tata) por ser mi guía y mi ejemplo a seguir contigo he aprendido que todo se puede, gracias por siempre estar a mi lado sé que puedo contar contigo en todo momento.

A mis hermanos

Robinson Acosta Cid a ti manito que a pesar de nuestras peleas de hermano siempre estamos aquí el uno para el otro y así seguiremos. Marcos Adenauer y Adonis quiero ser su ejemplo a seguir para así guiarlos por el camino del bien y también sean grandes profesionales.

A mis abuelos/as

Arturo Cid a usted (guelo) que siempre estas pendiente de mí tu niña blanca como me dices gracias porque a pesar de la distancia no me desamparas, y siempre podré contar contigo.

German Acosta (Tío) usted que ahora desde el cielo me guía y me ilumina gracias por que en vida me diste tu cariño.

Thelma M. Acosta (mema) tu mi ángel guardián que me miras y me da fuerzas cuando pienso que se me cae el mundo arriba gracias por cuidarme desde el cielo. Te extraño

María M. Blanco (guela) gracias por ser tan especial conmigo usted que siempre me tiene su corazón de abuela abierto para dar amor y comprensión gracias por su apoyo y todo lo que ha hecho por mí.

A mis tíos/as paternos

Matilde Acosta a ti tía querida que desde niña te preocupaste por mis calificaciones y mi formación académica sé que desde el cielo estás viendo este logro que también es tuyo. Humberto, Luis, Amauris, German (popoche) Augusto, Adelo, Virgilio, Germania, Ana Rita, Belkis, Josefina (pivo), Carmen (tavo) Nercida (aya), a todos ustedes por ser mi ejemplo a seguir por siempre estar ahí cuando más los he necesitado gracias.

A mis tías maternas

Rosa yokaira (mami) a ti que siempre estas presentes y dispuesta ayudarme en todo lo que se me ofrece gracias por ser mi otra madre. Rosanny yaquelin gracias por tu apoyo darme ánimos en este camino. Ramona Mercedes gracias por motivarme y enseñarme que todo es posible con dedicación. Las quiero

A mis primos/as

Aly, wendolyn, Nurys, Yafanny, Amelffy, yubelkis gracias a ustedes por ser mi modelo a seguir y por siempre estar ahí cuando las necesito. A Milerkys, Wendy, Cesarina, Morelia, Routh, Carleny, Lincauris gracias por brindarme su apoyo en este camino, espero verlas realizadas. A Humbertico, Eddy, Luis Erickson, Luis Anderson (picu), Francis, Virgilio (pupe), José miguel, Abel Alexander, José Manuel, Ronald, Anthony, Emmanuel, gracias chicos por ser como son conmigo y estar siempre como primos y hermanos que somos.

A mis sobrinos

Roniel y Tiffany mis amores quiero ser un ejemplo como tía, les dedico este triunfo que con esfuerzo he logrado, daré lo mejor de mí para que sean grandes en la vida.

A mis amigas

Pamela, Ranleyda, Andreina, Cinthia, Neufrializ, más que amigas son mis hermanas de otras madres gracias por ser mis amigas desde pequeñas que a pesar de la distancia siempre estamos unidas y al pendiente de cada una. A dos amigas especiales Yerky Acosta y Elizabeth Castillo por todo su tiempo y por siempre estar dispuesta ayudarme en los momentos que más las necesito.

A mis compañeras de tesis

María Magdalena Paredes Adames y Raquel Lázala Cuesta, gracias nenas por su apoyo incondicional, nos unimos como hermanas para cumplir nuestra misión, gracias por tolerarme y aguantar mis faltas, no se imaginan el cariño que les tengo.

A personas especiales

Raúl Camacho, Erinelda Peña, Iván Fabián, Indira Cruz, Daluis Veris Gil, Julián Rondón (Reye), Fabio Sánchez, Radhames Hernández, gracias porque de una forma u otra estuvieron presente en este camino y con su apoyo incondicional hoy estoy alcanzando este logro. A mis compañeros de trabajo (J.C.E.) gracias por poder contar con ustedes en esta última faceta y por acogerme en su equipo.

Clary Massiel Acosta Cid

DEDICATORIA

A Dios

Agradecida de ti siempre, ya que sin ti no soy nada y contigo todo.

A mis padres

Con todo mi cariño y amor para las personas que hicieron todo en la vida para que yo pudiera lograr mis sueños, a ustedes por siempre mi corazón y mi agradecimientos. Vicenta Cuesta De La Cruz y Juan Ramón López Monegro.

A mis familiares

Gracias a esas personas importantes en mi vida, que siempre estuvieron lista para brindarme su ayuda, ahora me toca regresar un poquito de todo lo inmenso que me han dado. En especial a Ángela Lazala Monegro; Yuderkis Gálvez Tejada y Ángela Gálvez Lazala.

A mi hija

Emily Rachell, por ser mi gran motivo para salir adelante, te amo beba.

A mis profesores

A mis maestros y compañeras de tesis, en este andar por la vida, influyeron con sus lecciones y experiencias en formarme como una persona de bien y preparada para los retos que pone la vida.

Estas palabras se las dedico especialmente a ustedes mis compañeras de tesis: *María Magdalena Paredes Adames y Clary Massiel Acosta* y con mucho cariño a mis profesores *Dra. Seneida Paula y al Lic. José Antonio Suárez.*

Raquel Lazala Cuesta

RESUMEN

Estudio de Mercado para la Instalación de una Procesadora y Comercializadora de Productos Agropecuarios en la Provincia Sánchez Ramírez.

Sustentantes:

María Magdalena Paredes Adames

Clary Massiel Acosta Cid

Raquel Lazala Cuesta.

Asesor:

José Antonio Suárez Sánchez

La presente investigación tuvo como objetivo general, realizar un estudio de mercado para instalar una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez. La población objeto de estudio estuvo concentrada en los/as productores agropecuarios de la provincia y se limitó a las agroindustrias y a los técnicos de las sub-zonas que corresponden a la Zona agropecuaria de Sánchez Ramírez. Para los fines del estudio, se utilizó la metodología con una técnica mixta, bajo los criterios de un diseño no experimental, con un estudio descriptivo/exploratorio que proporcione datos analíticos para el estudio, las investigadoras llegaron a las conclusiones siguientes:

Se determinó que es factible implementar, una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, ya que esta es una zona totalmente agropecuaria; Se identificó los factores internos y externos que existen en la provincia para la instalación de esta procesadora y comercializadora, entre ellos se encuentran: la variedad de productos que se producen y los recursos acuíferos como fortalezas, la disponibilidad de trabajo de los pobladores y el crecimiento de la población como oportunidades, la planificación y la tecnificación de los campos agrícolas como debilidades, finalmente los problemas fitosanitarios y los cambios climáticos como amenazas; Se identificó que, el tipo de procesamiento adecuado que se debe implementar, es un procesamiento que incluya cuidados especializados con los productos frescos, un buen empaque y etiquetado para los productos terminados y una evaluación de los desechos obtenidos antes de la reutilización para los subproductos; Se determinó que la comercialización adecuada que se debe implementar en una

procesadora y comercializadora de productos agropecuarios, es una comercialización que oferte arroz empacado, productos cárnicos empacados ahumados, majaretes, jugos y mermeladas y de frutas, dulces de piña y leche, cazabe, queso, yogurt, orégano molido, pimienta y agrio de naranja condimentado, para lograr que el sector agroindustrial obtenga una buena demanda del mercado atendiendo a las exigencias del mismo; Se identificó que, el modelo de comercialización adecuado para ser aplicado a una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios es un modelo de comercialización directo, se utilicen campañas estratégicas de mercadeo.

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1 Antecedentes académicos

Con el interés de conocer todo lo relativo a los antecedentes del “Estudio de Mercado para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos Agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez” fueron visitados las bibliotecas de la Universidad Tecnológica del Cibao Oriental (UTECO), la Universidad Católica Nordestana (UCNE) Universidad Católica Tecnológica del Cibao (UCATECI), Centro Universitario Regional del Nordeste (CURNE) donde luego de revisar libros, tesis y otros documentos se pudo verificar la existencia de los siguientes estudios acerca del tema de investigación.

Santos Alexis, Gil Sinthia, Vásquez Yenedy en la Universidad Tecnológica Del Cibao Oriental (UTECO) realizaron una investigación titulada: estudio de mercado para la instalación de una procesadora de queso en el municipio de Cotuí llegaron a la conclusión de que, el queso que se comercializa en el municipio de Cotuí son de fabricación artesanal que proviene de Saballo, a su vez los sustentantes de la investigación indicaron que el entorno es favorable para instalar una procesadora de queso ya que el municipio cuenta con la fortaleza de la materia prima principal para el procesamiento.

En el año 2014, Camilo D. Sosa I. y López N. realizaron una investigación titulada: Diseño de un Modelo de Comercialización de la Piña en el Municipio de Cevicos, la misma arrojó que; los productores asociados a la Asociación de Productores de Piña de Cevicos (APROPIC) se basan en un sistema de producción de piña orientado por tecnología muy rudimentaria aplicado en pequeñas parcelas, que son administradas por personas de escaso nivel educativo, con cuatro o más dependientes, los cuales tienen baja participación en el proceso de producción y comercialización.

La investigación arrojó que; la comercialización tiene como principales barreras la calidad del producto por el contenido de plaguicidas, el tamaño de la fruta, y las acciones

individuales. De ahí que el diseño de un plan de comercialización se hace evidente, de tal forma que se incrementen los ingresos y la rentabilidad a partir de la producción de piña.

En el año 2002, en la Universidad Católica Tecnológica Del Cibao (UCATECI), Gutiérrez José, Santos Efre y Antonio Luis, en su tesis titulada: La industrialización de la yuca (manihot-esculenta) en la provincia de la vega, llegaron a la conclusión de que: El grado de industrialización del cultivo de la yuca en la provincia de la vega, los subproductos que se obtiene de la yuca en la provincia de la vega: casabe, empanadas, buñuelos, panesico, chulitos, pastelones y bollitos. La mayoría de los productos se comercializan sin empaque y sin nombre de marca, en otra vertiente se utiliza una comercialización cacerera.

En el 2002 Peña y Ramírez realizaron el trabajo de grado titulado: diseño de un sistema de mercadotecnia para las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de La Vega, en donde concluyeron que: la demora de alguno productores en ejecutar sus ventas es debido a que, los empresarios no dinamizan la comercialización y a que no canalizan sus productos o servicios al mercado apropiado, ocasionando que en la ejecución los productos no lleguen a los consumidores.

Castaño F., et al, en su trabajo Diseño de un bloque de exportación para productores de frutales en la provincia Sánchez Ramírez, concluyeron que los productores de frutales están de acuerdo en conformar un bloque de exportación en forma cooperativa. Además, los productores tienen claro e identificado los factores internos y externos que incurren en la conformación del bloque de exportación, convirtiéndose en una fortaleza para la comercialización de los productos. Asimismo, se verificó que existen garantías para comercialización internacional.

En ese mismo orden, Almànzar, R. et al (2013) realizaron la investigación titulada diseño un modelo de negocio basado en la incubadora de empresa para el sector agroindustrial en donde llegaron a la conclusión de que, los principales productos agropecuarios de la provincia Sánchez Ramírez son: el arroz, la piña, el bovino de leche, la chinola, el bovino de carne y el plátano.

Estos productos se comercializan tanto en el mercado nacional como el internacional, de igual forma, las principales agroindustrias que se encuentran en la provincia son: los clúster de cacao, las importaciones de piña, frutales, cereal y procesadora de madera.

1.2 Planteamiento del problema.

En la provincia Sánchez Ramírez la producción agrícola constituye una de las principales fuentes de ingresos generando de esta manera fuentes de empleo, la misma cuenta con la alternativa para complementar y generar nuevas oportunidades de ingresos y negocios, e implementar estrategias mercadológicas de cambios en las personas y comunidades más necesitadas, las cuales precisan actos que promuevan su desarrollo y el del incremento del número de personas que día tras día presenta iniciativas para generar fuentes de ingreso partiendo de la producción agrícola.

Sin embargo, es posible, que la producción alcanzada por la población en las actividades agrícolas, necesiten ejecutar un verdadero factor que empuje un elemento de desarrollo para las comunidades involucradas, lo cual permite implementar nuevas estrategias que ayuden el progreso de la población de la provincia, a lo mejor surja la necesidad de implementar nuevas estrategias que permitan la progresión de la población en esta área.

Este aspecto, puede que esté vinculado a varios factores, ya sea a la calidad de la plaza de los productos, el modelo de comercialización que estén utilizando los productores para la comercialización, el procesamiento y los contactos comerciales que se han realizado.

Por otra parte es posible que, el procesamiento y comercialización de productos agropecuarios que se realizan en la provincia, necesite actos que permitan aumentar el crecimiento de la zona y que genere fuentes de empleo a la población involucrada en el proceso por medio de la distribución de dichos productos lo cual podría hacerse a través de un método donde se involucren agentes negociantes y económicos que impulsen crecimientos de fases beneficiosas y palpables para el adelanto competitivo de la provincia Sánchez Ramírez.

Posiblemente sea necesario conocer el modelo de comercialización utilizado por ellos, para implementar en los productos agropecuarios de la provincia Sánchez Ramírez, pues la comercialización de los productos agropecuarios, requieren de acciones concretas para potenciar el desarrollo de empresa, que contribuyan al desarrollo de la población, a través de la generación de fuentes de empleo, lo que proporcionaría valor agregado a la economía.

Igualmente no se cuenta con un estudio de mercado de factibilidad que arroje la necesidad de instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios para la provincia Sánchez Ramírez.

En ese orden, (Kotler, 2008), en su libro fundamento de marketing, dice que; los consumidores no pueden obtener un producto, a menos que este no se encuentre en un sitio que resulte accesible para ellos, en donde puedan demandarlos.

Por tanto, si se implementan estrategias de negocios, que permitan la apertura de oportunidades de expansión apoyadas a los productos agropecuarios que se producen en la Provincia Sánchez Ramírez, es posible que los mismos logren enfrentar los retos y desafíos en la comercialización que van surgiendo a diario.

Ante lo planteado, surgen las siguientes interrogantes:

¿Cuál es la factibilidad de la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez?

¿Cuáles son los factores interno y externo que existen en la provincia Sánchez Ramírez para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios?

¿Cuál es el tipo de procesamiento adecuado que se debe implementar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez?

¿Cuál es la comercialización adecuada que se debe implementar en los productos agropecuarios de la provincia Sánchez Ramírez?

¿Cuál es el modelo de comercialización adecuado para ser aplicado a una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez?

1.3 Justificación e importancia

El estudio de mercado para implementar una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, se ha hecho relevante determinar y aprovechar oportunidades de crecimiento y negociación que conduzcan a una mejor calidad de vida de los habitantes de la provincia.

Pues la provincia, contiene una gran variedad de productos agropecuarios frescos y procesados, los cuales generan fuentes de ingreso a la población involucrada, esto se debe a que la producción agrícola es uno de los principales factores que conducen hacia el desarrollo económico estructurado.

Desde el punto de vista práctico, este estudio ayudará a cosechar oportunidades de progreso en la provincia y la sociedad, pues implementara una procesadora y comercializadora que proporcionará crecimiento para las personas involucradas en esta iniciativa, para ello se deben extraer al máximo sus riquezas, para multiplicarlas por ejes que aumenten el nivel de vida de sus habitantes.

En el marco teórico el presente estudio de mercado, Se identifica por la dinamización de los factores que pueden ser determinados para implementar estrategias mercadológicas, que fortalezcan las variables productivas para que de ese modo Sánchez Ramírez pueda jugar un papel importante en el país, y que sus habitantes lleguen a elevar el orgullo de sentirse parte de un piso firme lleno de rendimiento.

En lo metodológico el estudio permitirá un aporte teórico a la Universidad UTECO, en donde los interesados tendrán un material de consulta para otras investigaciones y puedan sustentar trabajos de grado y post-grado. A su vez, el estudio es de gran importancia, debido a los conocimientos adquiridos por las investigadoras que han puesto en práctica para el

bienestar de sus niveles profesionales, ha sido necesario que las investigadoras se involucraran y que llegaran a conclusiones veraces del tema.

1.4 Objetivos

1.4.1 Objetivo general

Realizar estudio de mercado para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

1.4.2 Objetivos específicos

1. Determinar la factibilidad de la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez
2. Identificar los factores internos y externos que existen en la provincia Sánchez Ramírez para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios
3. Identificar el tipo de procesamiento adecuado que se debe implementar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.
4. Determinar la comercialización adecuada que se debe implementar en los productos agropecuarios de la provincia Sánchez Ramírez.
5. Identificar el modelo de comercialización adecuado para ser aplicado a una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez

1.5 1.5 Variables e indicadores

Variables	Indicadores
Factibilidad	- Ubicación geográfica - Rentabilidad - Estudio técnico
Factores internos y externos	- Fortalezas - Oportunidades - Debilidades - Amenazas
Procesamiento	- Productos terminados - Productos frescos - Subproductos
Comercialización de productos agropecuarios	- Oferta de Mercado - Demanda
Modelo de comercialización	- Canales de comercialización - Estrategias de venta

1.6 Alcance y Límite

Campo: Mercadeo.

Área: Modelo de proceso y comercialización.

Aspecto: Estudio de mercado para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

1.6.1 Delimitación Espacial:

El estudio se realizó en la provincia Sánchez Ramírez.

1.6.2 Delimitación Temporal:

El presente estudio fué realizado en los meses Febrero-Junio del 2015.

1.6.3 Alcance Investigativo:

Este estudio permitió determinar la factibilidad que posee la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

Identificó los factores internos y externos que existen en la provincia Sánchez Ramírez para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios

Además se identificó el proceso adecuado que se debe implementar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

El presente estudio determinó la comercialización adecuada que se debe implementar en los productos agropecuarios de la provincia Sánchez Ramírez.

Dicho estudio tuvo el propósito de identificar el modelo de comercialización adecuado para ser aplicado a una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

1.7 Marco contextual.

La provincia Sánchez Ramírez está situada a unos 45 kilómetros al noroeste de la ciudad de Santo Domingo. Posee una superficie 1,197 kilómetros cuadrados, ocupa el rango 21 en relación a las demás demarcaciones políticas del territorio Dominicano, se limita al norte con la provincia Duarte, al suroeste con la provincia Monte Plata, y al oeste con la provincia de la Vega y Monseñor Nouel.

El perímetro principal alcanza unos 222.8 kilómetros de longitud, su mayor extensión la alcanza de este a oeste con unos 50.6 kilómetros. (Hernández, 2012)

1.7.1 Geología y geomorfología.

Sánchez Ramírez comprende dos unidades geomorfológicas: la cierra de Yamasà al sur y el valle del Cibao (parte oriental) en la posición septentrional. La primera representa el relieve abrupto, el cual inicia su formación en la era mesozoica. Aquí encontramos rocas volcánicas y calizas, esta última es el lugar de formación de la caverna conocido como Guácaras. En cambio, el valle tiene su génesis en el período pleistoceno, compuesto por suelo de origen lacustre y marino. El valle del Cibao fue un antiguo canal marino que se extendía desde lo que son hoy las bahías de Manzanillo y Samaná, extremo occidental y oriental respectivamente.

Sánchez Ramírez está fraccionada en cuatro municipios (Cotuí, Villa la Mata, Cevicos y Fantino) y ocho distritos municipales (Caballero, Comedero Arriba, Platanal, Quita Sueno, Hernando Alonzo, La Bija, Angelina y La Cueva.) el municipio de Cotuí es la sede provincial. (Hernández, 2012)

1.7.2 Hidrografía.

La provincia Sánchez Ramírez ocupa una gran posición de la cuenca del Yuna, es la segunda en superficie con 5, 498 kilómetros cuadrados por su alta pluviometría en la región hace de su río principal el más caudaloso del territorio Dominicano, con 91 metros cúbicos por Segundo. En el territorio provincial al Yuna se tributan los ríos: Camú, Maguaca, Chacuey, Cevicos y Payabo. (Hernández, 2012)

1.7.3 Clima.

El microclimas predominante en la provincia Sánchez Ramírez es el tropical húmedo de bosque, registrándose una precipitación medio anual de unos 1,700 mm, en el registro de los datos climáticos se evidencia un leve ascenso desde Fantino con alrededor de 1600 mm. Hacia Cevicos, donde alcanza los 2,100 mm; gran parte de esta precipitación es el producto de los vientos alisios provenientes del Nordeste. Parte de Cevicos y la Cueva pertenecen al parque nacional los Haitises. (Hernández, 2012)

1.7.4 Suelo.

El uso potencial agrológico de los suelos de la provincia es de suma importancia, ya que existe una amplia variedad de suelos, en función de su potencial productivo, que abarca desde la clase II hasta las VII donde radica su versatilidad productiva, los suelos clase V, destinados a la producción de arroz, ocupan el 25% del territorio provincial y los clases VI con vocación para cultivos permanentes y forestas, abarcan el 8%. Los suelos clase III y IV ocupan el 8% y el 4% respectivamente. Mientras que la clase VII, opta exclusivamente para explotación forestal, alcanza el 44%.

El tipo de suelo escabroso de montañas no calizo, ocupa un 28% seguido por los suelos de sabana, arenoso, con permeabilidad lenta y representa un 27%. Los aluviales alcanzan el 10% y los de origen y ígneo volcánico y metamorfosis el 12%, topografía alomada sobre curso 5% y llana ondulada el 6%. Los cálcicos 14% y arcillosos no cálcicos un 6%. El potencial de irrigación de los suelos es de un 15% y solamente se está aprovechando un 10%. (Hernández, 2012)

1.7.5 Base económica de la provincia.

Las actividades Agrícolas han constituido una Fuente medular en la economía provincial, llegando la provincia a tener un lugar preponderante en la región y en el país a consecuencia de su producción. La agricultura es diversa en cuanto a cultivos junto. A nivel comercial, lo de mayor presentación histórica son cacao, café, arroz, plátano caña de azúcar, maní, Tabaco, piña, pimiento, cítricos y otros frutales.

En la provincia, se comercializa arroz, cacao, piña, yuca, cultivos de ambiente concentrados (invernaderos), cultivos menores (yautía, maíz, auyama y chinola). En la provincia se procesa: el arroz, la yuca amarga como industria familiar, maíz dulce con los majaretes y la leche con el queso.

La crianza del ganado es una actividad productiva arraigada entre los campesinos de la provincia, representando una Fuente de ingreso complementaria a las actividades agrícolas. A pesar de que, a todo lo largo y ancho de esta demarcación se manifiesta la crianza de diferentes tipos de ganado, es en el municipio de Cotuí donde se expresa con mayor fuerza

esta actividad económica. Como es tradición la crianza del ganado vacuno y porcino predominan en toda la provincia ambos constituyen para los campesinos una forma de ahorrar para necesidades de salud, educación, entre otras. Su crianza es muy extendida en los montes, los cacaotales y los patios de la casa.

Otra de las principales actividades económicas de la provincia es, la minería, diferentes estudios realizados anteriormente referían que Santiago, La Vega y Cotuí eran los lugares más interesantes para la minería por la riqueza minera que poseían. Todos los geólogos coincidían en el potencial económico de la zona. Por tanto, la expectativa alrededor de la mina como tabla de salvación de esta localidad nunca desapareció entre sus habitantes. La provincia es conocida por la producción de oro. Sin embargo, en su territorio existe un conjunto de minerales que la convierten en la principal provincia minera de la región del Cibao y del país.

El Estado Dominicano, había identificado la minería como una Fuente de generación de ingreso y acudiría a todos los medios posibles para extraer los minerales. De ahí que las exploraciones en la mina de oro de Cotuí continuaron sin tener resultados que indicaran con precisión que su explotación era pertinente y sobre todo rentable.

Sin embargo, una firma consultora, en un informe sobre los recursos mineros de Cotuí, recomendó al gobierno Dominicano que invertir en ese tipo de explotación era más riesgoso y que resultaba inconvenientes depositar esa tarea en manos de inversionistas privados. (Hernández, 2012)

1.7.6 Sector Comercial.

Las actividades comerciales constituyen el nervio económico de las ciudades de esta provincia. Están resumidas en la compra y venta de productos agrícolas, alimentos, ropas, electrodomésticos, combustibles y misceláneas en general. No se nota una diferencia marcada entre las ventas al por mayor y al detalle, lo cual denota un estrecho margen de desarrollo en el Mercado local, que es muy reducido y fragmentado, agregándosele el bajo nivel adquisitivo de las mayorías de los pobladores, elemento determinante para la emergencia de un verdadero comercio mayorista, de competencia regional y generador de diversas plazas de empleo.

Sin embargo, es una actividad productiva estable, conservada en muchos casos bajos un resumen de escasas ganancias, pero con una tendencia abierta a su multiplicación. Representa una verdadera oportunidad de empleo para los inversionistas de los sectores, lo que aumenta con la defunción de la economía informal, ubicada en calles céntricas de las ciudades donde se concentran las actividades comerciales. Los comerciantes informales han aumentado a consecuencias de conocimientos urbanos, están dedicadas a ventas diversas y en algunos renglones compiten el precio con los formales. (Hernández, 2012).

1.7.7 Sector agropecuario de la provincia Sánchez Ramírez.

La provincia Sánchez Ramírez, cuenta con una zona agropecuaria, que a su vez se divide en 5 sub-zonas, una de ellas es Fantino, esta sub-zona agropecuaria cuenta con una extensión de 406.050tas distribuidas en diez (10) áreas agrícolas, está limitada al norte por el río Camú al este sub-zona Angelina, al sur presa de Hatillo y Bonao y al oeste sub-zona rincón La Vega. El cultivo principal de esta sub-zona es el cacao con 50,000tas aproximadamente seguido por el arroz 20,000tas, café 6,000tas entre otros cultivo menores.

La topografía de esta sub-zona es muy variada existen áreas llana pero una gran parte es muy accidentada hay una parte de estos terrenos dedicado al cultivo de pasto para ganado así como también un sistema montañoso que le da origen a algunos ríos como son el río Cuaya , el Río Yujo , Caño frío, Río Grande entre otros. Sus principales vías de comunicación son carretera Duarte, Bacumí, Jima Arriba, carretera Fantino Hernando Alonso y comedero Fantino.

Esta sub-zona tiene un gran desarrollo en cuanto a industria dedicada a la compra y comercialización de algunos productos agropecuario como son la industria de calimar dedicada a la extracción del mármol y fabricación de cemento para la construcción el bloque de cacaotales de comedero dedicado a la compra y venta de cacao así como también un gran número de factorías dedicada a la compra y comercialización de arroz , en cuanto a las industrias metalúrgica existen varias dedicadas a la fabricación de puertas y persiana así como a la fabricación de equipo de factorías. El sistema de riego es por gravedad y bombeo, escasamente por goteo en algunos proyectos agrícolas.

El área de caballero abajo, tiene extensión de 74,922 tareas divididas entre 30 mil tareas de montañas 21 mil tareas de pastos y hierva san ramón para el ganado, y 20 mil tareas aproximadamente entre los cultivos.

La sub-zona de angelina cuenta con producciones de arroz 81,668tas, plátano 3,082tas, piña 1,788tas, lechosa 308tas, chinola 185tas, yuca 571tas y vegetales chinos 202tas. El área del pescozón es una área completamente llana esta tiene una 15,000tas de las cuales se siembran 10,935 del cultivo de arroz 7,200 pertenecen al sector de reforma agraria 3,735 pertenecen al sector privado. La sub-zona Zambrana, contiene el cacao, la naranja, la chinola, la pimienta, la yuca y el plátano como cultivos principales.

Cotuí, es una sub-zona rica en producciones de cultivos menores y arroz, de igual forma, se encuentra el cultivo de frutas como la naranja y el limón y el cultivo del maíz, a su vez esta sub-zona cuenta con los ríos: Yuna, Maguaca, Capacho y Chacuey como recursos acuíferos, y su topografía es mixta. (Ministerio de Agricultura, 2015).

Zambrana, cuenta con una gran producción de cultivos, como son: el cacao, naranja, chinola, pimienta, yuca, plátano. Esta sub-zona está limitada, al norte con el área del limpio, al sur con el río Chacuey, al este con el área dos palma y al oeste con la cueva de Zambrana. La topografía está compuesta por un área mixta.

1.8 Definiciones de términos.

Amenazas: Representan la suma de las fuerzas ambientales no controlables por la organización, pero representan fuerzas o aspectos negativos y problemas potenciales. (León y Fernández, 2010)

Canales de comercialización. Red organizada (sistema) de agencias e instituciones que, en combinación, realizan todas las funciones requeridas para enlazar a productores con los clientes finales para completar las tareas de marketing. (A.M.A, 2012)

Debilidad. Una debilidad de una organización, se define como un factor considerado vulnerable en cuanto a su organización o simplemente una actividad que la empresa realiza en forma deficiente, colocándola en una situación considerada débil. (León y Fernández, 2010)

Demanda. Volumen total susceptible de ser comprado por un determinado grupo de seguidores en un área geográfica concreta, para un determinado periodo de tiempo en un entorno definido de marketing y bajo un programa de acción de marketing. (Vértice publicaciones, 2008)

Estrategia de venta. Lógica de mercadotecnia con el que la unidad de negocios espera alcanzar sus objetivos de venta. (Rodríguez, 2011)

Estudio técnico. Conforman la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado. (www.e-tecnico.webnode.es/servicios/)

Fortalezas. Una fortaleza de una organización, es alguna función que esta realiza de manera correcta como ciertas habilidades y capacidades del personal con atributos sociológicos y su evidencia de competencia. Otro aspecto considerado como una fortaleza son los recursos valiosos y la misma capacidad competitiva de la organización, como un logro y una situación favorable en el medio social. (León y Fernández, 2010)

Oferta. Combinación de productos, servicios, información o experiencias que se ofrece en un mercado para satisfacer una necesidad o deseo. (Talaya, 2008)

Oportunidades. Las oportunidades constituyen aquellas fuerzas ambientales de carácter externo no controlables por la organización, pero que representan elementos potenciales de crecimiento o mejora. (León y Fernández, 2010)

Productos terminados. Son los productos adquiridos por las empresas, los cuales son transformados para ser vendidos como productos elaborados. (Muñoz, 2011)

Productos frescos. Alimentos que al momento de su venta demuestran ser de producción reciente y que han sido conservados debidamente desde su origen hasta el momento de ser adquiridos. (Kader, 2011)

Rentabilidad. La rentabilidad es la capacidad que tiene algo para generar suficiente utilidad o ganancia. (Maubert, 2009)

Subproductos. Son los productos que revisten un carácter secundario o accesorio en relación a la fabricación principal. (Sinisterra, 2007)

Ubicación geográfica. Contexto geográfico que se encuentra destinado o indicado a algo en específico. (Soret, 2008).

CAPÍTULO II

REVISION DE LITERATURA.

2.1 Introducción.

En el presente capítulo se contemplan las variables objeto de estudio de la investigación titulada: Estudio de mercado para la instalación una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, con el propósito de proporcionar una mejor comprensión del documento al lector del mismo.

2.2 Factibilidad.

(Fontaine, 2007). En su libro Evaluación Social de Proyectos, define la factibilidad, como la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o meta señalados, la cual sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un Proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión si procede su estudio, desarrollo e implementación. Para recomendar la aprobación de cualquier Proyecto se debe estudiar un mínimo de tres factibilidades que condicionaran el éxito o fracaso de una investigación: técnica, la legal y la económica, otras factibilidades son de gestión, política y ambiental.

El estudio de factibilidad incluye, básicamente los mismos capítulos que el de pre factibilidad pero con mayor profundidad y menor rango de variación superado en los montos de costos y beneficios, el estudio de factibilidad requiere del concurso de expertos más especializados y de formación primaria, incluyendo cotizaciones más o menos ‘firmes’ para equipos, obras civiles, licencias financiamiento. La factibilidad técnica, determina si es posible física o materialmente hacer un Proyecto. Puede incluso llegar a evaluar la capacidad técnica y motivación del personal involucrado.

El estudio de factibilidad, se plantea como una estrategia que se plantea para llevar a cabo un Proyecto, será de gran interés para el sector empresarial, como para los habitantes de

una región. Siendo un estudio de factibilidad la mejor opción de determinar la viabilidad que posee un Proyecto.

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso y si el negocio propuesto contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y ambientales.

El resultado de los estudios de factibilidad de los trabajos de investigación es la base de las decisiones que se tomen para su introducción, por lo que deben ser lo suficiente precisas para evitar errores que tienen un alto costo social directo, en cuanto a los medios materiales y humanos que involucren; así como por la pérdida de tiempo en la utilización de las variantes de desarrollo más eficientes para la sociedad. Esto sólo se puede asegurar mediante el empleo de procedimientos y de análisis debidamente fundamentados.

La determinación y fundamentación de las bases metodológicas que deben regir los estudios de factibilidad de las investigaciones deben efectuarse con un enfoque sistémico, pues los resultados de las investigaciones al introducirse, modifican una parte de los procesos y sistemas de relaciones existentes. Este primer principio introduce la necesidad de considerar la utilización de todos aquellos métodos de simulación que permitan reproducir con la mayor exactitud posible los sistemas de relaciones, su interacción y los cambios que puede ocasionar el proceso científico-técnico en dichas relaciones. Al analizar la eficiencia económica, tanto de las investigaciones como de las inversiones necesarias para introducir los resultados, se considera como problema central de su determinación, la contraposición amplia y conjunta de gastos y resultados.

(Fontaine, 2007). Establece que, el objetivo del estudio del mercado en un proyecto consiste, en estimar la cuantía de los bienes o servicios provenientes de una nueva unidad de producción que la comunidad estaría dispuesta a adquirir a determinados precios. Esta cuantía representa la demanda desde el punto de vista del proyecto y se especifica para un período convencional (un mes, un año u otro.) Dado que la magnitud de la demanda variará en general con los precios, interesa hacer la estimación para distintos precios y tener presente la necesidad de que el empresario pueda cubrir los costos de producción con un margen razonable de utilidad.

Antes de decidirnos por una tecnología a aplicar en un proyecto determinado se debe realizar un filtrado de ideas, donde se rechazan las que claramente no son posibles técnicamente. Luego es necesario realizar un análisis más preciso sobre la posibilidad de fabricar el producto desde el punto de vista de si dispone la empresa de los recursos y conocimientos técnicos para llevar a cabo el desarrollo de este.

No obstante debemos preguntarnos si podemos adquirir la tecnología que nos falta y especialmente la disponibilidad de proveedores para obtener los componentes necesarios. En la actualidad la mayor parte de las empresas dependen de una gran cantidad de proveedores y subcontratistas que facilitan buena parte de su proceso productivo. (www.eumed.net)

La selección de la tecnología implica elegir una determinada combinación de factores productivos para transformar diversos insumos en productos. Hoy en día existe una creciente preocupación por los impactos ambientales que puedan generar los diferentes proyectos de desarrollo ejecutados a todos los niveles de la actividad económica de la sociedad. Las repercusiones ambientales de tales proyectos pueden presentarse tanto en el ámbito nacional como internacional. Las políticas y/o proyectos dependiendo del sector en que se ubiquen, pueden generar una gran variedad de impactos ambientales, donde la importancia y la ponderación de tales efectos dependen en gran parte de la magnitud y del grado de irreversibilidad del daño ambiental causado por estos.

(Córdoba, 2006) establece que la evaluación económico-financiera de un proyecto permite determinar si conviene realizar un proyecto, o sea si es o no rentable y si siendo conveniente es oportuno ejecutarlo en ese momento o cabe postergar su inicio, además de brindar elementos para decidir el tamaño de planta más adecuado. En presencia de varias alternativas de inversión, la evaluación es un medio útil para fijar un orden de prioridad entre ellas, seleccionando los proyectos más rentables y descartando los que no lo sean.

Los estudios de mercado, así como los técnicos y los económicos, brindan la información necesaria para estimar los flujos esperados de ingresos y costos que se producirán durante la vida útil de un proyecto en cada una de las alternativas posibles. La comparación de estos flujos de beneficios y costos tiene que ser atribuibles al proyecto. Al decidir sobre la ejecución del mismo no deben tomarse en cuenta los flujos pasados ni las inversiones existentes. (www.empirebb.com)

2.3 Factores interno y externo.

El análisis FODA o DAFO comprende el estudio de los puntos fuertes y débiles de la empresa y del entorno, estos cuatro elementos se derivan de la auditoria estratégica. El análisis FODA permite determinar los factores que puedan favorecer u obstaculizar el logro de los objetivos de la empresa, permite también explotar eficazmente los factores positivos y neutralizar o eliminar el efecto de los factores negativos.

(Kotler, 2008), define el análisis FODA como una de las herramientas más utilizadas por los mercadólogos para familiarizarse con la situación interna y externa de la empresa, además de ayudarlos a canalizar lo que se está haciendo correctamente y las cosas a las que les hace falta la mejoría. Dicho análisis ayudará a la empresa a tener una perspectiva de cómo se encuentra la organización en comparación con la competencia.

(Hitt, 2009) Añade otra de las aportaciones del FODA, la cual es identificación de criterios adecuados para el desarrollo de la estrategia factibles aprovechando oportunidades y puntos fuertes para combatir a las debilidades y amenazas. Las fortalezas y debilidades son los aspectos internos controlables de la empresa, en las cuales está presente cada una de las relaciones con los clientes, empleados, proveedores, bancos, organizaciones gubernamentales, entre otros. El análisis interno deberá ser más enfocado a los clientes con el fin de obtener mayores beneficios.

Los altos mandos deben darse a la tarea de indagar el entorno de la empresa, tener el conocimiento de lo que pueda llegar a afectarle tanto interna como externamente. Así mismo debe tener en cuenta que situación se podrán controlar en un momento dado y que otras no podrá controlar; esto, con la finalidad de obtener previamente diferentes planes que no puedan solucionar. Además, el tener el conocimiento de estos aspectos ‘ayuda a una organización a establecer una posición estratégica desde lo cual puede atender fuerzas externas sobre las que no tiene ningún, o poco, control’. (Stanton, pag. 28, 2007).

Dicho autor también menciona los entornos que influirán en cualquier tipo de organización, son nombrados como macroambiente externo, microambiente externo y ambiente interno. Estos ambientes o entornos comprenden aspectos diferentes que rodean

cualquier tipo de empresa; cada uno goza de diversas características, importancia o repercusiones, por ello, la importancia de su conocimiento y su comprensión por parte de los mercadólogos y los administradores.

(Kotler, 2008) define el macroambiente externo, como un conjunto de fuerzas externas que moldean las oportunidades y llegan a presentar algún tipo de riesgo para la empresa, dichas fuerzas son consideradas dinámicas e incontrolables aunque no de una forma totalitaria, ya que hasta cierto punto la empresa podría llegar a influir a presentar cualquier tipo de cambio en algunas de estas, es posible desencadenar consecuencias en otras.

(Bernárdez, 2007) definen el ambiente interno donde se presentan todas a aquellas fuerzas que componen las actividades internas de la organización, las cuales están coordinadas con las demás actividades; comúnmente son más controlables que las fuerzas presentadas en los ambientes anteriores.

2.4 Procesamiento

El procesamiento de alimentos implica modificar o convertir materias primas, tales como plantas o piezas crudas de animales descuartizados, en alimentos seguros, comestibles y más apetecibles.

Siempre que exista producción y procesamiento de alimentos es necesario disponer de un producto de plástico para su manipulación, se trate de productos sólidos o líquidos, frescos o congelados, crudos o cocinados, se necesita siempre algún tipo de contenedor de plástico para almacenar y transportar el alimento desde el almacén hasta el consumidor final (tienda). Por otra parte, este sector es ampliamente diverso en términos de tamaño y variabilidad, ya que comprende desde el pequeño comercio de carnicería hasta la mayor industria cárnica integrada, pasando por diferentes segmentos como lácteos, pescados, ternera, cerdo, pollo, etc. los contenedores de plástico ayudan a simplificar y mejorar la logística en la producción de alimentos.

Los productos de embalaje empleados en el procesamiento de alimentos deben proporcionar una protección máxima y a la vez ser rentables. Además, deben ser agradables al consumidor y cumplir con todas las normas de seguridad e higiene necesarias. Entre las

ventajas de los contenedores de plástico, podemos decir que pueden mostrar el precio y/o la información sobre el producto, que son reciclables y por lo tanto ecológicos y que es muy fácil limpiarlos y mantener su higiene. El procesamiento de alimentos ha recorrido un gran camino en los últimos años.

Las nuevas tecnologías de manipulación permiten que los alimentos se transporten de una manera más segura, rápida y eficaz que años atrás, garantizando que lleguen frescos a los supermercados y listos para ser comprados. Durante el procesamiento de los alimentos se debe de tener un riguroso control, por ejemplo: control de buenas prácticas de manufactura que involucra, la higiene del personal, instalaciones limpias, control de plagas, temperaturas de cocimiento adecuadas, con el fin obtener un producto inocuo. (www.procalimentoscnp.blogspot.com)

2.5 Comercialización de productos agropecuarios.

La comercialización de los productos agropecuarios es una etapa tan importante como la producción, y en muchos casos puede implicar diferencias significativas en la rentabilidad de la actividad. (www.ecodes.org)

La comercialización agropecuaria se comporta casi como un mercado de competencia perfecta, donde vendedores y compradores tienen alto grado de atomización, y, si bien es cierto que los productores no pueden influenciar el mercado por ese gran grado de atomización que presentan, hay herramientas a su disposición que permiten que un productor logre diferenciarse de otro que comercializa el mismo producto: calidad del producto, cobertura de precios.

Las normas y condiciones de comercialización de la mayoría de los cereales y oleaginosas están reguladas por ciertos estándares o bases que establece el Ministerio de Agricultura Ganadería y Pesca de la Nación. Se denomina Estándares de Comercialización a las tablas que regulan los cereales, y Bases de Comercialización a las que norman las oleaginosas.

Dentro de los canales de comercialización también se encuentran, el exportador y el corredor, este último presta servicios de intermediación en la venta de la mercadería,

Cooperativa es otro canal de comercialización interviene en el acopiador. Indirecta: el productor entrega la mercadería a un acopiador o cooperativa, quien acondiciona la mercadería y se encarga de buscar el comprador. El momento de venta lo decide el productor. La otra modalidad es la directa: el productor vende a la industria o a un exportador. Puede intervenir un corredor actuando como intermediario del negocio, quien cobra una comisión por tal concepto. Esta modalidad es utilizada por productores con alta escala de producción, generando un ahorro en sus gastos de comercialización.

Dentro de la comercialización se distingue el Consignatario, el cual es un actor que opera como dueño de la mercadería frente al comprador sin ánimo de adueñarse, y cumple básicamente dos funciones, que son; relacionar a las partes intervinientes, comprador y vendedor y garantizar al vendedor el cobro de la mercadería entregada. Las grandes empresas agrícolas tienen la capacidad de mantener los precios bajos y aún obtener utilidades porque producen mucho y generalmente obtienen apoyo del gobierno.

Cuando los agricultores se unen para vender sus productos en forma conjunta, pueden controlar mejor los precios que obtienen por sus cultivos, y reducir los costos de transporte y comercialización. En la mayoría de los países existen normas que rigen la creación de cooperativas o asociaciones.

2.6 Modelo de comercialización

La comercialización de productos agropecuarios puede dividirse en: productos frescos (principalmente frutas y vegetales), productos elaborados y, finalmente, las carnes. Cada una de las cadenas de valor de estos tres segmentos presenta desafíos diferentes en función de la cadena productiva, el modelo de distribución y la comercialización de productos.

Un análisis del mercado desarrollado por Leadership con el apoyo de especialistas locales de diversos países), ilustra los siguientes problemas típicos asociados a la comercialización de productos ecológicos. Dificultad de planificación de la producción y de las ventas y, consecuentemente, del suministro de los productores; reducidas cantidades para satisfacer las necesidades de las grandes y medias cadenas de distribución; presentación poco atractiva de los productos y la deficiente información aportada; cadena de frío deficiente

(especialmente para leche y derivados); necesidad de garantía de que los productos sean frescos y de que su calidad sea consistente; margen insuficiente y precios altos; inversiones insuficientes en las marcas ecológicas.

En los mercados más desarrollados de este sector, fueron definidas y aplicadas con éxito un conjunto de medidas de mitigación de estos problemas, entre las cuales se destacan las siguientes: cooperación entre proveedores; comprensión común de criterios de calidad / definición de patrones de producción; panel de consumidores y almacenistas para testar el embalaje; Inversiones comunes en los sistemas de refrigeración; Promoción del cultivo de especies especiales para diferenciarse del mercado convencional; Especialización de agricultores; Utilización de “bio-embajadores”, como la “asociación” de personas destacadas a este sector a nivel promocional.

Un análisis del mercado español, realizado con la participación de los principales agentes del sector español, identificó los siguientes problemas específicos en dicho mercado: reducida capacidad de producción para satisfacer las necesidades del mercado nacional en términos de cantidad y frecuencia, proliferación de marcas y logotipos para los productos ecológicos según las regiones, excesivo direccionamiento de la producción hacia mercados internacionales, inversiones limitadas para la información al cliente final, desconocimiento de la realidad del mercado en términos de ventas, precios, tipos de productos, reducida cooperación entre suministradores.

Para desarrollar el comercio interno de productos ecológicos fueron definidas unas iniciativas estratégicas, para las que además, se propuso una iniciativa integradora cuya misión es la gestión y coordinación de todo el programa de iniciativas. Campaña de promoción integrada, con el fin de sensibilizar al mercado e impulsar el mercado interno, creación de un portal de Agricultura Ecológica para facilitar contenidos e información sobre el sector, adopción de un logotipo único para crear confianza y facilitar el reconocimiento de los productos ecológicos, creación de un centro de observación de productos ecológicos para estudiar y comprender el mercado y tener una referencia sobre los productos que son comercializados y con sus precios respectivos.

Las iniciativas adoptadas por el Ministerio de Agricultura representan una contribución significativa de una agricultura ecológica más competitiva y sostenida, pudiendo servir de

referencia a otros países en el desarrollo local de sus propias iniciativas. (www.leadership-agenda.com)

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 Introducción

El presente capítulo contiene las informaciones relativas al diseño y tipo de estudio, el universo y muestra, la validez y confiabilidad del instrumento, componentes básicos del procedimiento metodológico utilizado durante la ejecución de la investigación.

3.2 Enfoque de la investigación

Tomando como base a Hernández (2006), quien clasificó el enfoque investigativo en tres categorías: cualitativo, cuantitativo y mixto; analizada la definición la presente investigación ha sido mixta, por su aspecto cuantitativo, porque estuvo basada en una encuesta estructurada aplicada a una muestra representativa de la población, la cual estuvo formada por preguntas cerradas, que ha proporcionado datos basados en métodos matemáticos para medir los indicadores de cada variable. A su vez, ha sido cualitativa, porque ha recopilado datos sustentados a partir de preguntas abiertas.

3.3 Diseño de investigación

En el desarrollo de la presente investigación el diseño se presentó dentro del tipo no experimental; el estudio fue descriptivo/exploratorio, ya que se basó en fuentes que permitieron explorar el campo de investigación correspondiente al tema, y se aplicó el cuestionario para la recolección de los datos a la muestra seleccionada.

Para el estudio se contemplaron las variables: factibilidad, factores internos y externos, procesamiento, comercialización y modelos de comercialización, para las que se utilizaron técnicas cuantitativas y cualitativas.

3.4 3.4. Población

Estuvo concentrada en los/as productores agropecuarios de la provincia y se limitó a las agroindustrias y a los técnicos de las sub-zonas que corresponden a la Zona agropecuaria de Sánchez Ramírez, en donde suman a 5 sub-zonas, a su vez estuvo limitada a las agroindustrias registradas en el Ministerio de Agricultura, las cuales en total son 106 dato obtenido en la Zona agropecuaria del Ministerio de Agricultura.

3.5 Selección de la muestra

En la presente investigación los involucrados fueron las agroindustrias registradas en el Ministerio de Agricultura, así como los técnicos de las sub-zonas de la zona agropecuaria Sánchez Ramírez. Para los técnicos de la zona agropecuaria Sánchez Ramírez, se tomó la población en total, la cual está compuesta por (5) sub-zonas, Fantino, Cotuí, Cevicos, Angelina y Zambrana, en donde se encuesta a cada uno de los encargados de la Zona agropecuaria. Para las agroindustrias registradas en el Ministerio de Agricultura, se asumió la fórmula presentada por Castañeda (1998). Para determinar el tamaño de la muestra el nivel de confianza fue de 95% y un margen de error muestral de un 5% y una posibilidad de elección de 50%. El tamaño a trabajar fue de 83. La fórmula ha sido la siguiente:

$$n = \frac{Z^2 p q N}{(N-1) * e^2 + Z^2 pq}$$

Donde:

n= es el tamaño de la muestra a seleccionar,

Z= representa el nivel de confianza 95%

P= es la variabilidad positiva

Q= es la variabilidad negativa

N= es el tamaño de la población en estudio

e= es la precisión del error máximo permitido.

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.5 * 0.5 * 106}{(106-1) * (0.05)^2 + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 83$$

3.5.1 Criterios de inclusión

En la presente investigación participaron las agroindustrias que se encuentran registradas en la Zona Sánchez Ramírez del Ministerio de Agricultura y las (5) sub-zonas las cuales son: Fantino, Cotuí, Cevicos, Angelina y Zambrana.

3.5.2 Criterios de exclusión

En la presente investigación no participaron las agroindustrias que no se encuentran registradas en la Zona Sánchez Ramírez del Ministerio de Agricultura.

3.6 Descripción y validación del instrumento.

Para levantar los datos correspondientes a la investigación se elaboró un cuestionario, el mismo se dividió en cinco (5) secciones que se relacionaron con las variables del estudio. El cuestionario ha sido aplicado a los encargados de las sub-zonas de la Zona Agropecuaria de Sánchez Ramírez y a las agroindustrias de la provincia que se encuentran registradas en el Ministerio de Agricultura, el mismo estuvo formado por ocho (8) preguntas.

3.7 Procedimientos.

Para desarrollar la presente investigación se tomaron en cuenta los siguientes pasos:

- Se envió la solicitud del título de investigación al Comité de Investigaciones.
- Se formuló la propuesta de investigación.
- Se envió una solicitud a la Facultad de la carta de presentación para visitar a las universidades en función de obtener datos precisos para los antecedentes.
- Se visitaron las universidades del Cibao para recopilar información en función de nutrir los antecedentes.
- Se visitó al Ministerio de Agricultura, con el objetivo de obtener información sobre los componentes agroindustriales de la provincia.
- Se consultaron diferentes fuentes bibliográficas.

- Se elaboró el instrumento de recolección de datos.
- Se envió una solicitud a la Facultad de la carta de presentación para visitar a las agroindustrias y a las Sub-zonas agropecuarias de la provincia Sánchez Ramírez en función de aplicar el instrumento.
- Se aplicó el instrumento de la recolección de datos.
- Se procedió a la presentación e interpretación de los datos obtenidos a través de la aplicación del instrumento.
- Los datos fueron discutidos y analizados.
- Se redactaron las conclusiones y recomendaciones de lugar.

3.7 Análisis de los datos

Para las preguntas que corresponden al enfoque cuantitativo, los datos fueron analizados de forma manual por medio de una calculadora. Los resultados fueron presentados en cinco (5) en tablas de frecuencia y porcentaje, en relación a los datos y a cada una de las secciones del instrumento.

Para las preguntas que corresponde al enfoque cualitativo, en función de garantizar la exactitud en el análisis de los datos, los mismos fueron presentados en tres (3) matrices y analizados de forma narrativa, por tratarse de preguntas abiertas en donde el encuestado se expresó libremente.

CAPÍTULO IV

PRESENTACION DE LOS RESULTADOS

4.1 Introducción

El interés fundamental del siguiente capítulo es presentar los resultados de la investigación titulada “Estudio de mercado para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez”. Para una mayor comprensión los datos se organizaron conforme a las variables y a las preguntas que corresponden a cada enfoque de la investigación.

4.2 Factibilidad

Tabla No. 1: Distribución de frecuencia y porcentaje en relación a la ubicación geográfica para instalar una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
El Municipio de Villa la Mata.	17	19%
El Municipio de Cotuí	59	67%
El Municipio de Fantino	1	1%
El Municipio de Cevicos	11	13%
Total	88	100%

Fuente: Agroindustrias y Ministerio de Agricultura de la provincia Sánchez Ramírez.

Los datos correspondientes a la tabla No.1 muestran que, un 67% de la población reportó que el lugar más apropiado para instalar una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios es el municipio de Cotuí, el 19% reportó el municipio de Villa la Mata, el 13% reportó el municipio de Cevicos, mientras que el 1% reportó el municipio de Fantino.

Tabla No. 2: Distribución de frecuencia y porcentaje en relación a la rentabilidad que posee la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Si	86	98%
No	2	2%
Total	88	100%

Fuente: Agroindustrias y Ministerio de Agricultura de la provincia Sánchez Ramírez.

En la tabla No. 2 se observa que el 98% de los encuestados reportó que si es rentable instalar una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, mientras que un 2% de los encuestados reportó que no es factible.

Tabla No. 3: Distribución de frecuencia y porcentaje en relación al estudio técnico que debe tener una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Infraestructura actualizada acorde a los tiempos.	88	100%
Maquinarias tecnológicas orientadas a la producción.	88	100%

Fuente: Agroindustrias y Ministerio de Agricultura de la provincia Sánchez Ramírez.

En la tabla No.3 se observa que, tanto para la opción infraestructura actualizada acorde a los tiempos y maquinarias tecnológicas orientadas a la producción ambas reportaron un 100%.

4.3 Factores internos y externos.

Matriz No. 1. Factores internos y externos con los que cuenta la provincia Sánchez Ramírez para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios.

Fortalezas	Oportunidades
- Materia prima - Recursos naturales y fertilidad de los suelos. - Ubicación geográfica - La variedad de productos que se producen - Los recursos acuíferos	- Disponibilidad de trabajo de los pobladores - Proyecto ENDA - Las entidades financieras (Banco agrícola y Banca solidaria) - El crecimiento de la población - Demanda de la producción agropecuaria - El local de la zona franca - El sector empresarial
Debilidades	Amenazas
- Bajo nivel técnico del capital humano. - La planificación - Falta de energía constante en algunos sectores de la provincia - La tecnificación de los campos agrícolas	- Problemas fitosanitarios - Cambios climáticos - La inflación - Aumento del costo de los insumos - La inestabilidad reguladora de los precios

Fuente: Agroindustrias y Ministerio de Agricultura de la provincia Sánchez Ramírez.

4.4 Procesamiento

Matriz No. 2. Procesamiento adecuado que se debe implementar en una procesadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

Productos frescos	Productos terminados	Subproductos
- Estructura adecuada - Maquinarias especializadas - Estandarización y etiquetado - control de calidad - Aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias - Productos enteros - Limpios, sanos libres de humedad, olor, sabor extraño y enfermedad. - Enfriamiento de los productos. - Monitoreo y desinfección del lugar donde se va a colocar	- Almacenamiento clasificado, para los diferentes productos. - Empaque adecuado - Medidas de seguridad industrial - Normas legales - Ventilación y temperatura adecuada - Producción fuera de riesgos - Espacios manuales	- Diversificación de productos - Evaluación de los desechos - Reutilización de los desechos - Procedimientos operacionales

Fuente: Agroindustrias y Ministerio de Agricultura de la provincia Sánchez Ramírez.

4.5 Comercialización de los productos agropecuarios

Matriz No. 3. Productos que se pueden ofertar de implementarse una comercializadora y procesadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez y los que son de mayor demanda el mercado.

Productos que se pueden ofertar y procesar.	Productos demandados
- Arroz empacado - Productos cárnicos empacados, ahumados y longanizas. - Chocolate de cacao - Majarete - Jugos de frutas (chinola y piña) - Dulce de piña - Casabe - Mermeladas de frutas - Queso - Yogurt - Dulce de leche - Orégano molido - Agrio de naranja condimentado. - Pimienta	- Arroz empacado - Productos cárnicos empacados, ahumados y longanizas. - Chocolate de cacao - Majarete - Jugos de frutas (chinola y piña) - Dulce de piña - Casabe - Mermeladas de frutas - Queso - Yogurt - Dulce de leche - Orégano molido - Agrio de naranja condimentado. - Pimienta

Fuente: Agroindustrias y Ministerio de Agricultura de la provincia Sánchez Ramírez.

4.6 Modelo de comercialización

Tabla No. 4: Distribución de frecuencia y porcentaje en relación al canal de comercialización que se debe de utilizar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Canal directo	75	85%
Canal indirecto	13	15%
Total	88	100%

Fuente: Agroindustrias y Ministerio de Agricultura de la provincia Sánchez Ramírez.

Los datos que corresponden a la tabla No. 4 muestran que un 85% de la población encuestada reportó que en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez se debe de implementar el canal de comercialización directo, y un 15% reportó que el canal de comercialización indirecto es el más apropiado.

Tabla No. 5: Distribución de frecuencia y porcentaje en relación a las estrategias que se deben de implementar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje %
Realizar alianzas estratégicas	21	24%
Establecer campañas de mercadeo	67	76%
Total	88	100%

Fuente: Agroindustrias y Ministerio de Agricultura de la provincia Sánchez Ramírez.

En la tabla No. 5 se observa que un 76% de los encuestados reportó que en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios se deben de implementar campañas de mercadeo, mientras que un 24% reportó que se deben de implementar alianzas estratégicas.

CAPÍTULO V

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1 Introducción

En el siguiente capítulo se presenta el análisis los resultados obtenidos la investigación titulada "Estudio de mercado para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez". Para sustentar este análisis se tomaron como punto de referencia los resultados presentados en el capítulo IV; el presente análisis se realizó a raíz las preguntas de investigación, para su interpretación se agruparon en variables y se tomaron como base los objetivos específicos:

- Determinar la factibilidad de la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez
- Identificar los factores internos y externos que existen en la provincia Sánchez Ramírez para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios
- Identificar el tipo de procesamiento adecuado que se debe implementar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.
- Determinar la comercialización adecuada que se debe implementar en los productos agropecuarios de la provincia Sánchez Ramírez.
- Identificar el modelo de comercialización adecuado para ser aplicado a una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez.

5.2 Factibilidad

Para responder la pregunta ¿Cuál es la factibilidad de la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez? Los resultados del estudio reportaron que es factible esta instalación, ya que la provincia es completamente agropecuaria con la fertilidad de los suelos, el recurso humano y la materia prima disponible para fomentar la producción, estas son fortalezas que se necesitan para el

desarrollo de la puesta en ejecución de dicho proyecto, de acuerdo a los hallazgos de la investigación el espacio geográfico más apropiado para ejecutar este proyecto es el municipio de Cotuí, ya que este municipio está ubicado en un punto intermedio para las demás zonas y es el que representa la provincia por ser el municipio cabecera.

De implementarse una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios, la necesidad de desplazarse a otras zonas en busca de los recursos que se deben utilizar, no existiría, pues la misma cuenta con dichos recursos, lo que corresponde con Fontaine (2007), citado en la revisión de literatura, en donde define la factibilidad como la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o meta señalados.

Por lo que las investigadoras pueden decir que, instalar una procesadora y comercializadora es factible debido a que la misma cuenta con la materia prima que necesitaría y no se tendría que invertir costos en el desplazamiento a otras zonas para buscarla, a su vez proporcionaría facilidades de compra a la población, pues la misma podrá hallar todos los productos que se producen en la provincia.

5.3 Factores internos y externos

A fin de dar respuesta a la interrogante ¿Cuáles son los factores interno y externo que existen en la provincia Sánchez Ramírez para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios? Se realizó la pregunta a la población de manera abierta, en donde se obtuvieron los siguientes factores: el espacio geográfico, la variedad de productos que se producen y los recursos acuíferos como fortalezas. Disponibilidad de trabajo de los pobladores, el proyecto ENDA, el sector empresarial, el crecimiento de la población y la demanda de la producción agropecuaria como oportunidades. La planificación, la tecnificación de los campos agrícolas y el bajo nivel técnico del capital humano como debilidades. Los problemas fitosanitarios y los cambios climáticos como amenazas.

Camilo, Sosa y López (2014) realizaron una investigación para diseñar un Modelo de comercialización de la piña en el municipio de Cevicos, dicha investigación arrojó que; los productores asociados a la Asociación de Productores de Piña de Cevicos (APROPIC) se

basan en un sistema de producción de piña orientado por tecnología muy rudimentaria aplicado en pequeñas parcelas, que son administradas por personas de escaso nivel educativo, con cuatro o más dependientes, los cuales tienen baja participación en el proceso de producción y comercialización.

Esta es una debilidad que afecta la ejecución de un proyecto como este, pues la tecnificación del recurso humano, es un factor importante para el perfeccionamiento de la actividad agropecuaria. La investigación arroja que la planificación es un factor que se debe de mejorar para el buen desarrollo de las actividades agropecuarias, no se debe de producir sin antes tomar un control absoluto y una adecuada planeación, para organizar mejor las futuras negociaciones que abrirán paso a grandes procesos de expansión.

Es de gran importancia cosechar grandes oportunidades de crecimiento y desarrollo explotando las fortalezas de la provincia Sánchez Ramírez. Tomar medidas de prevención para combatir las debilidades es un componente que proporcionara mejores condiciones de incrementar los ingresos a partir de un adecuado funcionamiento en los procesos de organización.

5.4 Procesamiento

Para dar respuesta a la interrogante ¿Cuál es el tipo de procesamiento adecuado que se debe implementar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez? Los resultados han revelado que durante el procesamiento de los productos frescos, se deben tomar en consideración: maquinarias especializadas, un buen etiquetado y un control de calidad, aplicar medidas sanitarias y fitosanitarias, productos limpios y libres de enfermedad, se debe de desinfectar en el lugar donde se va a colocar.

Por otro lado el tipo de procesamiento adecuado que se debe implementar en los productos terminados, los resultados arrojaron que: clasificar el almacenamiento en base a los diferentes productos es un factor, tomar medidas de seguridad industrial y establecer las normas legales de rigor, ventilación y temperatura adecuada. En un mismo orden el tipo de

procesamiento adecuado que se debe implementar en los subproductos son: diversificación de productos, evaluación y reutilización de los desechos y procedimientos operacionales.

Según los resultados anteriores y tomando como referencia el análisis de las sustentantes se puede decir que: no se debe ofertar al mercado productos en malas condiciones, mantenerlos en una temperatura adecuada para su conservación es una forma correcta de lograr obtener un producto terminado de calidad. El procesamiento debe incluir calidad y un sumo cuidado en el empaque antes de darle salida, a los productos terminados se les brinda un almacenamiento atendiendo al tipo de producto que sea, en el caso de los productos cárnicos y las frutas se debe almacenar en un lugar fresco con una higiene que no le permita acceso a las bacterias a los vegetales y un buen envase para los productos que lo requieran.

Es necesario tomar un alto control de la calidad, ofrecer al mercado una transparencia que les brinde seguridad y confianza, un etiquetado visible que logre llamar la atención del consumidor, realizar una buena selección entre lo que se debe y no ofertar al mercado, tomar en cuenta los lugares donde se colocan los productos.

5.5 Comercialización

Con el propósito de dar respuesta a la interrogante ¿Cuál es la comercialización adecuada que se debe implementar en los productos agropecuarios de la provincia Sánchez Ramírez? Los encuestados han expresado que la comercialización que se debe implementar debe incluir: arroz empacado, productos cárnicos empacados ahumados y longanizas, chocolate de cacao, majaretes, jugos y mermeladas y de frutas, dulces de piña y leche, cazabe, queso, yogurt, orégano molido, pimienta y agrio de naranja condimentado.

Lo que corresponde con lo citado por Almànzar, R. et al (2013) en la investigación titulada: diseño un modelo de negocio basado en la incubadora de empresa para el sector agroindustrial, investigación citada en los antecedentes del presente trabajo de grado, en donde los sustentantes llegaron a la conclusión de que, los principales productos agropecuarios de la

provincia Sánchez Ramírez son: el arroz, la piña, el bovino de leche, la chinola, el bovino de carne y el plátano, de igual forma, las principales agroindustrias que se encuentran en la Provincia son: los clúster de cacao, las importaciones de piña, frutales y cereal. A partir de estos resultados las investigadoras son capaces de decir que se pueden tomar los principales cultivos de la provincia y procesarlos, para de esta forma alcanzar una dinamización en el sector agroindustrial.

Los encuestados han mostrado mucho interés en responder al instrumento de la investigación, de tal forma que para dar respuesta a una pregunta realizaban un debate grupal con los demás miembros a fin de proporcionar mejores respuestas, que permitirán redactar datos más congruentes. Los productos de mayor demanda en la provincia Sánchez Ramírez, son los productos que los encuestados han sugerido que se oferten en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios, lo que se convierte en un factor relevante para la comercialización ya que se ofertara lo que el mercado demanda.

5.6 Modelo de comercialización

Con relación a la última interrogante ¿Cuál es el modelo de comercialización adecuado para ser aplicado a una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez? La investigación arrojó datos que afirman que, en la implementación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios los cultivos se deben de ofertar al mercado de manera directa, y que se deben de implementar campañas de mercadeo para el desarrollo de la misma.

Al analizar los resultados anteriores, las autoras de la presente investigación consideran que implementando un modelo de comercialización directo se tendría un mejor manejo de los costos y los gastos, obteniendo mejor satisfacción en el desenvolvimiento del proceso de ventas, para lo que se deben de establecer campañas de mercadeo, estas campañas permitirán una adecuada ejecución de este proyecto.

CONCLUSIONES

Después de interpretar y analizar los resultados del estudio para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, se ha llegado a las siguientes conclusiones:

- Se determinó que es factible implementar, una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, ya que esta es una zona totalmente agropecuaria, además cuenta con la ubicación geográfica y la materia prima viable para la instalación.
- Se identificó que los factores internos y externos que existen en la provincia Sánchez Ramírez para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios se encuentran, el espacio geográfico, la variedad de productos que se producen y los recursos acuíferos como fortalezas. Disponibilidad de trabajo de los pobladores, el proyecto ENDA, el sector empresarial, el crecimiento de la población y la demanda de la producción agropecuaria como oportunidades. La planificación y la tecnificación de los campos agrícolas como debilidades. Los problemas fitosanitarios y los cambios climáticos como amenazas.
- Se identificó que, el tipo de procesamiento adecuado que se debe implementar en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, es un procesamiento que incluya cuidados especializados en donde los productos frescos se coloquen en una temperatura adecuada para su conservado, los productos terminados tienen que adecuarse a un buen empaque y etiquetado, en ese orden se identificó que el procesamiento de los subproductos incluye una evaluación de los desechos obtenidos antes de la reutilización.
- Se determinó que la comercialización adecuada que se debe implementar en los productos agropecuarios de la provincia Sánchez Ramírez, es una comercialización que oferte arroz empacado, productos cárnicos empacados ahumados y longanizas, chocolate de cacao, majaretes, jugos y mermeladas y de frutas, dulces de piña y leche,

cazabe, queso, yogurt, orégano molido, pimienta y agrio de naranja condimentado, para lograr que el sector agroindustrial obtenga una buena demanda del mercado atendiendo a las exigencias del mismo.

- Se identificó que, el modelo de comercialización adecuado para ser aplicado a una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez es un modelo de comercialización directo, en donde se utilicen campañas estratégicas de mercadeo.

RECOMENDACIONES

Al concluir con el Estudio de mercado para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, las sustentantes de la misma se encuentran facultadas para realizar las recomendaciones siguientes.

A las autoridades gubernamentales se recomienda:

- Gestionar la instalación de una plaza comercial y una planta procesadora de productos y sub-productos agropecuarios donde se procesen y se comercialicen los productos que se cultivan en la provincia Sánchez Ramírez.
- Aprovechar las fortalezas y oportunidades con las que cuenta la provincia, para de esta manera se logre dinamizar la economía y superar los factores que afectan el desarrollo económico en cuanto a la comercialización y al procesamiento de los productos agropecuarios, para lo que se puede tomar en cuenta el local de la zona franca del municipio de Cotuí, como espacio geográfico para instalar la plaza comercial y la planta procesadora de productos agropecuarios, ya que el tamaño y la ubicación son de gran ventaja.
- Instalar una planta donde se procesen los productos y sub-productos agropecuarios de la región. Como se cuenta con una gran diversificación de productos que se cultivan y se producen en la provincia se puede iniciar con el procesamiento de los productos de mayor cantidad para en un futuro seguir introduciendo otro producto de menor cuantía y aumentando la producción de los mismos.
- Implementar una comercializadora con proyección internacional, basada en la variedad de los principales productos que se cultivan en la provincia.
- Llevar a cabo un modelo de comercialización directo en donde se implementen campañas estratégicas de mercadeo para el proceso de expansión.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Alonso, J. (2013). Infraestructuras, Competitividad y Desarrollo. España: Editorial Madrid págs. 133-144
2. Bernárdez Mariano. (2007). Desempeño Organizacional. Indiana: Editorial United the States of American Blomitong.
3. Castañeda, S. (1998).Tamaño de Muestra en Evaluación y Fomento del Desarrollo Intelectual en la Enseñanza de ciencias, Artes y Técnicas, Primera Edición, UNAM, México DF.
4. Esteban Talaya, Águeda. (2008). Principios de marketing. España: Editorial Esic.
5. Fontaine, Ernesto R. (2007). Evaluación Social de Proyectos. Colombia: Editora Alfa Y Omega.
6. Córdoba Padilla, Marcial (2006). Formulación y Evaluación de Proyectos. Bogotá: casa editora ecoe
7. Hernández Sampieri. (2006). Metodología de la investigación. España: Editorial MC gran-Hill Interamericana.
8. Hernández, Juan R. (2012). Sánchez Ramírez Entre Riqueza y Pobreza. República Dominicana: Editora Nacional.
9. Hitt, Michael. (2009). Gestión Estratégica: Competitividad y Globalización 8va ed. Canada: Editora Unites States.
10. Horngren Charles. (2007). Contabilidad administrativa. México: Editorial Pearson Educación.
11. Kader Adel. (2011). Tecnología post-cosecha de cultivos hortofrutícolas. California: Editor Lulu.com.
12. Kotler Philip y Armstrong, Gary (2008). Fundamentos de Marketing. México: Editora Prentice Hall.

13. Ministerio de Agricultura, Regional Nordeste, Zona agropecuaria Sánchez Ramírez, (2015). Diagnóstico de áreas productoras.
14. Ministerio de Agricultura de Costa Rica, MIA 2013.
15. Muñoz Leiva, Francisco. (2011). Marketing financiero. España: Editor Lulu.com.
16. Rodríguez Ardura, Imma. (2011). Estrategias y técnicas de comunicación: Una visión integrada en el marketing. España: Editorial UOC.
17. Sinistra Gonzalo. (2007). Contabilidad Administrativa. Colombia: ECOE EDICIONES.
18. Stanton, Wiliam. (2007). Fundamentos de marketing. España: Editora McGraw-Hill.
19. Vértice publicaciones. (2008). Análisis de mercados. España: Editorial Vértice.
20. Vicuña, José M. (2012). El plan estratégico en la práctica. España: Editorial ESICI.
21. Asociación Americana del Marketin A.M.A 2012

BIBLIOGRAFIA ACADEMICA

1. Almànzar, R., Jiménez Basilia, y Burgos, Y, 2013, Diseño un modelo de negocio basado en le incubadora de empresa para el sector agroindustrial, Trabajo de grado para la Licenciatura en Mercadeo del Instituto Tecnológico del Cibao Oriental, Cotuí, Republica Dominicana.
2. Camilo, D., Sosa, I., y López, N., 2014, Diseño de un Modelo de Comercialización de la Piña en el Municipio de Cevicos, Trabajo de grado para la Licenciatura en Mercadeo del Instituto Tecnológico del Cibao Oriental, Cotuí, Republica Dominicana.
3. Castaño F., et al, 2010, Diseño de un bloque de exportación para productores de frutales en la provincia Sánchez Ramírez, Trabajo de grado para la Licenciatura en Mercadeo del Instituto Tecnológico del Cibao Oriental, Cotuí, Republica Dominicana.
4. Gutiérrez, J., Santos, E., y Antonio, L., 2002, La industrialización de la yuca (manihot-esculenta) en la provincia de la vega, Trabajo de grado para la Licenciatura en Mercadeo de la Universidad Católica Tecnológica Del Cibao , La Vega, Republica Dominicana.

5. Peña A. y Ramírez G. 2002, diseño de un sistema de mercadotecnia para las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de La Vega, Universidad Católica Tecnológica del Cibao, La Vega, Republica Dominicana.
6. Santos, A., Gil, S., y Vásquez., Y., 2011, Estudio de mercado para la instalación de una procesadora de queso en el municipio de Cotuí, Trabajo de grado para la Licenciatura en Mercadeo del Instituto Tecnológico del Cibao Oriental, Cotuí, Republica Dominicana.

WEBGRAFÍA.

1. <http://procesamientodealimentos2012.blogspot.com/>.
2. <http://procalimentoscnp.blogspot.com/>.
3. <http://manipulacionyprocesamiento.blogspot.com/>
4. (http://www.angelfire.com/zine2/uvm_lce_lama/padmon.htm).
5. (<http://www.exaltaciondelacruz.gov.ar/>).

A N E X O S

ANEXO A.

CUESTIONARIO APLICADO A LOS ENCARGADOS

SUB-ZONALES DE LA ZONA AGROPECUARIA DE SANCHEZ

RAMIREZ Y A LAS AGROINDUSTRIAS.

República Dominicana
Universidad Tecnológica Del Cibao Oriental
Universidad Estatal



El presente cuestionario ha sido elaborado en base a una investigación titulada: Estudio de mercadeo para una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez. Con el fin de presentar el trabajo de grado que nos acredita, el título de Licenciadas en Mercadeo, se agradece su sincera respuesta.

INSTRUCCIÓN DE LLENADO

Las preguntas que contienen opciones de respuesta (generalmente marcada, a), b), c) y así sucesivamente) se responden haciendo una x en la opción que mejor exprese su opinión o su sentir.

Sección I: Factibilidad.

1. De implementarse una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, ¿Cuál sería el lugar más apropiado para establecer la ubicación geográfica? Indique con un cotejo según su criterio la opción.	☐ a) El municipio de Villa la Mata. ☐ b) El municipio de Cotuí ☐ c) El municipio de Fantino ☐ d) El municipio de Cevicos.
2. ¿El estudio técnico de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios debería incluir? indique las opciones a su criterio.	☐ a) Infraestructura actualizada acorde a los nuevos tiempos ☐ b) Maquinarias Tecnológicas orientadas a la producción.
3. Según su criterio. ¿El potencial de mercado que existe en la provincia Sánchez Ramírez es rentable para implementar una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios?	☐ a) Si ☐ b) No

Sección II: Factores internos y externos.

4. En la matriz que aparece a continuación representando una Matriz FODA, para identificar los factores internos y externos con los que cuenta la provincia Sánchez Ramírez para la instalación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios, favor identificar los que a su criterio considere.

Fortalezas	Oportunidades
Debilidades	Amenazas

Sección III: Procesamiento.

5. A continuación se presenta la MATRIZ del procesamiento de la implementación de una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, según su criterio ¿Cuál sería el procedimiento de?

Productos frescos	Productos terminados	Subproductos

Sección IV: Comercialización de los productos agropecuarios.

6. Matriz de los productos demandados y los que se pueden ofertar y procesar. De implementarse una comercializadora y procesadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez, especifique los productos que se pueden ofertar y procesar, así como los que demanda el mercado.

Productos que se pueden ofertar y procesar	Productos demandados

Sección V: Modelo de comercialización.

7. ¿Cuál es el canal de comercialización adecuado para ser implementado en una procesadora y comercializadora de productos agropecuarios en la provincia Sánchez Ramírez?
a) Canal directo b) Canal indirecto.
8. ¿Cuáles estrategias se deberían implementar en la comercialización de los productos agropecuarios de la provincia Sánchez Ramírez?
a) Realizar alianzas estratégicas. b) Establecer Campañas de mercadeo.

ANEXO B.
LISTADO DE LA POBLACION ENCUESTADA.

LISTADO DE AGROINDUSTRIAS ENCUESTADAS

1. Invernadero frutal Pelagio
2. Fruveca
3. Invernadero frutal Belén
4. Comercializadora de chinola Alfonso
5. Comercializadora de limón Velen
6. Procesadora de arroz Luis Vásquez
7. Procesadora de arroz Don Pililo
8. Comercializadora de productos
Cárnicos Polomeo
9. procesadora de frutas Mingo
10. Comercializadora de arroz Danilo
11. Comercializadora de Productos
cárnicos Caraballo
12. Hacienda Belén
13. Comercializadora de frutas Suero
14. Vivero Chelo
15. Comercializadora de cacao Roselio
16. Secadero de cacao García
17. Vivero Bautista
18. Comercializadora de piña JRPH
19. Hacienda Bautista
20. Producción y comercialización de
productos cítricos García Coronado
21. Comercializadora de Yuca José
22. Comercializadora de productos
cárnicos Norman
23. Comercializadora de chinola Sánchez
24. Secadero de cacao Suero
25. Comercializadora de chinola García
26. Comercializadora de chinola Cruz
27. Comercializadora de leche La Selvita
28. Secadero de cacao Belén Cruz
29. Comercializadora de majaretes Leiba
30. Factoría de arroz Tonos
31. Producción y comercialización de
productos cítricos José Cruz
32. Comercializadora de productos
cárnicos Leonel
33. procesadora de arroz Heredia
34. Comercializadora de productos
cárnicos Duverge
35. Procesadora de arroz Cáceres Rondón
36. Procesadora de arroz Rondón
37. Hacienda Amado (Comercialización de
piña)
38. Comercializadora de Piña Reyes
39. Comercializadora de productos
cárnicos Morales
40. Procesadora de arroz Brisa
41. Procesadora de arroz Luiggi
42. Procesadora de arroz PROAMA
43. Invernadero de vegetales Daniel
44. Comercializadora de Ajíes Contreras
45. Producción de ganado Sierra
46. Comercializadora de piña De Camps
47. Comercializadora de ganado Martínez
48. Comercializadora de piña José
49. Secadero de cacao Lazala
50. Agrícola Hernández C. por A.
51. Comercializadora de leche Santos
52. Comercializadora de limón Vásquez
53. Procesadora de arroz Rafael Núñez
54. Comercializadora de cacao Núñez
55. Comercializadora de plátanos Sánchez
56. Comercializadora de piña Wilson Cruz
57. hacienda Elaika (Producción de leche)
58. Comercializadora de productos
cárnicos Luis Gómez
59. Procesadora de alimentos PRODAL
60. Factoría de arroz La Bija C. por A.
61. Factoría de arroz Luis Matías S.R.L.
62. procesadora de arroz Kiara S.R.L.
63. Procesadora de alimentos
AGROPROSAR
64. Secadero de cacao José
65. Comercializadora de productos
cárnicos Morales
66. Comercialización de productos
cárnicos Osiris
67. Factoría de arroz Gregorio Luperón
68. Comercializadora de piña José
Sánchez
69. Comercializadora de Piña José Rafael
70. Plaza Juan
71. Procesadora de alimento Risset
72. Comercializadora de ganado Mercado
73. Comercializadora de ganado Sierra

74. Comercializadora de piña Daniel
 75. Productora de Piña Rafael García
 76. Comercializadora de yuca Saldivar
 77. Supli carne
 78. Comercializadora de cacao Cristino
 Viloría

79. Secadero de cacao Rafael García
 80. Hacienda Alfonseca (Producción de
 ganado)
 81. Ganado Viloría.
 82. Producción de cacao Sánchez
 83. Producción de maíz Vásquez

PERSONAL ENCUESTADO EN EL MINISTERIO DE AGRICULTURA

En La Zona Agropecuaria Sánchez Ramírez

Sub-Zona	Sub-zonal
Cotui	Pedro Agramonte Rosa
Angelina	Azael Fabián Agramonte
Zambrana	Magdaleno Matías Cruz
Cevicos	Valeriano Vásquez
Fantino	José Oscar Herrera