



**DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE MERCADEO**

**“Acceso al Mercado del Ámbar Dominicano
a la Unión Europea”**

Sustentantes

Johanna Marys Domínguez Aracena

2012-1683

Yarissa Estrella Dumet Dumé

2012-2380

Asesores

Ariel Gautreaux

Máximo Félix

**Monografía para optar el título de
Licenciado en Negocios Internacionales**

Distrito Nacional, República Dominicana

Abril, 2017

TABLA DE CONTENIDO

DEDICATORIAS.....	i
AGRADECIMIENTOS.....	iii
RESUMEN	v
INTRODUCCIÓN	1

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Aspectos fundamentales del comercio internacional.....	3
1.2. La autoridad de las mejoras en el transporte	4
1.3. Orígenes del comercio internacional a partir de la Segunda Guerra Mundial ..	7
1.3.1. Conceptualización	8
1.4. Estadísticas Mundiales.....	9
1.4.1. Importancia.....	11
1.4.1. Teorías y exponentes.....	12
1.4.2. Teoría de la ventaja absoluta	12
1.4.3. Ventaja comparativa.....	13
1.4.4. La teoría de las proporciones del factor	14
1.4.5. La paradoja Leontief.....	14
1.4.6. Teoría de los rangos de productos trasladados	14
1.4.7. Teoría del ciclo del producto	15
1.4.8. Mercados Imperfectos y comercio estratégico	15
1.5 Acuerdos internacionales sobre libre comercio con la Republica Dominicana	22
1.6. Condiciones de importación	24
1.7. Regulaciones especiales para la importación de algunos productos	29
1.8. Marketing y promoción	31
1.9. Aspectos Fundamentales del Comercio Internacional	32
1.9.1. Concepto.	33
1.9.2. Importancia.....	34
1.9.3. Componentes	34
1.9.4. Políticas del Comercio Internacional.	35
1.10. Importaciones.....	39
1.10.1. Concepto.....	40
1.10.2. Clasificación.	40
1.10.4. Estadísticas Mundiales.....	41
1.10.5. El Comercio Exterior de la Republica Dominicana.	41
1.10.3. Principales Socios.	42
1.10.4. Principales Productos de Exportaciones.	43
1.11. Principales Productos de Importaciones.	44
1.12. Balanza Comercial de la República Dominicana.....	45

CAPÍTULO II: CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL ÁMBAR PARA SU EXPORTACIÓN

2.1. Generalidades de Ámbar	47
2.1.1. Minado del Ámbar	50
2.2. Exportaciones de artesanales del ambar	51
2.3. Importaciones.....	52
2.4. Acceso a Mercados.....	52

CAPÍTULO III: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE AMBAR HACIA LA UNIÓN EUROPEA

3.1. Factibilidad	56
3.1.1. Concepto de Factibilidad	56
3.1.2. Estudio de factibilidad	56
3.1.4. Estudio de Mercado	58
3.2. Estudio técnico	60
3.3. Estudio Administrativo	61
3.4. Estudio Financiero	62
3.5. Tamaño del proyecto	63
3.6. Factores del tamaño del proyecto.	63
3.6.1. Localización del proyecto.	64
3.6.2. Macrolocalización	64
3.6.3. Ingeniería del proyecto	64
3.6.4. La organización.	64
3.7. El EPA, Acuerdo Comercial	66
3.8. El EPA y la exportación del Ámbar	69
CONCLUSIONES	71
RECOMENDACIONES	73
REFERENCIAS	74
ANEXOS	71

DEDICATORIAS

A mis padres, Wilson Dumet y Berenice Dume gracias por su apoyo incondicional en todo momento y estar junto a mí en cada etapa de mi vida dándome los mejores consejos. Ustedes son el mejor ejemplo que tengo en la vida y por el que doy gracias a Dios todos los días. Este logro es para ustedes, gracias por tanto. Los amo!

A mis hermanas, Jhanna Dumet y Yamilet Dumet gracias por ser parte de este camino y estar conmigo en todo momento para ayudarme cada vez que necesitaba de ustedes, que esto sea de ejemplo para que nada en la vida les impida lograr lo que desean sin importar lo difícil que sea. Las amo!

A mi compañero de vida, Joaquín Díaz gracias amor por todo el apoyo que me brindaste, siempre estabas ahí cuando necesitaba de ti sin importar nada. Gracias por ser mi motivación y formar parte de este logro tan importante para mí, espero que este sea solo el primero de los muchos que vendrán a tu lado. Te amo!

A mis abuelos y abuelas gracias por sus enseñanzas y experiencias en la vida que hicieron que este camino fuera más llevadero a pesar de las circunstancias que hoy en día vivimos. Gracias por formar y educar a mis padres como lo hicieron y a ti papá Manuel que estas en el cielo, gracias por el ejemplo de fortaleza y amor que nos dejaste. Los amo!

Yarissa

DEDICATORIAS

A mi **Dios**, Padre bueno cuan grandes y maravillosas son tus obras. Quiero agradecerte por permitirme cumplir esta meta, llena de pruebas y momentos donde cuestionaba mi capacidad para continuar. Nunca me abandonaste, tu infinito amor y bondad fueron los precursores de este logro. ¡Bendito y alabado seas por siempre mi Señor!

A mis Padres,

A **José I. Domínguez García**, mi papi bello hermoso, no hay palabras que expresen cuan bendecida y agradecida me siento de ser su hija. Sus constantes consejos, su inagotable amor, apoyo y paciencia han sido imprescindibles en mi vida. Le dedico éste y todos mis momentos, pues no son más que los frutos de su sacrificio para hacer de mí una joven de bien. Es usted mi más grande orgullo e inspiración, lo amo hasta más no poder. Gracias por enseñarme a vivir, a valorar todo. Sus valores y determinación son fuentes de soplo para crecer cada día más. ¡Dios me lo bendiga grandemente, LO AMO!

A **Rosa Aracena Cepeda**, mami bella, me quedo corta al decir que es usted todo lo que tengo. Su amor, comprensión, inspiración han sido los protagonistas en todo este trayecto. Sin lugar a dudas es la mejor mamá del mundo, cuan bendecida, agradecida y orgullosa me siento de tener el privilegio de ser hija suya. Su liderazgo, determinación y fortaleza son fuentes de inspiración para mí. Este logro es suyo, gracias por ser mi mayor motor de motivación, por creer en mí aun en los momentos en los que yo misma cuestiono mi capacidad, sin lugar a dudas el cielo es el límite. ¡LA AMO mi mami bella hermosa, que Dios me la bendiga por siempre!

Johanna

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar quiero dar gracias a Dios que me permitió llegar hasta el final de este logro tan importante para mí, por darme la fortaleza, sabiduría y dedicación para sobrepasar todos los obstáculos presentados. Mientras más difícil era el camino, él multiplico mis fuerzas y mientras más fuertes fueron las pruebas, mas grande fue la victoria de llegar hasta la meta.

A mis tíos y tías, gracias por estar presente en este proceso dándome sus palabras de aliento para seguir adelante, a los que están aquí y lo que están fuera del país gracias por estar pendiente de mi. Los quiero mucho!

A mis padrinos, gracias por estar pendiente de mis avances a pesar de la distancia y por cada palabra motivadora para mí en este trayecto. Los quiero mucho!

A mis primos y primas gracias por estar presente, que esto sea de ejemplo para ustedes que hoy en día están pasando por este proceso, que les sirva de motivación para dar lo mejor siempre. Los quiero mucho!

A la familia Díaz Ferreras, gracias por el apoyo que me brindaron en este camino, sobre todo su ejemplo para seguir adelante y dar más de mí sin importar nada. Los quiero mucho!

A mi comadre Elizabeth Hiraldo, gracias por ser parte de este proceso, estar siempre pendiente y por compartir este logro junto a mí. Te quiero mucho!

A mi ahijada, Samantha Isabella que esto sea de ejemplo para tu formación ahora que vas creciendo y desarrollándote cada día, a tu lado estaré siempre para guiarte y formarte por el camino del bien. Te amo!

A mis amigos y amigas, todos fueron una parte esencial en este camino en el cual reímos y gozamos nuestros logros y que a pesar de todo estuvimos presente en todo momento sin importar nada, gracias por sus consejos y aportes. En especial **Solangel, Krystal, Johanna, Paulinne y Loren**. Las quiero mucho!

Yarissa

AGRADECIMIENTOS

A mis hermanos, **Magdeline, Jennifer, José, Cristal, Ignacio, Enrique y Mauricio**, gracias por formar parte esencial de cada etapa de mi vida. Su apoyo, amor y comprensión han sido primordial para el desarrollo de este proyecto. Los amo con locura, sin lugar a dudas son mi complemento y los mejores hermanos del mundo.

A mis sobrinos, **Lauren Loreley, José Roberto, Ignacio José y Magdeline Aimée**, su inocencia, astucia, alegría y travesuras llenan de color mi vida. Los amo hasta más no poder, si Dios me diera una segunda oportunidad sin lugar a dudas los elegiría a ustedes.

A **Teófila Aracena**, tía es usted como una madre para mí, la amo mucho y me siento muy orgullosa de ver como se supera a si misma día a día. Mi Dios me la bendiga infinitamente.

A **Aurea Domínguez**, nina pensar en usted se traduce en amor y ternura. Gracias por ser parte indispensable de cada etapa de mi vida la amo mucho.

A **Ámbar Álvarez Aracena**, mi prima querida, eres mi hermana y el ser humano más noble que conozco, te agradezco y dedico este logro que estoy segura que lo aprecias tanto como yo. Te amo mucho hermana querida.

A **mis familiares, mis tíos, tías, primos/as y cuñados/as**, gracias pues me ha dado la inspiración de que siempre se debe luchar por nuestros objetivos y por toda su ayuda durante estos años.

A mis **amigos y amigas** son personas importantes en mi vida, ustedes que siempre han estado presente para brindarme su apoyo y atención en cada momento. ¡Gracias!

A mis asesores, **Ariel Gautreaux y Máximo Félix**, gracias por ser fuente de voluntad, conocimiento y brindar parte de su tiempo para la elaboración satisfactoria de este proyecto.

Johanna

RESUMEN

La problemática que surgió por el posicionamiento del Ámbar Dominicano a mercados europeos, es por la beta del gobierno dominicano a la exportación en bruto de ámbar, considerando que esta es una piedra preciosa que sólo existe en la isla caribeña, con la meta de impulsar a la industria joyera local. El objetivo general fue acceder al Mercado del Ámbar Dominicano a la Unión Europea. La técnica que se usó en esta investigación fue la técnica documental, pues esta permitió la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. La misma incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente a la que se hace referencia en dicho momento. Con el fin de esclarecer los objetivos de la investigación, sobre analizar las diversas formas de exportación del ámbar en el mercado europeo, debe buscar nuevas oportunidades de negocios en el mercado Europeo.

INTRODUCCIÓN

La República Dominicana es un país que posee innumerables riquezas, se puede mencionar dentro de la minería el oro, larimar, bauxita y el ámbar. Esta riqueza está concentrada solo en partes específicas y en el caso de las piedras semipreciosas dentro de las que se encuentra el ámbar, la explotación se ha vuelto un monopolio donde no todos pueden beneficiarse de la obtención de materia prima de calidad y mejor precio. Por otro lado, el país desde sus orígenes ha sido agrícola y hoy día más del 70% de los ingresos percibidos por las exportaciones de bienes son por concepto de productos agrícolas tales como el mango, cacao, banano, café, entre otros.

La problemática que surge con el posicionamiento del Ámbar Dominicano a mercados europeos, es por la falta del gobierno dominicano a la exportación en bruto de ámbar, considerando que esta es una piedra preciosa que sólo existe en la isla caribeña, con la meta de impulsar a la industria joyera local. En cambio la asociación de joyeros había insistido que los mineros artesanales vendían las mejores piezas, apenas salidas de las minas, a compradores mayoristas, quienes exportan cargamentos del mineral para tallar y montarlo en oro o plata en sus países sin apenas pagar impuestos y dejar beneficios a la industria local.

En términos generales, en busca de expansión y desarrollo, la República Dominicana debe buscar nuevas oportunidades de negocios en el mercado Europeo que le permitan crear una estabilidad económica y tener mayor competitividad en el mercado, explorando nuevos sectores que puedan representar posibles futuros beneficios. Si esto se logra, el ámbar explotaría todo su potencial en el mercado Europeo llevando al país a ingresos sostenibles.

Este estudio se desarrolló en tres capítulos los cuales se estructura de la siguiente manera: CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO; CAPÍTULO II: CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL AMBAR PARA SU EXPORTACIÓN Y; CAPÍTULO III: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE AMBAR HACIA LA UNIÓN EUROPEA.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO

1.1. Aspectos fundamentales del comercio internacional

Orígenes del comercio internacional hasta la Segunda Guerra Mundial

Al trasladarse a la antigüedad los orígenes del comercio se remontan a finales del neolítico, cuando se instituyó la agricultura. Al principio era una agricultura de subsistencia, donde las cosechas obtenidas eran las justas para la población dedicada a los asuntos agrícolas. Sin embargo, a medida que iban incorporándose nuevos desarrollos en esta actividad, las cosechas obtenidas eran cada vez mayores y los excedentes facilitaron un intercambio local de otros bienes por alimentos, que dieron paso al trabajo con los metales, la rueda, el torno, la navegación, la escritura, nuevas formas de asentamientos urbanos, entre otras. (Nava, 2009)

A partir de 1945, se ejecuta una dinámica creciente de las transacciones internacionales, a pesar de que años atrás también acontecieron hechos que hoy son relevantes para su desarrollo. Para algunos autores a partir del siglo XVI es que se habla de comercio Internacional como una realidad consolidada, gracias a los importantes descubrimientos que se llevaron a cabo en los últimos años del siglo anterior y un sinnúmero de acontecimientos que hicieron posible el desarrollo con que cuenta hoy en día el comercio internacional.

El avance del comercio internacional a partir de 1820

Luego de la segunda década del siglo XIX el comercio internacional adquirió una dimensión mucho mayor de la que había alcanzado hasta entonces e incremento su autoridad sobre el dinamismo interna de cada país de forma muy significativa. Los factores que muestran el origen de esta transformación destaca el espectacular aumento del potencial industrial de algunos países europeos, la industrialización que provocaron la ruptura con realidades económicas abrumadoramente dominadas por las actividades agrícolas y ganaderas que se traducía en una fuerte escasez de oportunidades para llevar a cabo intercambios internacionales. Con el pasar de los años, en algunos países de Europa Occidental, en especial Gran Bretaña, la

dinámica económica desplazó a una parte de la población desde esas actividades tradicionales a otras más propias de la nueva situación que se estaba gestando. Esta población adquirió nuevas especializaciones que les permitió aumentar considerablemente su productividad, aunque al mismo tiempo surgieron problemas para cubrir sus necesidades recurriendo a sus propios recursos y habilidades, con esto se veían obligados a acudir cada vez más al mercado. (Geoffrey, 2003)

En ese entonces, en cuanto a la realidad económica mundial es que los países que acababan de despuntar por su nivel de desarrollo se especializaron progresivamente en la producción de manufacturas industriales, que pronto saturaron los mercados nacionales y acabaron destinándose a otros países a través del comercio internacional. Al mismo tiempo, ese comercio se convirtió para esos países en una importante fuente de suministro de productos sin transformar lo cual trajo como consecuencia que algunas economías se especializaran a partir de entonces en la producción de esos alimentos y que fueron la contrapartida de los países exportadores de manufactura industriales.

1.2. La autoridad de las mejoras en el transporte

Conviene tener presente que gracias al intenso impulso industrial se introdujeron importantes innovaciones en el ámbito de transporte de mercancías y de viajeros que propició un desarrollo mucho más dinámico del comercio internacional.

Otras mejoras relevantes como las vinculadas a la aplicación de la máquina de vapor al transporte tanto terrestre como marítimo. Cabe destacar que en los años centrales del siglo XIX comenzaron a funcionar las primeras líneas de ferrocarril, que sustituyeron a otros medios de transportes. Esto constituyó un acontecimiento de una indudable trascendencia, no solo por la importancia que tuvo en el momento, sino sobre todo, lo que propició un desarrollo mucho más dinámico en el auge ferroviario. Debido al progreso experimentado en el campo de transporte, las transacciones comerciales se desarrollaron con mucha más fluidez que en épocas anteriores, lo

que contribuyó notablemente a la integración de los mercados nacionales y a la consolidación de las transacciones entre países.

La autoridad de los avances técnicos

El desarrollo del comercio internacional durante esta época se debió fundamentalmente a la incidencia de factores de carácter técnico. El ferrocarril de nuevo desempeña gran importancia con la construcción de nuevos tramos de vías que con esto surgieron las locomotoras cada vez más sofisticadas y potentes, que contribuyó a que el transporte fuera cada vez más rápido, seguro y barato. Este resultado también se debió a otros importantes avances, como el que supuso la construcción de grandes túneles, como por ejemplo, los que se excavaron en los Alpes de 1870. Además, en esta época, hubo una mejora sustancial en la navegación a vapor.

Un destacado mejoramiento de los logros alcanzados gracias al perfeccionamiento de los medios de transporte que utilizaban la máquina de vapor fue la difusión de algunos inventos que mejoraron las comunicaciones. El más importante de todos fue el telégrafo, que ya a mediados del siglo XIX permitía establecer conexiones rápidas y regulares entre las principales ciudades de Europa y América. En 1868, se extendió con éxito el primer cable telegráfico submarino entre las dos orillas del Atlántico, lo que fue un avance en las comunicaciones oceánicas.

Los cambios en el reparto geográfico del comercio internacional

Las mejoras en el transporte y en las comunicaciones a gran distancia ayudan a entender el protagonismo que adquirieron en el comercio internacional a partir de entonces países alejados de Europa Occidental. La mayor parte de estos países habían comenzado a despuntar en el periodo anterior como productores y exportadores de materias primas, convirtiéndose en la réplica de las economías más industrializadas. Algunos de ellos, como Estados Unidos, llegaron a alcanzar tal importancia a partir de los años centrales del siglo XIX que hicieron temer por el mantenimiento de la supremacía de las economías de Europa Occidental.

En contraste con lo citado anteriormente, existía notable ausencia de progreso industrial en los países tropicales, algunas de las causas de esto es que algunos países ni siquiera disfrutaban de independencia política, cuyas relaciones con el exterior estaban sometidas a la voluntad de los gobiernos de sus respectivas metrópolis. (Baca, 2001)

La complicada trayectoria del comercio internacional durante las dos guerras.

Las fases más duras durante todo el periodo 1914-1945 coinciden con el desarrollo de los dos conflictos bélicos que marcaron el inicio y el final de esta etapa. Por lo que concierne concretamente a la época en la que tuvo lugar la Primera Guerra Mundial esta tuvo gran autoridad porque alcanzó una notable destrucción física provocada directamente por los enfrentamientos. Debido a las pérdidas ocasionadas por estos enfrentamientos en proporciones desiguales entre las diversas economías, trajo como consecuencia desplazamientos del poder económico hacia otras áreas geográficas. Los países que más se beneficiaron de este proceso en el orden del comercio internacional Estados Unidos y Japón.

El estallido de la Primera Guerra Mundial marcó el final de una etapa de la economía internacional caracterizada por un fuerte incremento del comercio de bienes y servicios, y por el flujo de capitales y corrientes migratorias de Europa al otro lado del Atlántico. Algunas consecuencias indirectas pero no menos importantes están las imposiciones de unas condiciones muy severas a los países que resultaron vencidos. Así mismo, el patrón oro, base del sistema de comercio multilateral, que se caracterizaba por la utilización del oro para liquidar las transacciones y deudas internacionales fue abandonado por las principales naciones y solo se reimplantó en la década siguiente bajo formas algo distinto. A raíz de este enfrentamiento se inicia la utilización de la mano de obra femenina en el mundo laboral por la muerte de numerosos soldados.

El orden económico que emergió al final del conflicto resultó mucho más inestable y fortaleció las tensiones que luego engendrarían la Gran Depresión. La Gran Depresión tuvo efectos devastadores tanto en los países desarrollados como

en desarrollo. El comercio internacional se vio profundamente afectado, al igual que los ingresos personales, los ingresos fiscales, los precios y los beneficios en la compañía. Ciudades de todo el mundo resultaron gravemente afectadas, especialmente las que dependían de la industria pesada.

Esta depresión culmina con la Segunda Guerra Mundial que fue un conflicto armado que se extendió prácticamente por todo el mundo entre los años 1939 y 1945. Los principales beligerantes fueron, de un lado, Alemania, Italia y Japón, llamadas las potencias del Eje, y del otro, las potencias aliadas, Francia, el Reino Unido, los Estados Unidos, la Unión Soviética y, en menor medida, China.

1.3. Orígenes del comercio internacional a partir de la Segunda Guerra Mundial

El final de la Segunda Guerra Mundial abrió paso a una prolongada etapa que se caracterizó por el predominio del liberalismo y por la expansión del comercio internacional. Lo que hace singular la fase que dio origen en los primeros años de pos guerra es que se ha basado en un marco multilateral de relaciones, fruto de la cooperación internacional.

El origen del Acuerdo General sobre Aranceles y comercio (GATT) y instauración de la organización mundial del Comercio

En 1945, algunos países iniciaron convenio para reducir y consolidar los aranceles aduaneros y comenzar así a eliminar las medidas proteccionistas vigentes desde los años 30. De este convenio surgieron normas para el comercio internacional y una reducción de aranceles que afectaba a la quinta parte del comercio mundial. Este acuerdo fue ratificado en octubre de 1947 y comenzó a aplicarse el 1 de enero de 1948.

El GATT durante la época de 1960, contribuyó a un desarrollo mundial debido al éxito en las continuas reducciones de aranceles. De 1970 a 1980, el GATT tuvo una crisis acelerada debido a la reducción de los aranceles a niveles muy bajos, lo

cual inspiró a los gobiernos de Europa Y Estados Unidos a idear formas de protección para los sectores que se enfrentaban con una mayor competencia en los mercados, creando altas tasas de interés.

Este acuerdo surgió como algo provisional para regir el comercio entre los países, estos arreglos provisionales persistieron hasta 1994, cuando concluyó con la Ronda Uruguay y se creó la Organización Mundial del Comercio (OMC) el 1 de enero de 1995. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores a llevar adelante sus actividades. En general, El siglo XX significó una era de cambio para el comercio internacional, por la evolución acelerada de la técnica, la informática y los medios de transporte que multiplicaron los intercambios entre las naciones y se puede conocer y ver desarrollar en gran potencial en la actualidad el comercio in internacional.

1.3.1. Conceptualización

El comercio Internacional es el dinamismo económico que se ejecuta con el propósito de intercambiar bienes y servicios con finalidad lucrativa, dando origen a las salidas de mercancías de un país (exportaciones) y a las entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países. Se da origen además a otros conceptos como oferta exportable, precios y demanda internacional. Cuando se habla de oferta exportable se hace referencia a las distintas cantidades que los productores nacionales están dispuestos y en condiciones de brindar en los mercados internacionales, atendiendo a diversos niveles de precios durante un tiempo determinado.

En el mismo orden, la demanda internacional son distintas cantidades que consumidores de distintas partes del mundo están dispuestos a comprar, en función de las condiciones y precios posibles en los mercados. Al referirse al precio no es más que la cantidad de dinero que los compradores están dispuestos a pagar a cambio de un producto o servicio.

Las exportación se puede definir como al medio más idóneo del que se sirven las empresas para iniciar diversas actividades de intercambio comercial

internacional. Es decir que las organizaciones que se introducen a la exportación lo hacen con el objetivo de incrementar sus ingresos de ventas, para lograr economías de escala en la producción y para versificar sus sedes de ventas.

Existen dos tipos de exportaciones en primer lugar está la exportación directa y en segundo la indirecta, la primera es determinada al momento que la empresa toma la iniciativa de buscar una oportunidad de exportación, debido a varias causas como serían: contratación del mercado interno, el empresario se da cuenta de la importancia de ciertos mercados, considerando importantes riesgos comerciales a través de la exportación.

En el caso de la exportación indirecta, ésta es utilizada por empresas que no tienen vasta experiencia en la realización de transacciones en mercados internacionales. Usando un exportador de otro exportador como intermediario. Pudiendo lograr una oportunidad de introducirse en los mercados internacionales.

1.4. Estadísticas Mundiales.

Las exportaciones de mercancías de la Unión Europea sufrieron un estancamiento en el año 2012, a causa de los resultados de la incertidumbre en la zona del euro. “A las economías desarrolladas correspondió más de la mitad de las exportaciones mundiales de mercancías; sin embargo, en 2012 sus exportaciones disminuyeron en un 3%, mientras que las de los países en desarrollo aumentaron en un 4%.

En América del Sur y América Central, las exportaciones de mercancías del MERCOSUR y de la Comunidad Andina disminuyeron en casi 30 puntos porcentuales en 2012: así, tras un aumento del 26% y el 35% respectivamente, en 2011, en 2012 se registró un crecimiento del -5% y el 5%, respectivamente.

El crecimiento de las exportaciones de mercancías de los países menos adelantados disminuyó a apenas un 1% en 2012 tras alcanzar el 25% en 2011. Su participación en las exportaciones mundiales de mercancías sigue siendo del 1 %.

Las exportaciones de mercancías crecieron más en los BRIC (el Brasil, Rusia, la India, China) (un 4,5%) que en el TLCAN o la UE. Tanto las exportaciones mundiales de mercancías como el Producto Interno Bruto (PIB) aumentaron en un 2.5% en 2012.

“En lo correspondió a África y América del Norte el mayor aumento del volumen de las exportaciones de mercancías: un 6,0% y un 4,5% respectivamente. El mayor crecimiento de las importaciones se registró en África y el Oriente Medio: 11,5% y 8,0%, respectivamente.”

Se puede decir que ha habido un crecimiento positivo en las exportaciones mundiales de mercancías y el PIB desde la crisis económica de 2009, pero las tasas de crecimiento han disminuido de manera continuada. La tasa de crecimiento de las exportaciones de mercancías bajó del 14,0% al 2,0% entre 2010 y 2012, mientras que la tasa de crecimiento del PIB disminuyó del 4,0% al 2,0% durante el mismo período.

En la mayoría de los países de la UE las exportaciones de mercancías disminuyeron en 2012 debido a los problemas estructurales registrados en la zona del euro. En 2012 las exportaciones mundiales de servicios comerciales crecieron en un 2%, hasta alcanzar la cifra de 4,350 billones de dólares EE.UU., en gran medida como resultado de la contracción del comercio europeo.

“Las exportaciones europeas de servicios comerciales disminuyeron en un 2% en 2012, tras la recuperación registrada en 2011, debido a la inestabilidad financiera de la región y a la depresión económica. A las economías europeas les correspondió el 47% de las exportaciones mundiales de servicios comerciales en 2012. Las exportaciones de servicios comerciales también disminuyeron en otras regiones. En Asia y América del Norte, las exportaciones aumentaron en 2012, en un 6% y un 5%, respectivamente; esas tasas fueron aproximadamente la mitad de las registradas en 2011.”

El Oriente Medio fue la región más dinámica (las exportaciones de servicios comerciales aumentaron en un 13% en 2012), seguido por la Comunidad de Estados Independientes, con un 9%. Las exportaciones de África crecieron en un 6% en 2012, tras el estancamiento registrado en 2011.

Las exportaciones de servicios comerciales de las principales economías europeas disminuyeron considerablemente en 2012 debido a la depresión económica que afectó a la región. En el Reino Unido, que ocupa el segundo lugar entre los exportadores mundiales de servicios, se registró una disminución de las exportaciones del 3%, mientras que las exportaciones de Alemania se contrajeron en un 1%. En Francia la disminución fue más pronunciada: las exportaciones disminuyeron en un 6%. La disminución de las exportaciones europeas se debió en buena medida a la disminución, en un 2%, de las exportaciones de “otros servicios comerciales”, en particular de “otros servicios prestados a las empresas” y de los servicios financieros.

“Las exportaciones de servicios comerciales de otros grandes importadores y exportadores siguieron creciendo en 2012, si bien a un ritmo más lento que el año anterior. En los Estados Unidos, el principal exportador mundial de servicios comerciales, las exportaciones aumentaron en un 6%.”.

En Asia, las exportaciones chinas de servicios comerciales crecieron en un 8% en 2012, las de la India en un 3% y las de Hong Kong, China, en un 5%. El Japón fue el único gran exportador de servicios de la región en que el crecimiento se estancó.

1.4.1. Importancia

La importancia del comercio Internacional radica en el desarrollo de las economías, puesto que estas pueden producir distintos bienes y colocarlos en mercados extranjeros para ser adquiridos por países que no puedan producir de manera eficiente o en mejores condiciones estos productos o servicios. El comercio internacional además permite a los países generar tanto fuentes de trabajos como

divisas, tiene presencia directa en la Balanza Comercial y de Pagos e incide en la determinación de los precios internacionales de productos y servicios que a la vez ayudan a la satisfacción de necesidades de los consumidores en los mercados internacionales.

Como consecuencia de lo expuesto anteriormente, el comercio internacional cuenta con gran importancia tanto en el campo comercial, político como cultural y que con el pasar de los años ha alcanzado un profundo significado a tal grado que no se puede hablar sólo de intercambio sino también de integraciones económicas. Estas integraciones reflejan un aumento en la capacidad de negociación de los países, mejora de la competencia, expansión de territorios y por ende de los mercados y en general actúan como factores de desarrollo económico de los países.

1.4.1. Teorías y exponentes

Las teorías del comercio internacional básicamente responden a dos preguntas básicas estrechamente ligadas como son las causas del comercio y cuáles son los efectos que tienen estos sobre la producción y el consumo nacional.

1.4.2. Teoría de la ventaja absoluta

Esta teoría propuesta por Adam Smith a finales del siglo XVIII, sostiene que cada país puede especializarse en la producción de los bienes y servicios que puede producir de manera más eficiente que otros países. Con esta especialización se conduce a un incremento de la producción mundial compartido entre sus países participantes. A través de la especialización podrían aumentar su eficacia por tres razones:

1. La mano de obra se volverá más especializada al repetir las mismas tareas.
2. La mano de obra no perderá tiempo en el cambio de producción de un tipo de producto a otro.
3. Las jornadas largas de producción proporcionarían incentivos para desarrollar métodos de trabajo más eficientes.

Ventaja natural

Adam Smith para aclarar en qué producto debe un país especializarse cree que el mercado haría la determinación y divide las ventajas en ventaja natural y adquirida. La ventaja natural de un país es cuando la instauración de producto o servicio intervienen las condiciones climáticas, de tener acceso a ciertos recursos naturales o de la disponibilidad de cierta mano de obra. Las ventajas naturales entre países ayudan a mostrar en cuales países se podrían elaborar mejor ciertos productos.

Ventaja adquirida

Son aquellas que se van adoptando con el tiempo para la producción de bienes y servicios por un país. Generalmente se obtiene de la técnica de producto o proceso que permite una diferenciación respecto a la competencia. La técnica de productos es la que permite a un país producir un bien único planteado de conformidad a las necesidades de los procesos de manufactura y del mercado. En el mismo orden una ventaja en la técnica del proceso es la capacidad del país para producir eficientemente un producto homogéneo pero con procesos más eficientes en materia de producción.

1.4.3. Ventaja comparativa

Propuesta por David Ricardo en 1817 que explica el origen de las enormes ganancias que genera el libre comercio. Sostiene que aun cuando un país tiene desventaja absoluta para su producción con respecto a otros países, si los costes relativos, es decir, los costes de un bien medido en términos de otro bien son distintos, el intercambio es posible y mutuamente beneficioso.

En general esto explica que las naciones podían mejorar el bienestar de su población a través del comercio internacional porque una nación puede alcanzar niveles de consumos más allá de lo que puede producir ella sola.

1.4.4. La teoría de las proporciones del factor

En la primera mitad del siglo XX, la teoría del comercio cambia drásticamente con la teoría de las proporciones del factor propuesta por Eli Heckscher y Bertil Ohlin, la cual consideraba dos factores de producción, el trabajo y el capital. Según esta teoría las intensidades de factores dependen del estado de la técnica, asumía que la misma técnica de producción sería usada para los mismos bienes en todos los países.

En general, esta teoría nos dice que una nación exportará la mercancía cuya producción requiera el uso intensivo del factor relativamente abundante y barato, e importará la mercancía cuya producción requiera de uso intensivo del factor relativamente escaso y caro, en otras palabras, la nación relativamente rica en trabajo exporta la mercancía relativamente intensiva en trabajo, e importa la mercancía relativamente intensiva en capital.

1.4.5. La paradoja Leontief

La paradoja de Leontief debe su nombre a su autor, Wassily Leontief, según el cual, si se concibe a la mano de obra no como una mercancía semejante sino por categorías, los países industrializados disponen de una oferta más abundante de mano de obra bastante educada o de fuerza de trabajo cualificada (en la que se ha ejecutado una elevada inversión de capital) que de otros tipos.

1.4.6. Teoría de los rangos de productos traslapados

Esta teoría propuesta por Staffan Burenstam Linder tenía dos principios: El tipo de demanda de un país está en función de su nivel de ingresos, es decir, que mientras más alto es el ingreso per cápita, más sofisticado es el gusto del residente de ese país. Las compañías primero dominan el mercado interno y luego salen al exterior hacia mercados similares.

1.4.7. Teoría del ciclo del producto

Esta teoría fue propuesta por Raymond Vernon, este se enfoca en el producto más que en el país y en la técnica de su manufactura. La teoría del ciclo del producto tiene una orientación tanto de la oferta (costo de la producción), como de la demanda (niveles de ingresos de los consumidores). Según esta teoría los productos innovadores surgen en los países de mano de obra calificada y con capital. Estos productos innovadores maduran y luego pasan a países que pueden también producirlo.

1.4.8. Mercados Imperfectos y comercio estratégico

Propuesta por Paul Krugman, estos desarrollos se enfocaron en el costo de la producción y cómo el costo de producción y el precio mueven el comercio internacional. El autor se enfocó en dos tipos de economía de escala, economías de escala interna y economías de escala externa.

La economía de escala interna establece que cuando el costo por unidad de producción depende del tamaño de una compañía individual, cuanto más grande sea la compañía, mayor será la escala de beneficios y menos el costo por unidad mientras que en una economía de escala externa el costo por unidad de producción depende del tamaño de la industria y no del tamaño de la compañía individual, la industria de ese país puede producir a menores costos que la misma industria que es el tamaño más pequeños en otros países.

En el mismo orden, la economía de comercio estratégico reconoce que el gobierno puede desempeñar un papel benéfico cuando los mercados no son puramente competitivos. Establece cuatro circunstancias específicas que incluyen la competencia imperfecta en la que el comercio estratégico puede aplicar, que son: precio, costo, repetición y externalidades.

La ventaja Competitiva de las Naciones

Esta investigación por Michael Porter se basa en que la competencia de una nación depende de su nivel de innovación y que una compañía debe hacerse de todas las dimensiones de la competencia, que él catalogó en cuatro componentes importantes del diamante de la ventaja nacional (ventaja competitiva) mejor conocido como diamante de Porter.

Políticas: Las políticas del comercio internacional engloban una serie de actividades gubernamentales bien coordinadas se llevan a cabo por los distintos actores del panorama internacional, basada generalmente en las políticas exteriores. Estas se dividen en restricciones de las exportaciones y en las importaciones.

Restricciones de las importaciones

1. Los aranceles: Son impuestos basados primordialmente en el valor de los bienes y servicios importados.
2. Las cuotas: Son restricciones en el número de productos extranjeros que pueden importarse.
3. Las barreras no arancelarias: Estas son una variedad de medidas no monetarias como pruebas, certificación o simples artículos burocráticos que tiene el efecto de restringir las importaciones y tienden a elevar el valor de los bienes importados.
4. Los acuerdos de restricción voluntarios: Estos ayudan a las industrias domesticas a reorganizarse, reestructurarse y recapturar prominencia en la producción. Ocurren cuando los exportadores extranjeros aceptan voluntariamente limitar la cantidad de exportaciones enviadas al país importador. Como su nombre indica son de carácter voluntario, lo que implica que el país exportador tiene oficialmente la facultad de suprimirlas ya que son controladas y gestionadas por los países exportadores.

5. **Leyes antidumping:** El dumping es la venta de bienes en el extranjero a precios más bajos que los del mercado doméstico del exportador, o a un precio por abajo del costo de producción. De ahí que las leyes antidumping son diseñadas para ayudar a la industria domestica que son perjudicadas por competencia injusta del extranjero.
6. **Restricciones de las exportaciones:** Los motivos de estas restricciones son inventarios bajos, seguridad nacional y propósitos de política exterior o el deseo de retener capital.
7. **Controles de seguridad nacional:** Estos incluyen el control de las exportaciones de armas, o exportaciones de alta técnica que podrían afectar de manera adversa la seguridad de la nación.
8. **Motivos de política exterior y escasez de oferta:** Estos controles restringen las oportunidades de negocios internaciones de compañías necesarias a otro país o pueda afectar en la reputación de ser proveedores pocos confiables y puedan desviar los pedidos a compañías de otros países.
9. **Componentes:** Se distinguen entre: Importaciones y Exportaciones
10. **Importaciones:** Es la introducción de productos y servicios a un país que se producen en otros países con el fin de comercializarlos. El objetivo principal que se persigue es adquirir o disponer de estos bienes que se consiguen más baratos y de mejor eficacia.
11. **Exportaciones:** Es aquel dinamismo comercial a través de la cual un producto o un servicio se venden en el exterior. O sea, que la exportación es una actividad comercial legal que un país ejecuta con otro que justamente pretende, ya sea para usar o consumir, algún producto o servicio que se produce en la otra nación.

Ventajas y desventajas

Ventajas

- Mayor tamaño de mercado
- Mejora de eficacia de vida de los habitantes
- Nuevos contactos importantes para negocios
- Apertura de los mercados
- Promueven el desarrollo de los países
- Amplificación de nuevos conocimientos y cultura
- Mayor colaboración entre países

Desventajas

- Menor interés en productos nacionales
- Explotación de un país a otro.
- Piratería
- Mano de obra barata
- Elevación de impuestos

Documentos, medios de transportes y medios de pagos

Conocimiento de embarque: Es un convenio entre el exportador y el transportista indicando que el transportista ha aceptado la responsabilidad de los bienes y proporcionará la transportación a cambio de un pago.

Certificado de origen: Es el documento expedido y/o visado por las cámaras de comercio u otros organismos competentes del país exportador, que sirve para acreditar que la mercancía consignada es originaria de la nación mencionada en el mismo. Suele exigirse por motivos arancelarios, ya que hay países que tienen tarifas discriminatorias según el país de procedencia.

Factura comercial: Es una factura por los bienes que establece la información básica de una transacción, incluye una descripción de la mercancía, el costo total de los bienes vendidos, el domicilio del remitente y vendedor y los términos de compraventa.

Certificado sanitario: Es un documento expedido por los organismos sanitarios correspondientes del país exportador en el que se hace constar que la mercancía analizada está exenta de determinadas materias.

Certificado zoosanitario: Es el Certificado extendido por una entidad competente del país de origen, en el que se hace constar el buen estado sanitario de las mercancías de origen animal en él consignadas.

Formulario único de exportación (DUA): Es una Declaración Aduanera que busca tener en un solo documento todas las investigaciones relativas a los actores del comercio así como facilitar la determinación de impuestos y riesgos con la intención de fortalecer el control de las operaciones en el comercio internacional.

Medios de transportes: El tema de transporte es fundamental en el comercio internacional debido a que una parte significativa del precio del producto y el tiempo de entrega del mismo así como el tipo de mercancía dependen de la elección del medio de transporte adecuado, los medios más utilizados son:

Transporte aéreo: Es utilizado para transportar pequeñas cantidades y que tiene urgencia en la entrega. El documento utilizado para este medio de transporte es el Conocimiento aéreo (AIRWAY BILL)

Transporte marítimo: Es el transporte marítimo de carga de contenedores enteros de un lugar a otro. Este se caracteriza por un bajo costo. El documento utilizado para este medio de transporte es el Conocimiento De embarque marítimo (BILL OF LADING)

Transporte terrestre: Es el que se ejecuta por carretera y se caracteriza por la facilidad en la entrega de la mercadería, ejecutando conexiones entre un medio de transporte y el lugar de destino. El documento que se usa es la carta de porte (carta de porte internacional)

Transporte ferroviario: Es hecho en vagones fraccionados por locomotoras que, sobre rieles, recorren trayectos debidamente delineados, por lo tanto, sin flexibilidad de recorrido y presos a caminos únicos. Las conexiones más comunes son entre los países limítrofes y pueden ser utilizadas las vías de otros países. Con este medio de transporte se usa la declaración TIF.

Transporte multimodal: Este medio de transporte brinda la ventaja de tener en un único documento distintas combinaciones de medios de transporte para la manipulación de mercancías. El documento que se usa es el documento de transporte multimodal FBL.

Medios de pagos: Los medios de pagos en el comercio internacional son los instrumentos a través de los cuales el comprador o importador puede honrar el compromiso de pago contraído con el vendedor o exportador en virtud de una relación comercial instrumentada mediante un convenio de compra venta internacional.

Orden de pago internacional (transferencia Internacional): Es la transferencia de fondos que un ordenante (importador) efectúa a favor de un beneficiario (exportador) generalmente por intermedio de un banco.

El cheque: Es un medio de pago a la vista por el cual el emisor del mismo autoriza a una persona física o jurídica (beneficiario/ exportador) a retirar fondos disponibles en una entidad financiera.

Carta de crédito: También conocida como crédito documentario es un acuerdo mediante el cual un banco se compromete por escrito por cuenta y orden de una persona física o moral o por medio de otro banco intermediario a pagar a un beneficiario una suma de dinero determinada. Esta carta tiene su origen en un convenio de compra y venta de bienes y/o servicios. Surge, ante la necesidad de brindar seguridad y rapidez de cobro a las partes intervinientes en una compra venta o negocio internacional, ya que muchas veces las partes no se conocen.

Pago directo: Se llama pago directo cuando el importador paga al exportador el valor de la mercancía por medio de una entidad bancaria la cual no ejecuta ningún tipo de intervención en el proceso de exportación; generalmente el pago directo se utiliza cuando el importador ha acordado con el exportador pagar la mercancía al contado.

Tarjeta de crédito: Es un medio de pago que permite hacer compras que se pueden pagar posteriormente a la compra de mercancías. Son llamadas “de crédito” porque cuando se paga cualquier mercancía con ella, el banco que la otorgó está concediendo un préstamo que se tiene pagar de acuerdo al periodo elegido y según los plazos negociados con la entidad.

Crédito comercial: Consiste en el ofrecimiento de crédito por parte de un proveedor de productos y servicios, a su cliente, permitiéndole pagar por ellos más adelante, es decir, en el futuro.

Convenios de compra y venta (INCOTERMS): Los INCOTERMS son los acuerdos de compra y venta internacional que tienen la finalidad de establecer las reglas internacionales para la interpretación de los términos utilizados en el comercio internacional con la intención de evitar o disminuir las incertidumbres que se producen por las distintas interpretaciones de tales términos. En forma concreta los INCOTERMS son los términos que determinan la responsabilidad de los importadores y exportadores.

1.5 Acuerdos internacionales sobre libre comercio con la Republica Dominicana

A partir del año 1995, cuando ingresó a la Organización Mundial de Comercio (OMC), la República Dominicana se ha abierto al comercio internacional. En 1998, suscribió acuerdo de libre comercio con la Comunidad Caribeña (CARICOM).

En 2007, entró en vigencia el tratado de libre comercio con los Estados Unidos y los países de Centroamérica (DR-CAFTA). La República Dominicana es también beneficiaria del Acuerdo de Cotonú suscrito en Benín el 23 de junio del 2000, entre los 77 Estados que conforman la Asociación de Países de África, Caribe y Pacífico (ACP) y la Comunidad Europea. En el mismo orden, la República Dominicana, conjuntamente con los 14 países del CARICOM, concluyó recientemente las negociaciones con la Unión Europea para dar paso, de manera provisional a partir del 1 de enero de 2008, hasta su firma y puesta en vigencia definitiva en abril 15 de 2008, a un Acuerdo de Asociación Económica (AAE) entre los países del bloque caribeño y los 25 países que conforman la Unión Europea.

Dicho acuerdo permitirá la liberación comercial de servicios e inversiones entre las partes, al mismo tiempo que el ingreso libre de aranceles u otras barreras comerciales para los productos exportados entre los países partes. En adición a estos acuerdos, la Cancillería y la Oficina de Negociaciones Comerciales están en el proceso de iniciar negociaciones de posibles acuerdos de libre comercio con México, Taiwán, Australia y Colombia.

República Dominicana firmó un tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos de América el 15 de Agosto de 2004, el cual incluye un capítulo dedicado a la agricultura. Al mismo tiempo, el gobierno dominicano atraviesa una crisis fiscal que hará muy difícil que se puedan mantener los apoyos que se otorgan a dicho sector. Dado que el 84% de las exportaciones agropecuarias dominicanas hacia Estados Unidos ya recibe tratamiento arancelario preferencial bajo la ICC (Iniciativa de la Cuenca del Caribe) y un 14% entra en condiciones de libre acceso, en el corto plazo las posibilidades de una expansión de las exportaciones no son significativamente

mayores que en la situación antes de firmar el TLC. El nuevo acuerdo básicamente toma permanentes las preferencias existentes bajo el “Caribbean Basin Agreement” y el “Caribbean Basin Partnership Trade Act”.

En cuanto respecta a las importaciones, el acuerdo prevé que las cuotas de importación para los productos sensibles (arroz, azúcar y habichuelas) comiencen a niveles muy bajos, para luego evolucionar en un largo período de diez a veinte años, al final del cual serán abolidas. Por lo tanto, el impacto inmediato sobre los cultivos de consumo interno será limitado.

En el mediano y largo plazo el TLC podría tener importantes impactos positivos. Los productos de exportación no tradicionales (como tomate, aguacate, mango y banana) muestran sólidas ventajas comparativas. Son productos con alto contenido de trabajo en sus estructuras de costos. Estos cultivos tienen poca vocación para desarrollar economías de escala y son especialmente aptos para estructuras de producción pequeña y mediana escala en RD.

Para la República Dominicana el Acuerdo de Libre Comercio (TLC) con los Estados Unidos de América tiene como objetivos fundamentales: (i) la consolidación de los programas unilaterales de preferencias de los EUA, de los que actualmente se beneficia (ICC, SGG y CBPTA), y (ii) ampliar el acceso al mercado de los EUA, que es atractivo tanto por su cercanía geográfica como por su tamaño. Las negociaciones del TLC se iniciaron tomando como base el Tratado de Libre Comercio con Centroamérica y se discutió en tres rondas de negociación que se realizaron en Santo Domingo, Puerto Rico y Washington durante el primer trimestre del año 2004. Debe ser aprobado por los Congresos de ambos países.

El TLC agrupa los productos en canastas que se definen por la tasa de arancel y el plazo y forma para su desgravación. Unas diez (10) canastas afectan al sector agropecuario. Se establece desde una desgravación total desde el inicio para los insumos, la mayoría de bienes intermedios y productos finales de poca competencia

local, local hasta una desgravación en un máximo de unos 20 años para los bienes más sensibles a la competencia internacional.

1.6. Condiciones de importación

La República Dominicana usa el Sistema Arancelario Armonizado (HTS) para la clasificación de los productos básicos. Impuestos y derechos para los productos importados se calculan sobre el precio valorado (es decir, el precio CIF en dólares de EE.UU., multiplicado por el tipo de cambio unificado). Todos los derechos e impuestos se recaudan en pesos dominicanos. A excepción de los productos sujetos a las excepciones previstas por la ley, hay cinco impuestos a las importaciones:

Tarifas (Arancel): El impuesto de importación de base, que va de 0% a 30%. Las tarifas dominicanas están sujetas a las normas de la OMC para todos los productos, con la excepción de los siguientes ocho productos agrícolas para que los contingentes arancelarios se han establecido: arroz, azúcar, trozos de pollo, cerdo, maíz, cebolla, leche en polvo y ajo.

Cuota de Servicio de Aduanas (Tasa de Servicio Aduanero): Un cargo de 0.4% del valor CIF de las mercancías.

Impuestos de Lujo (Impuesto Selectivo al Consumo): Este es un impuesto al consumo para las importaciones de lujo o “no esenciales”, los bienes que oscila entre 15% y 80%. Este impuesto se calcula sobre el precio CIF. Bienes de lujo que se incluyen, entre otros, los perfumes, whisky, vehículos de motor y el tabaco.

Impuesto sobre Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS): Es un impuesto del 16% en los productos alimenticios procesados y todos los productos no alimenticios y servicios. El ITBIS se calcula sobre el precio CIF más el monto pagado por todos los impuestos y derechos mencionados anteriormente.

Las licencias de importación:

Productos industriales y bienes comerciales

Con la excepción de los productos farmacéuticos (incluidos los cosméticos y productos de cuidado de la piel), la mayoría de los productos no requieren licencias

específicas de importación. El Ministerio de Salud da las licencias de importación para los productos farmacéuticos, que son válidos por un período de cinco años.

Agricultura:

Productos químicos y fertilizantes: Todos los productos químicos importados en la República Dominicana requieren permisos de importación, que se puede obtener del Ministerio de Agricultura.

Productos agrícolas: Actualmente hay ocho artículos que están protegidos de las importaciones bajo la “rectificación técnica” cláusula aprobado por la OMC (arroz, frijoles, ajo, leche en polvo, azúcar, cebolla, maíz y pollo sin procesar). La importación de estos productos está sujeta a contingentes arancelarios, y requieren de permisos previos por parte del Gobierno para entrar al país. “No objeción” y otro tipo de permisos son a menudo necesarios para importar productos agrícolas en la República Dominicana. Además, los certificados fitosanitarios expedidos por autoridades reconocidas en el país de origen deben acompañar a las plantas vivas y material agrícola utilizado en la siembra.

Las importaciones de animales normalmente requieren los certificados de origen y la documentación de otro veterinario para asegurarse que está libre de enfermedades. Las pruebas se realizan en el puerto de entrada para volver a confirmar el estado libre de plagas. Las importaciones de alimentos y productos agrícolas son normalmente facilitadas a través de distribuidores locales.

Ganadería: La importación de animales vivos requiere un certificado de la documentación de origen y que un veterinario confirme que está libre de enfermedades.

Importación de documentos: La documentación completa debe estar en español o acompañados de una traducción al español, y debe incluir lo siguiente: documento de transporte (guía aérea o conocimiento de embarque), factura comercial, lista de empaque y certificado de seguro. Las importaciones en zonas de libre comercio no requieren licencias de importación o los derechos de aduana.

Requisitos de Etiquetado:

Reglamento sobre el marcado y el etiquetado es creado y aplicado por la Dirección General de Normas y Sistemas de Calidad (DIGENOR). En la República Dominicana el etiquetado es un requisito de que todos los alimentos pre-envasados los cuales deberán tener un número de Registro Sanitario y la etiqueta en español incluyendo en él información sobre los ingredientes, fecha de vencimiento, número de registro sanitario e industriales, nombre y dirección del fabricante / distribuidor, entre otros.

Importaciones prohibidas:

Carne de Res / Pollo: En mayo de 2003 las autoridades prohibieron la importación de carne de res canadiense, debido al caso de la enfermedad de este animal llamado “la vaca loca”.

Por otra parte, las importaciones de carne de pollo (procesado o no) también estuvieron prohibidas porque el país en esos momentos estaba produciendo lo suficiente para el consumo nacional y para la importación, los costos de producción eran elevados y no permitían ser competitivos en el exterior.

La valoración en aduana: Correspondientes a la liquidación normal, los importadores deben esperar entre 3-5 días para el despacho aduanero

Hay dos tipos de procedimientos de despacho rápido disponibles para aquellos que requieren un servicio más rápido: *Declaración Anticipada*. Presentación de la documentación aduanera 25 días antes de la llegada del envío y *Despacho Expreso*. Los envíos pueden ser enviados en cuatro horas, bajo este método, en que los bienes se declaran de antemano y el envío es verificado por los funcionarios de aduanas en el depósito del importador.

Procedimientos de importación

Embalaje. Un embalaje ordenado permitirá que los funcionarios de aduanas examinen, pesen, midan y concedan la entrega de la mercancía sin demora. Los importadores pueden acelerar el proceso de inspección estableciendo junto con el

Servicio de Aduanas una serie de normas estándar de embalaje que permitirán un reconocimiento eficaz de la mercancía con un mínimo de retraso, dado y coste.

Inspección. Antes de liberar la mercancía, el Director del Distrito o del puesto desinará las cantidades representativas para la inspección por los funcionarios de la aduana, bajo las condiciones que salvaguarden apropiadamente la mercancía. En los casos que implican envíos pequeños a ciertas clases de mercancías tales como embarques a granel, la inspección se puede hacer en los muelles, en las estaciones de contenedores, terminales de carga, o las dependencias del importador, una vez efectuado este proceso, los bienes se entregan al importador.

Si es necesario, las mercancías serán analizadas en un laboratorio de Aduanas, para determinar la clasificación y la tasación apropiada. Cuando la inspección o avalúo de las mercancías, por parte de la Aduana, revela diferencias de las descripciones estipuladas en términos de características, de cantidad o del valor, o cuando la Aduana estima que se ha debido aplicar otro arancel que el indicado por el importador, se podrá determinar un aumento en la tarifa impositiva.

Liquidación. Una vez que se ha reunido toda la información, incluido el informe de aduana del especialista en importaciones, así como el valor aduanero de los bienes y el informe de laboratorio, si es exigido, se determina finalmente el derecho aduanero. Esta etapa se conoce como liquidación de ingreso. Durante este período, se devuelven los pagos excesivos de aranceles y se facturan los pagos incompletos.

Requerimientos previos. Una persona podrá realizar su propia declaración de aduanas de bienes importados para uso personal o de carácter comercial.

Identificación como importador. El servicio de Aduanas (Aduana) no exige al importador contar con una licencia o permiso. Otros organismos gubernamentales podrán solicitar un permiso, licencia u otro tipo de certificación, según el producto. Para el diligenciamiento de los documentos de entrada de aduana se exige un número de identificación como importador; este número hace referencia al Número

de registro de negocio. Si el negocio no está registrado o si no tiene un negocio este corresponderá al número del seguro social.

Derechos aduaneros. Toda mercancía que ingrese al país deberá ser declarada en la Aduana y estará afectada al pago de un derecho aduanero a menos que la ley estipule lo contrario. La declaración de aduanas consta de una serie de etapas: interacción, inspección, tasación, clasificación y liquidación.

Existen tres tipos de derechos aduaneros (aranceles) a los que están sujetos los bienes. Generalmente, los aranceles aplicados son los derechos que corresponden a un porcentaje del valor de los productos importados (Porcentaje sobre el valor aduanero). No obstante, algunos artículos son gravados con un derecho específico (monto específico a pagar por unidad, peso o por otra cantidad) y otros con un derecho combinado (combinación de los dos anteriores).

Llegada del producto. Cuando un cargamento llega al país, el consignatario debe depositar los documentos de entrada de la mercancía ante el Director del Distrito en el puerto de entrada. Para tal efecto, el importador o el agente deberán presentar los documentos pertinentes. Estos documentos de ingreso se presentan generalmente, antes de la llegada de la mercancía.

El servicio de aduana no es responsable de notificar la llegada del envío de las mercancías. La notificación de llegada de los bienes la realiza la empresa de transporte de los bienes. El empresario debe contactarse con la empresa para que en forma inmediata realice la internación de los bienes. Se cuenta con un plazo de 30 días para reclamar la mercancía, de no hacerlo en este plazo, la aduana la enviará a un depósito aduanero y el importador tendrá que cancelar una suma de dinero por ello.

Nacionalización. Toda mercancía que llegue al puerto por transporte comercial deberá ser ingresada por el dueño, el comprador, o un empleado regular autorizado por cualquiera de los dos. Los empleados y funcionarios no están

autorizados para actuar como agentes importadores o transportadores, aunque pueden proporcionar cualquier orientación y ayuda al importador.

Las únicas personas autorizadas por las leyes para actuar en representación del importador son los agentes de aduanas, quienes son individuos privados o sociedades autorizadas por el Servicio de Aduanas. Los agentes de aduanas prepararán y depositarán los documentos aduanales necesarios y harán los arreglos correspondientes para el pago de los impuestos, tomarán las medidas para la entrega de las mercancías bajo custodia de la aduana y demás trámites.

Protesta. El importador tiene derecho dentro de un plazo de 90 días a partir de la liquidación u otra decisión para solicitar la revisión administrativa. La notificación de la negación de una protesta, en su totalidad o en parte, se enviará por correo al importador o a su agente.

El importador podrá entonces decidir si quiere presentar una demanda. En el caso de que el importador desee que se lleve a cabo una revisión judicial, deberá presentar un requerimiento judicial en la Corte de Comercio Internacional.

1.7. Regulaciones especiales para la importación de algunos productos

A. Requisitos Sanitarios y Fitosanitarios

Las regulaciones y requerimientos especiales para la importación de productos dentro del mercado nativo, son esencialmente aplicados para la protección de la seguridad nacional, la economía del país, la conservación de la vegetación doméstica y la vida animal; así como para salvaguardar la salud de sus consumidores.

Algunas de estas regulaciones, adicionales a las establecidas por las aduanas, consisten por ejemplo en prohibir y/o limitar la entrada de productos, establecer puertos específicos para el ingreso de mercancías y aplicar normas sobre

marcado y etiquetado. Esto aplica a todo tipo de importaciones, incluyendo aquellas hechas por correo.

Las medidas sanitarias y fitosanitarias comprenden todas las reglamentaciones que adopte un estado para proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o para preservar los vegetales dentro de su territorio de los riesgos resultantes de la entrada, radicación, o propagación de plagas, enfermedades y organismos patógenos o portadores de enfermedades, al igual que de la presencia de aditivos, contaminantes, toxinas, u organismos patógenos presentes en los alimentos que puedan resultar perjudiciales para la salud.

Las medidas sanitarias y fitosanitarias pueden adoptar muchas formas. Entre otras, incluyen las siguientes: a) exigir que los animales y sus productos procedan de zonas libres de enfermedad; b) inspeccionar los productos para detectar contaminantes microbiológicos; c) imponer un tratamiento de fumigación específico para los productos; y d) establecer niveles máximos permisibles de residuos de plaguicidas en los alimentos.

A1. Marco Jurídico. Las medidas sanitarias y fitosanitarias se encuentran reguladas y enmarcadas en el Acuerdo Sobre Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias OMC que suscribieron algunas naciones, incluido Estados Unidos durante las rondas de Uruguay. Este acuerdo establece el marco jurídico general, al cual deberán sujetarse los estados al momento de establecer medidas sanitarias o fitosanitarias.

A2. Regulación de las MSF. Las medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) pueden establecerse a nivel nacional o provincial; y están dirigidas principalmente a animales, productos orgánicos, y alimentos en general, pero también pueden referirse a procedimientos, servicios y plantas.

A3. Agencias reguladoras de MSF. El APHIS tiene a su cargo la reglamentación destinada a salvaguardar los recursos animales y vegetales de plagas y enfermedades exóticas. Cuenta con un Sistema de Autorización a las

Importaciones (IAS), el cual permite a los importadores presentar solicitudes para importar frutas y verduras, y productos del reino animal y organismos. El APHIS publica una lista de la situación zoonosaria de países/zonas reconocida por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos con relación a determinado ganado, aves de corral y enfermedades transmitidas por la carne.

1.8. Marketing y promoción

El “marketing” es una orientación Empresarial que reconoce que el éxito de una empresa es sostenible si se organiza para satisfacer las necesidades actuales y futuras de los consumidores o usuarios de forma más eficaz que sus competidores.

Marketing es más que solo vender. Es descubrir las necesidades reales de los clientes y después satisfacer esas necesidades con un beneficio. Es suministrar productos que se hacen casualmente. Por esta razón, el marketing realmente empieza antes de la fabricación del producto.

Como filosofía organizativa, el Marketing es una doctrina amplia de gestión que incluye a los clientes de todas las organizaciones, tanto lucrativas como no lucrativas. Pretende que las empresas se hallen en sintonía permanente con su mercado, ofreciendo productos de interés y cumpliendo, a cambio, con sus objetivos como organización.

Como filosofía de empresa, el marketing incluye numerosas actividades prácticas:

- Investigación
- Catalogación de productos
- Publicidad y Promoción
- Ventas
- Servicios

1.9. Aspectos Fundamentales del Comercio Internacional

“Se puede decir que el comercio internacional no tiene sus inicios en la época contemporánea. Se puede decir incluso antes de Cristo, los comerciantes enviaban a sus representantes, a través del mar Mediterráneo, a tierras lejanas para vender sus productos. En lo que se refiere al primer vestigio de empresa internacional, haciendo énfasis en empresa que aportan capital por accionistas, de la British East Indian Company, fundada en 1600. La cual estableció empresas subsidiarias en el extranjero, tal como lo hicieron gran parte de comerciantes colonos norteamericanos en el siglo XVIII. Próximo a la guerra civil norteamericana fueron realizadas otras inversiones directas en el extranjero, por parte de compañías inglesas en territorio norteamericano como fue el caso de Golt Fire Arms y Ford (Goma vulcanizada), las cuales no tuvieron éxito.

Para puntualizar un éxito en lo que fue el comercio internacional en la historia, la primera actividad que tuvo éxito de producción fue la fábrica Scotch propiedad de Singer Sewing Machine, en 1868. A partir de 1880, Singer se había convertido en una organización mundial con una destacada organización de ventas al exterior y varias plantas productivas en ultramar. Seguidas por otras empresas para el año de 1914 ya existían unas 37 empresas norteamericanas con plantas productivas en ultramar.

Las empresas europeas también desarrollaron sus planes de expansión, a pesar que las norteamericanas fueron y son los mayores inversores en ultramar. Tal es el caso del Alemán Friedrich quien debido a los altos aranceles aplicados se vio en la necesidad de instalar concesionarias en Francia, Bélgica y Rusia, siendo la empresa de mayor éxito Bayer, la cual opera en setenta países con ventas anuales que sobrepasan los 4 billones de dólares.

El comercio mundial ha sido una constante desde la llegada de los europeos al continente americano. El mundo ha sido testigo de crisis económicas, recesiones y a pesar de ello se puede afirmar que en ningún momento se han detenido los intercambios comerciales en el mundo. La crisis económica más reciente fue la del

2009, donde el comercio tuvo una reducción significativa en los volúmenes de intercambio tanto de bienes como de servicios.

1.9.1. Concepto.

El comercio internacional se refiere al intercambio de bienes y servicios entre personas físicas o jurídicas establecidas en países distintos. Se puede decir que es una derivación del comercio interior o doméstico hacia otros mercados, y presenta una sistematización similar, aunque se rige por tramitaciones, documentaciones, legislaciones, monedas y usos particulares.

En lo que respecta a los conceptos de comercio internacional y de comercio exterior, ambos suelen ser utilizados de forma indistinta. Ya que en lo que se refiere al Comercio Exterior, Cristóbal Osorio Arcila en su “Diccionario de Comercio Internacional” (2006), dice que cuando se habla en términos nacionales se trata del “Comercio Exterior”; es decir, se piensa en la situación de un país con relación a los países extranjeros. El comercio exterior es un sector de la actividad económica de un país, que plantea problemas y soluciones específicas para ese país. No es un término que se emplee aisladamente sino que debe ir unido al nombre del país al que se aplica.

Mientras que en lo que se refiere al Comercio Internacional este es más dinámico y práctico que el Comercio Exterior. Osorio suele definirlo “el conjunto de movimientos comerciales y financieros, y en general de todas aquellas operaciones cualquiera que sea su naturaleza, que se realicen entre naciones; es pues un fenómeno universal en el que participan las diversas comunidades humanas. El empleo del término Comercio Internacional amplía el ángulo de visión, de forma tal que ya no representa a un país como el mercado central y el objetivo de los negocios, sino que trata del mundo en su conjunto”.

Este contraste en estas conceptualizaciones permite esclarecer dos términos que se relacionan pero que no son similares. El comercio internacional, gracias al proceso de globalización y del desarrollo tecnológico, se ha simplificado no solo en

las transacciones, sino también en las estadísticas que son utilizadas por los países y las empresas como información para el desarrollo de planes estratégicos de comercialización.

19.2. Importancia.

Constituye un acuerdo integral, que incluye temas clave de la relación económica entre las partes. En el caso del acceso al mercado de bienes, aborda aspectos relacionados con barreras arancelarias y no arancelarias, salvaguardias, normas de origen, obstáculos técnicos, medidas sanitarias y fitosanitarias y mecanismos de defensa comercial.

El Tratado de Libre Comercio incorpora también asuntos relativos al comercio de servicios (telecomunicaciones, financieros, profesionales, construcción, software, entre otros), al comercio electrónico y las compras gubernamentales, la promoción y protección recíproca de inversiones y la protección de los derechos de propiedad intelectual, el cumplimiento de las normas laborales y medioambientales y la aplicación de mecanismos de solución de controversias.

Su importancia radica en que este acuerdo permite: acrecentar las exportaciones, mejorar la competitividad, incrementa la inversión extranjera directa, aumenta la participación de los agentes económicos en el comercio Internacional y permite el aumento de los ingresos tributarios.

1.9.3. Componentes

Luego de la Segunda Guerra Mundial se hizo necesario aplicar una regulación al comercio internacional con la aplicación de normas y concesiones en pos del mismo. En la Conferencia de la Habana de 1947 se establecen los vínculos a través del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT por sus siglas en inglés), fue el preámbulo a lo que es en la actualidad la Organización Mundial del Comercio.

Además de lo anterior surgen otros organismos como lo son el Fondo Monetario Internacional (FMI), el Banco Mundial, la Organización de las Naciones Unidas (ONU), la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) y la Cámara de Comercio Internacional (CCI). La OMC creada en la Ronda Uruguay – en los años 1986-1994 – de la última ronda en el marco GATT. Para la OMC su propósito primordial es contribuir a que las corrientes comerciales circulen con fluidez, libertad, equidad y previsibilidad. Para lograr ese objetivo, la OMC se encarga de:

- Administrar los acuerdos comerciales
- Servir de foro para las negociaciones comerciales
- Resolver las diferencias comerciales
- Examinar las políticas comerciales nacionales
- Ayudar a los países en desarrollo con las cuestiones de política comercial, prestándoles asistencia técnica y organizando programas de formación
- Cooperar con otras organizaciones internacionales.

“El Comercio Internacional está Integrada por 157 países miembros al 24 de agosto de 2012, lo cual representa aproximadamente un 95% del comercio mundial, mientras que otros 30 se encuentran en proceso de adhesión a la organización. Los miembros a través de sus negociaciones a través de los años han permitido el desarrollo de normas y/o acuerdos por los que se rigen.”

1.9.4. Políticas del Comercio Internacional.

En cuanto a la política de comercio internacional ésta puede otorgar incentivos o desincentivos a la producción de un país determinado, a través de su influencia en los precios y las diversas cantidades de los productos de la competencia que son importados en el país y a través de sus efectos sobre los precios internos recibidos por las exportaciones. Se puede decir que las políticas que encarecen los precios de las importaciones en el mercado interno aportan protección económica. Siendo los instrumentos primordiales de la política comercial los aranceles y las cuotas por el

lado de las importaciones, y varios tipos de incentivos cuando se trata de las exportaciones. En algunos casos se usa una combinación de cuotas y aranceles (conocidas como “cuotas arancelarias”), según la cual se aumentan los aranceles cuando las importaciones exceden una cantidad establecida.

“La política comercial ha sido objeto de intensas negociaciones internacionales durante décadas. Desde las desastrosas guerras de aranceles de la década de 1930, el propósito de las negociaciones ha sido el desmantelamiento progresivo de las barreras al comercio internacional. Existe consenso en que los aranceles elevados no sólo estimulan medidas de represalia de parte de los socios comerciales, sino que también conducen a ineficiencias en la estructura productiva del propio país, al quitar la presión para incrementar la productividad y reasignar los recursos productivos a ramas o productos más competitivos.”

Principales Exponentes.

“Las principales teorías en las cuales se apoya esta tesis son las siguientes: David Ricardo (1772 - 1823), quien fue un economista inglés, considerado uno de los pioneros de la macroeconomía moderna, también fue uno de los iniciadores del razonamiento que daría lugar a la Ley de los rendimientos decrecientes y uno de los principales fundadores de la Teoría Cuantitativa del Dinero. Este economista puso de manifiesto con claridad que los problemas de la distribución dependen de la teoría del valor.”

Entre otra de sus aportaciones destaca especialmente la teoría de la ventaja comparativa, que defiende las ventajas del comercio internacional y es una ampliación de la división del trabajo propuesta por Adam Smith y opuesta a las teorías proteccionistas que defendían la producción del propio país y evitaban el comercio con el exterior.

El modelo de Heckscher-Ohlin trata de explicar cómo funcionan los flujos del comercio internacional. Fue formulado por el economista sueco Bertil Ohlin en 1933, modificando un teorema inicial de su maestro Eli Heckscher, formulado en 1919. El

modelo parte de las teorías de David Ricardo de la ventaja comparativa, y afirma que los países se especializan en la exportación de los bienes que requieren grandes cantidades de los factores de producción en los que son comparativamente más abundantes; y que tiende a importar aquellos bienes que utilizan factores de producción en los que son más escasos.

Mientras que en la teoría de la ventaja comparativa la causa del comercio internacional eran las diferencias existentes entre la productividad del trabajo en los distintos países, en el modelo de Heckscher-Ohlin el comercio internacional resulta del hecho de que los distintos países tienen diferentes dotaciones de factores: así existen países con abundancia relativa de capital y otros con abundancia relativa de trabajo. Normalmente los países más ricos en capital exportarán bienes intensivos en capital (se utiliza relativamente más capital que trabajo para producirlos) y los países ricos en trabajo exportarán bienes intensivos en trabajo (se utiliza relativamente más trabajo que capital para producirlos).

Otra de las importantes teorías es la de Paul Anthony Samuelson (1915 - 2009), quien fue un economista estadounidense, y uno de los primeros economistas en generalizar y aplicar métodos matemáticos desarrollados para el estudio de la termodinámica a la economía. Es especialmente conocido por el planteamiento general del método de las estáticas comparativas, lo cual hizo que fuera considerado uno de los fundadores de la economía neoclásica moderna. Más que cualquier otro economista contemporáneo, Samuelson colaboró en aumentar el nivel general analítico y metodológico en la ciencia económica. Reescribió una parte considerable de la teoría económica. Dentro de las contribuciones de Samuelson se encuentran en un gran número de campos diferentes.

Joseph Eugene Stiglitz (1943) es un economista y profesor estadounidense, ganó el Premio Nobel de Economía en el año 2001. Es característicamente conocido por su visión crítica de la globalización. En los últimos estudios de Stiglitz y otros revocan esa presunción: "Es solo bajo circunstancias excepcionales que los mercados son eficientes. El verdadero debate hoy en día gira en torno a encontrar el

balance correcto entre el mercado y el gobierno. Ambos son necesarios. Cada uno puede complementar al otro.”

Las ideas de Stiglitz se basan más en una economía aún más intervencionista que la que Samuelson proponía, pues este trataba los fallos del mercado como una excepción a la regla general de mercados eficientes, pero Greenwald-Stiglitz en su teorema postula que los fallos del mercado son la norma, estableciendo que el gobierno de un país podría potencialmente en su mayoría de veces mejorar el reparto de los recursos del mercado. Por otra parte es nuestra base y fundamento el profesor de Harvard Business School (HBS), Michael Eugene Porter, quien es reconocido globalmente en temas de estrategia de empresa, desarrollo económico de naciones y regiones, así como por su aplicación de la competitividad empresarial a la solución de problemas sociales, de medio ambiente y de salud. En cuanto a temas de competitividad ha realizado innovaciones importantes a la cadena de valor, el modelo de las cinco fuerzas, los clúster, los grupos estratégicos o los conceptos mismos de ventaja competitiva y estrategia.

Para Porter las Ventajas Competitivas en costos es la primera de las tres estrategias alternativas de Porter, se hace necesario que dentro de las empresas existan ciertos controles, que van desde la manera de pensar de los empleados, procesos de producción, patentes, propiedad intelectual hasta I+D, la cual no se convierte por si sola en competitividad, para tener mayor probabilidad de lograrla debe haber una eficaz administración.

La diferenciación es un objetivo que la República Dominicana debe desarrollar a profundidad en cuanto a sus productos y servicios locales con capacidad exportable se refiere. Para lograr que la diferencia sea notablemente percibida por el público objetivo, es necesario un enfoque y especialización en cada una de las áreas y sectores, que coloque nuestros recursos como superior y que el valor diferenciador, permita exigir un mayor costo para obtenerlo. Para que los productos orgánicos, en este caso el banano, ser diferenciados debe incluir servicios adicionales y lograr la

lealtad a la marca, el beneficio percibido es el valor del sacrificio realizado, el costo psicológico, el tiempo y esfuerzo expresado en dinero.

Esta es la tercera estrategia alternativa, la cual indica que las empresas deben especializarse y enfocarse en segmentos de público específico y limitado, permitiendo así ser más eficientes que los competidores que tenían una cobertura más amplia. “Hay que reinvertir en lo que nos hace diferentes”, asegura Michael Porter. La realidad es que las ventajas sólo duran hasta que los competidores las copian o las superan. Luego de esto se convierten en un costo; en una cadena, el copiator o el innovador sólo podrá explotar su ventaja, durante un espacio de tiempo limitado antes que sus competidores reaccionen. Tan pronto esto pase la ventaja original empieza a debilitarse y se necesita una nueva iniciativa.

Por otro lado, Paul Robin Krugman (1953), es un economista, divulgador y periodista estadounidense, quien ha sabido entender lo mucho que la economía tiene de política, también sobre los intereses que se manejan en el fondo de esta disciplina. Krugman se ha preocupado por replantear modelos matemáticos para resolver el problema de dónde ocurre la actividad económica y por qué. Para Krugman las crisis recientes entran en mecanismos complejos que propagan sus efectos hacia diferentes regiones del mundo y causan reacciones en cadena que provocan cambios inesperados en diversos lugares, de manera que lo que beneficia a un país puede perjudicar o fortalecer a otro. Krugman explicó que la demanda agregada era otra vez incapaz de aprovechar la capacidad productiva instalada, mientras los economistas neoliberales insistían en la capacidad del mercado para corregir los desequilibrios mediante la flexibilización de los salarios y los precios.

1.10. Importaciones.

Se puede decir que la importación es el transporte legítimo de bienes y servicios nacionales exportados por un país a su territorio, pretendidos para el uso o consumo interno de otro país. Las importaciones pueden ser cualquier producto o servicio recibido dentro de la frontera de un Estado con propósitos comerciales. Las importaciones son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas.

1.10.1. Concepto.

En el Glosario de Términos Económicos del BCRP figura la siguiente definición de importación: es la “Transferencia de la propiedad de los bienes o prestación de los servicios producidos en el exterior a residentes de una economía. Compra de productos (bienes y servicios) a un mercado extranjero.”.

1.10.2. Clasificación.

Dentro de los tipos de importación se encuentran las importaciones para el consumo, Temporal, importador directa, indirecta, finales e importaciones en tránsito. La importación para el consumo son aquellas que las mercancías importadas pueden entrar en libre circulación en el territorio, efectuando el pago de los derechos e impuestos correspondientes exigibles y las formalidades necesarias.

En cuanto a la importación temporal, estas permiten recibir en un territorio, bajo unos mecanismos suspensivos de derechos de aduana, impuestos y otros cargos de importación, aquellas mercancías destinadas a ser enviadas al exterior luego de haber sido sometidas a un proceso de ensamblaje.

En lo que se refiere al caso de la importación directa, se encuentran representada por cualquier empresa dedicada a la labor de importación de diversos tipos de productos, para su distribución en el mercado local. La importación indirecta, este caso se da cuando una empresa hace uso de los serios de otra persona para llevar a cabo la importación de productos. En lo relacionado a la importación final, son las que los productos se nacionalizarán en un país determinado mediante la liquidación de la póliza de importación y el pago de los impuestos correspondientes para ser consumidos en el mercado local.

Mientras que las importaciones en tránsito, son aquellas importaciones que su destino final no es un país determinado, sino que están en tránsito pero su destino final podrá ser cualquier otro país.

1.10.4. Estadísticas Mundiales.

“Los Estados Unidos siguen siendo el principal importador y exportador de mercancías del mundo: el total de sus importaciones y exportaciones ascendió a 3,881 billones de dólares EE.UU. en 2012. El déficit comercial de los Estados Unidos es de 790.000 millones de dólares EE.UU., cifra que representa el 4,9% de su PIB.

China no va muy a la zaga de los Estados Unidos: en 2012 su comercio de mercancías ascendió en total a 3,867 billones de dólares EE.UU. El superávit comercial de China fue de 230.000 millones de dólares EE.UU. (el 2,8% de su PIB). Alemania ocupó el tercer lugar en 2012, con un superávit comercial de 240.000 millones de dólares EE.UU., cifra que representa el 7,0% de su PIB.

1.10.5. El Comercio Exterior de la Republica Dominicana.

El comercio exterior, la economía mostró un crecimiento moderado y bajas presiones de índole inflacionaria para el año 2012. De tal situación, Estados Unidos registró un crecimiento del PIB real de 2.2%, a la vez que la Zona del Euro experimentó una contracción de 0.5%. El Estado de incertidumbre de dicha zona contribuyó a una caída significativa de la demanda externa, lo cual presionó a la baja de los precios de los diversos commodities, tales como petróleo, cobre, níquel, azúcar y café entre otros.

“Durante el período, la economía dominicana, medida a través del Producto Interno Bruto en términos reales, experimentó un crecimiento de 3.9%, impulsado por el desempeño positivo mostrado por la mayoría de las actividades económicas que lo conforman, a excepción de la refinación de petróleo, la elaboración de productos de molinería y la manufactura de zonas francas, dentro de las actividades que aumentaron su valor agregado, se destacan: Elaboración de Bebidas y Productos de Tabaco (9.3%), Energía y Agua (7.3%), Intermediación Financiera, Seguros y Actividades Conexas (7.3%), Elaboración de Azúcar (5.1%), Agropecuario (4.1%) y Comercio (4.0%), entre otras.

En el sector externo, el comportamiento de la Balanza de Pagos estuvo influenciado en gran medida por la agudización de la crisis internacional, como consecuencia, principalmente, del deterioro de la economía europea. A pesar de este escenario adverso, se registró un aumento en las exportaciones totales, impulsadas principalmente por las exportaciones nacionales, las cuales crecieron 9.8%. Dentro de las exportaciones totales, es importante resaltar que las empresas de zonas francas durante el año 2012, continuaron exhibiendo un comportamiento favorable, reflejo en los reportes de las exportaciones que ascendieron a un monto de US\$4,987.7 millones, superior en US\$103.3 millones respecto al registrado en el año 2011.

“En cuanto a las importaciones de bienes totales, éstas crecieron un 1.8% durante el 2012, cifra muy superior al 12.6% alcanzado en el año precedente. Del total de importaciones nacionales. Alrededor de un 32% correspondió a la factura petrolera, que ascendió a USS4,807.2 millones o sea US\$131.9 millones por encima del nivel de 2011, lo cual sigue significando una fuerte carga para la economía dominicana. Dentro de la balanza de servicios, cuyo saldo superavitario se incrementó en US\$172.5 millones (5.6%), se destaca el desempeño de los ingresos por turismo, los cuales ascendieron a unos US\$4,549.1 millones al cierre del año 2012 para un incremento de 4.5% respecto al 2011.”

Este buen comportamiento del turismo compensa la caída en la balanza de transferencias corrientes netas, la cual concluyó el periodo analizado con una disminución de US\$46.4 millones (1.4%), a causa de la reducción en el flujo de remesas de 1.3%. el desempeño de los ingresos por turismo, los cuales ascendieron a unos US\$4,549.1 millones al cierre del 2012. Esto último se debió a la situación de desempleo atravesada durante el 2012 por los países europeos como España.

1.10.3. Principales Socios.

Los principales socios comerciales en términos de exportación para República Dominicana son Estados Unidos, Haití, Puerto Rico, Holanda, Bélgica, España, entre otros. En términos de importación sus principales socios son Estados Unidos, Venezuela, Taiwán, México, Colombia, España, entre otros.

1.10.4. Principales Productos de Exportaciones.

Al referirnos a las exportaciones, decimos que es cuando un bien o servicio es enviado hacia otros países con fines comerciales. Con este propósito, la República Dominicana exporta una gran variedad de productos terminados y semi-terminados. Cabe destacar, que las empresas más exportadoras de nuestro país son las zonas francas. A continuación, mostramos las exportaciones más relevantes en estos últimos años:

- Caña de Azúcar
- Café
- Tabaco
- Cacao Crudo
- Azúcar Crudo y Refino
- Melaza
- Sirop
- Ferroníquel
- Cobre en bruto sin refinar
- Piedra caliza
- Bauxita
- Yeso en bruto
- Aleación de oro y plata
- Confecciones y Textiles
- Equipos e Instrumentos Médicos y Productos Farmacéuticos
- Productos Eléctricos y Electrónicos

Es preciso decir, que uno de los beneficios otorgados por el DR-CAFTA al sector exportador, es la apertura y desarrollo del intercambio comercial entre los países que conforman este acuerdo.

Según, el análisis de las estadísticas que maneja el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), revela que el déficit de la balanza

comercial del país con Centroamérica se incrementó un 16.89% desde 2007-2009, al pasar de un saldo negativo de US\$266.7 millones en el 2007 a US\$269.9 millones en el año 2009. Además, los datos obtenidos precisan que en 2009 el país exportó US\$75.05 millones hacia esos cinco países, lo cual tuvo un descenso con relación a años anteriores, producto de la crisis financiera global que paralizó los mercados internacionales.

“Según los datos porcentuales, se puede observar que para el periodo 2009-2010 Honduras ocupaba el primer lugar con un 40% y 35% de las exportaciones, respectivamente; Cabe destacar, que para el 2009 el segundo país más exportado fue Nicaragua con un 28%, el cual sufre un descenso para el año 2010 quedando sustituido por Guatemala con un 28% de las exportaciones realizadas por República Dominicana.”

1.11. Principales Productos de Importaciones.

La economía de la República Dominicana ha sido desde hace décadas, una economía netamente importadora debido al alto nivel de consumo que caracteriza a su sociedad, convirtiéndose en uno de los países más consumidores de Centroamérica y el Caribe. En parte, se explica ya que esta cuenta con un sector exportador que ha sido relativamente débil por muchos años, dominando el sector importador. A continuación, se muestran las importaciones más relevantes en estos últimos años:

- Productos blancos derivados de petróleo (combustibles)
- Otros bienes de consumo
- Bienes de consumo duradero
- Productos alimenticios elaborados o semi-elaborados
- Productos medicinales y farmacéuticos
- Repuestos para vehículos
- Partes o piezas de bienes de consumo
- Estufa de gas y eléctricas

- Herramientas
- Arroz para consumo y Leche
- Materiales plásticos artificiales
- Productos para la industria textil.

“Cabe señalar, que las ventajas otorgadas por el DR-CAFTA brindando una integración comercial como modelo de preferencias arancelarias, ha impactado el sector importador de manera paulatina.” “Según, el análisis de las estadísticas que maneja el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), El intercambio comercial pasó de US\$412.3 millones en el año 2007 a US\$420 millones en todo el año 2009. No obstante, para el año 2009 se importó US\$344.9 millones hacia Centroamérica y para el 2010 se compró US\$200 millones.”

Según, los datos porcentuales expresados en las gráficas, revelan que Costa Rica vende al país casi el 90% de lo que exporta República Dominicana correspondiente al 59% de las importaciones del año 2009. Paralelamente, se puede apreciar el descenso en las importaciones del año 2010 con relación al año anterior, reflejando como la crisis financiera mundial afecta a las importaciones aun con las oportunidades que brinda el DR-CAFTA.

1.12. Balanza Comercial de la República Dominicana.

“En cuanto a los componentes de la balanza comercial, las exportaciones totales registraron un aumento de US\$139.8 millones con relación a igual periodo de 2011, Adicionalmente, se resaltan los resultados positivos de las empresas de zonas francas para el período analizado, al continuar exhibiendo una favorable recuperación, reportando exportaciones por un monto de US\$3,791.0 millones, superior en US\$156.0 millones respecto al registrado en igual período del 2011, En cuanto a las importaciones totales, éstas crecieron 1.9% durante enero-septiembre de 2012, cifra inferior al 13.4% alcanzado en igual período de 2011. Dentro de la balanza servicios, cuyo saldo superavitario se incrementó en US\$202.3 millones (8.4%), se destacan los ingresos por turismo, con un flujo de US\$3,521.3 millones, lo que representa un incremento de 5.6% respecto a igual período del año 2011.”

**CAPÍTULO II:
CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL AMBAR PARA SU
EXPORTACIÓN**

2.1. Generalidades de Ámbar

La resina que ha escurrido a través del tronco del árbol y que a través del tiempo ha sufrido un endurecimiento ahora es llamada ámbar, esta que ha sido petrificada a lo largo de los millones de años.

El ámbar es una piedra preciosa que pertenece al grupo de las gemas orgánicas. Desde tiempos antiguos esta piedra se le ha considerado como algo mágico, como una piedra que posee poderes o aspectos curativos.

La piedra preciosa más antigua de ámbar tiene probablemente unos 320 millones de años. El ámbar parece haberse formado de la resina producida por las plantas similares a las que había en abundancia durante el período jurásico, lo que fue hace unos 180 millones de años. Durante el período cretáceo temprano, 150 millones de años atrás, la producción de ámbar aumentó, y las muestras que contenían insectos empezaron a formarse. Las piezas más antiguas de ámbar que contenían insectos tienen unos 133 millones de años, y fueron descubiertas en Jordania y en el Líbano en el medio oriente.

El ámbar, a diferencia de otros materiales que se utilizan para realizar piedras preciosas, es de origen vegetal, no mineral. Sin embargo, debido a su proceso de endurecimiento o polimerización, puede mantenerse en la misma calidad durante muchísimo tiempo, casi tan imperturbable como los minerales. Lo interesante del ámbar es que al ser transparente, en su veta pueden observarse muy diferentes intensidades y texturas, así como también diferentes elementos que hayan quedado atrapados en su interior (por ejemplo insectos que desde ese momento se mantienen intactos en el tiempo aunque ya sin vida, no entran en estado de descomposición) mientras la sustancia rodó por la superficie del árbol o planta en cuestión.

El ámbar dominicano posee una gran variedad de presentaciones en cuanto a colores, tamaños y formas. La hermosura del ámbar dominicano realmente encanta la vista, se encuentra en una amplia gama de colores entre los que se

destaca el amarillento y el marrón que son los más comunes. Otras hermosas presentaciones de dicho ámbar son en color verde y color azul.

En la Ciudad de Santo Domingo se encuentra el un interesante y completo museo del ámbar, se trata de un museo privado, el museo "Mundo de Ámbar" el cual contiene una amplia presentación de esta piedra y sus variedades, su historia, guías capacitados y hasta un pozo con la demostración de cómo se extrae esta hermosa piedra.

El museo Mundo de Ámbar también ofrece la alternativa de comprar preciosas joyas con el ámbar como protagonista. Este museo se encuentra ubicado en la calle Arzobispo Meriño, #452, esq. Restauración, Santo Domingo, Zona Colonial.

La República Dominicana es uno de los pocos países en el mundo que cuenta con la existencia de ámbar, siendo la ciudad de Puerto Plata la mayor productora de esta exótica piedra que forma parte de esta isla. Esta ciudad es denominada "La Costa del Ámbar" por ser uno de los lugares de la República Dominicana donde este se produce. (Pérez, F. 2015)

El ámbar dominicano posee una gran variedad de presentaciones en cuanto a colores, tamaños y formas. La hermosura del ámbar dominicano realmente encanta a la vista; se encuentra en una amplia gama de colores, entre los que se destaca el amarillento y el marrón que son los más comunes. Otras hermosas presentaciones de dicho ámbar son en color verde y azul.

El ámbar de la República Dominicana es renombrado por la diversidad de las inclusiones que contiene. Amantes ambarinos, científicos y coleccionistas valoran por igual el ámbar dominicano por los tres "tesoros" raros, que son los escorpiones, los lagartos y las ranas. Probablemente sólo existan de 30 a 40 escorpiones, de 10 a 20 lagartos y de 8 a 9 ranas, a nivel mundial. Una pieza de ámbar dominicano que se descubrió en 1997 fue valorada en más de 50 000 US\$. Contenía una rana pequeña, preservada de manera magnífica. La frecuencia de aparición de insectos en ámbar dominicano es 10 veces más alta que en el ámbar báltico. El ámbar

dominicano es también un 90 por ciento más transparente. Otro hecho importante sobre el ámbar dominicano, que lo hace destacar respecto al ámbar encontrado en otras regiones, es la variedad de colores que posee, desde un amarillo claro a un rojo profundo, e incluso algún azul, una variedad muy extraña, y un verde humeante extremadamente raro. (Pérez, F. 2015)

Cristóbal Colón se llevó una sorpresa cuando llegó en 1492 a la isla que los españoles llamaban "La Hispaniola" (hoy República Dominicana y Haití), y recibió de un joven príncipe taíno un par de zapatos decorados con ámbar del Caribe, a cambio de un collar de ámbar báltico que él le había ofrecido. En homenaje a esta exótica piedra, la República Dominicana celebra cada año el certamen de Belleza Internacional Miss Ámbar, siendo este el único concurso que tiene sede año tras año en la República Dominicana.

La ciudad de Puerto Plata alberga el museo más completo del ámbar, hecho que ha dado lugar a varias investigaciones científicas. Puerto Plata fue tomada como uno de los puntos de partida en la primera edición de la exitosa película Jurassic Park. (Pérez, F. 2015)

En la ciudad de Santo Domingo se encuentra un interesante y completo museo del ámbar. Se trata de un museo privado, llamado "Mundo de Ámbar", que contiene una amplia presentación de esta piedra y sus variedades, su historia, guías capacitados y hasta un pozo con la demostración de cómo se extrae esta hermosa piedra. (Pérez, F. 2015)

Aun cuando algo de ámbar es extraído en la parte suroriental, en concreto alrededor de Bayaguana, la mayor parte del ámbar dominicano se encuentra en la parte de la Cordillera Septentrional entre Santiago y Puerto Plata, pudiéndose distinguir dos distritos:

Distrito Norte. Localizado en las secciones Juan de Nina y Rancho Abrosio. Cuando se compara con el ámbar del distrito Sur, el ámbar de este distrito tiende a ser más

frágil y a romperse con el calor. Existen tres variedades de ámbar que se encuentran de este distrito:

1. Un ámbar amarillo pálido y claro; extremadamente frágil, suave, sin materia vegetal o insectos. (Pérez, F. 2015)
2. Un ámbar amarillo menos frágil, un poco más duro, con fracturas internas y materia vegetal.
3. Un ámbar azul bastante duro, con inclusiones de impurezas (todo el ámbar azul contiene algunas impurezas).
4. El ámbar azul es más raro que las dos variedades amarillas, y las tres variedades de ámbar pueden distinguirse unas de otras por el olor (el ámbar puede quemarse como el incienso).

2.1.1. Minado del Ámbar

El ámbar podía algunas veces observarse en los cortes de carretera frescos o en los lechos de los arroyos de la secuencia flysch del Eoceno en la Cordillera Septentrional, pero desde hace algunas décadas, el intemperismo y la erosión han destruido los afloramientos. Los campesinos recogen pequeñas cantidades extrayéndolo de los afloramientos con los machetes, algunas veces cavando una cueva, pero sólo en muy pocas localidades existen verdaderas minas. (Castillo, A. 2012)

El minado del ámbar es muy intenso en La Toca, que está localizada en la cuesta norte de una cresta de arenisca masiva, cubierta por una limolita que contiene el ámbar, y que puede continuarse en su trazo por decenas de kilómetros a lo largo de la Cordillera Septentrional. Los túneles de mina se encuentran casi a unos 50 metros abajo de la cresta de loma, y se desarrollan a partir de un talud de casi 60° de inclinación.

En las minas dominicanas de Llanigua, Municipio de Sabana de la Mar, el 26 de mayo de 1979 Juan De la Rosa encontró la piedra de ámbar más grande del mundo, quien la vendió a un corredor haitiano. Siendo adquirida por una joyería, donde se encuentra hasta la fecha. Pesó 8 kg superando la que se conocía como la más grande en el Museo Imperial de Berlín con un peso de 6,36 kg. (Castillo, A. 2012)

2.2. Exportaciones de artesanales del ambar

Para Calderon, A. (2015), las exportaciones de artesanías se incrementaron en el año 2010 a un valor de US\$1.55 millones, un 32.35 por ciento respecto al año anterior. De acuerdo a los datos de exportación de este Centro, los principales productos artesanales en cuanto a valor exportado durante el 2010, fueron los elaborados con Piel y/o Cuero (17.53 por ciento), seguidos por las artesanías de Barro (12.43 por ciento), Porcelana (10.34 por ciento), Cerámicas (9.75 por ciento) y Madera (9.61 por ciento).

Aquellos con un componente de Larimar sumaron un 3.91 por ciento del valor total exportado en el 2016.

De acuerdo con los datos que registra El Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) , los principales productos artesanales de exportación durante el periodo 2006-2010 fueron los elaborados con barro, cerámica y madera. (Barkhas, J. 2007).

Según Bateman, T. (2005), dentro del periodo objeto de análisis, el año que refleja mayores montos exportados es el 2006 con US\$1.79 millones. Cabe señalar que a partir de ese año las exportaciones de artesanías comenzaron a descender gradualmente. En el 2007 se exportaron US\$1.70 millones para una reducción con relación al año anterior de (-5.03 por ciento). En el 2008 el monto exportado fue de US\$1.59 millones y en le 2009 el valor total de las artesanías exportadas fue de

US\$1.18 millones, es decir, una reducción porcentual con relación al 2008 de (-25.79 por ciento).

2.3. Importaciones

Para Castro, O. (2008), el cual afirma que: en lo referente a las importaciones en el sector de artesanías, las materias primas tales como plata y oro utilizadas en el montaje de las piezas son mayormente importadas desde Estados Unidos, Centroamérica y México. Porque, no obstante a que la República Dominicana tiene minas de ambos metales, los productores nacionales no tienen acceso, destinándose casi toda su producción al mercado internacional a través de la única compañía que detenta autorización para la explotación de la mina de estos bienes.

Por otro lado, se realizan importaciones de artesanías de Centroamérica, las cuales en algunos casos se comercializa como elaboradas en territorio dominicano.

2.4. Acceso a Mercados

En la elaboración de la artesanía de ámbar y Larimar se incorpora un componente de oro y plata que actualmente son importados, los cuales bajo el amparo de esta Ley de Reactivación y Fomento de las Exportaciones podrían ser introducidos en el país con la suspensión de los derechos de importación, bajo el Régimen de Admisión Temporal, si estos minerales vienen en bruto; si por el contrario, se importa la prenda elaborada, tales como cadenas, anillos, etc., para completarlas en el territorio nacional con piedras de ámbar, Larimar u otras, entonces se beneficia del Sistema de Reintegro de Gravámenes de esta misma Ley. (Castro, O. 2008)

Para acceder a los beneficios de la Ley 84-99, el interesado debe solicitar al CEI-RD su clasificación, procedimiento que tiene un costo de RD\$5,000; y depositar una CartaGarantía, de la cual puede obtener una preforma sin ningún costo en el Dpto. de Admisión Temporal de la Dirección General de Aduanas.

Además de esta Ley existen otros programas a favor del incremento de las exportaciones. Al igual que otros productos, la artesanía dominicana se beneficia de acuerdos comerciales suscritos por República Dominicana y programas de preferencias arancelaria que otorgados por países desarrollados a economías en vías de desarrollo. Estos esquemas preferenciales son el Sistema Generaliza de Preferencias (SGP), Este programa otorga un tratamiento arancelario preferencial a más de 5,000 productos importados provenientes de casi 150 naciones en desarrollo, que entran exentos de impuestos y derechos aduaneros.

El Sistema Generalizado de Preferencias (SGP) es un sistema que otorga a los países en desarrollo, reducción y concesiones en aranceles de importación, en forma temporal, no recíproca y no discriminatoria. Este sistema nace en 1968, en la Segunda Conferencia de las Naciones unidas sobre Comercio y Desarrollo y se amplió en 1976. (Castro, O. 2008)

Estados Unidos se unió a otros 19 países industrializados para conceder preferencias arancelarias con el fin de promover, mediante la expansión del comercio, el crecimiento económico de los países en vías de desarrollo. La Ley Comercial de 2002, renovó la autorización del programa del SGP estadounidense, prorrogó el programa hasta el año calendario 2016.

Los países otorgantes son Alemania ,Australia, Austria, Canadá, Dinamarca, Eslovaquia, España, Estados Unidos, Federación Rusa, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda, Irlanda, Italia, Japón, Luxemburgo, Noruega, Nueva Zelanda, Portugal, Reino Unido, Bulgaria, Republica de Belarus, Hungría, Polonia, República Checa, Suecia y Suiza. (Delgado, B. 2015)

Para que un productor nacional obtenga los beneficios derivados de los TLCs y los acuerdos preferenciales, debe cumplir con las reglas de origen establecidas por los países de referencia. Una regla de origen sirve para determinar desde qué país proviene un producto a fin de fijar las tasas de tarifas. Las reglas de origen son distintas según los países. (Delgado, B. 2015)

Para los fines del SGP de Estados Unidos, la Regla de Origen establece que la suma del costo o valor de los materiales fabricados en el país beneficiario más el costo directo de procesamiento, deberá ser igual, por lo menos, al 35 por ciento del valor estimado del artículo en el momento de entrar a los Estados Unidos. La Aduana de los Estados Unidos generalmente evalúa el producto al valor de compra, es decir, el precio que se pagó por el artículo para ser exportada a los Estados Unidos. (Delgado, B. 2015)

El Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) evalúa, previa solicitud, si una empresa cumple con las exigencias establecidas por los países para considerar si un producto es “originario” de la República Dominicana. Esta evaluación se realiza sin costos para los interesados. Si mediante la evaluación se concluye el producto en cuestión cumple las normas de origen, el exportador debe acompañar cada exportación de un formulario expedido por El Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD) que certifique el origen de la mercancía.

Beneficios similares otorga la Ley para la Recuperación Económica de la Cuenca del Caribe, más conocida como Iniciativa para la Cuenca del Caribe o ICC, mediante la cual se otorgó un acceso preferencial al mercado de Estados Unidos para la gran mayoría de los productos provenientes de los países centroamericanos y del Caribe, la cual entró en vigor el 1 de enero de 1984.

**CAPÍTULO III:
ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE
AMBAR HACIA LA UNIÓN EUROPEA**

3.1. Factibilidad

3.1.1. Concepto de Factibilidad

Factibilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas señalados. Generalmente la factibilidad se determina sobre un proyecto. El estudio de factibilidad, es una de las primeras etapas del desarrollo de un plan o sistema.

Según Valera (2007), “se entiende por Factibilidad las posibilidades que tiene de lograrse un determinado proyecto”. El estudio de factibilidad es el análisis que realiza una empresa para determinar si el negocio que se propone será bueno o malo, y cuáles serán las estrategias que se deben desarrollar para que sea exitoso.

La factibilidad, indica la posibilidad de desarrollar un proyecto, tomando en consideración la necesidad detectada, beneficios, recursos humanos, técnicos, financieros, estudio de mercado, y beneficiarios. (Gómez, 2010)

De lo antes planteado, para llevar a cabo un proyecto factible, lo primero que debe realizarse es un diagnóstico de la situación planteada; en segundo lugar, es plantear y fundamentar con basamentos teóricos la propuesta a elaborar y establecer, tanto los procedimientos metodológicos así como las actividades y los recursos necesarios, para llevar a delante la ejecución. Aunado a esto, se realizará el estudio de factibilidad del proyecto y, por último, la ejecución de la propuesta con su respectiva evaluación. (Melian, 2009)

3.1.2. Estudio de factibilidad

Según Baca (2011), un estudio de factibilidad es la posibilidad que tiene un proyecto para ser ejecutado y operado de tal manera que cumpla con su objetivo.

Mientras que para la Universidad Pedagógica Libertador (2013) un estudio de factibilidad consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de un modelo operativo viable para solucionar problemas, requerimientos necesidades de

organizaciones o grupos sociales que pueden referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos, o procesos. El proyecto debe tener el apoyo de una investigación de tipo documental, y de campo, o un diseño que incluya ambas modalidades.

El estudio de factibilidad es importante para determinar qué tan ventajoso es un negocio o proyecto antes de la puesta en marcha del mismo para así disminuir en cierto grado los riesgos de incursión y lanzamiento.

Cabe destacar que este estudio está relacionado con principios de calidad, eficiencia y pertinencia de un proyecto en términos de los elementos conceptuales que lo componen, la información utilizada, la coherencia de los planteamientos y el mayor acercamiento a la realidad a la que se refiere el proyecto.

Para Coss (2006), un estudio de factibilidad tiene una estructura definida y el orden de los contenidos está orientado a:

1. Presentar un resumen del proyecto.
2. Elaborar cada parte por separado.
3. Fundamentar cada parte.
4. Elaborar conclusiones y recomendaciones
5. Es importante que sea coherente entre sus partes.

Mientras que para Ramírez (2009) la estructura de un estudio de factibilidad responde a una combinación de elementos técnicos y económicos, donde aparecen como aspectos fundamentales la creación de un grupo de expertos para la realización de la tarea y la posibilidad de analizar la inversión, desde el punto de vista de criterios cualitativos y cuantitativos, entre otros elementos. El modelo que aparece a continuación recoge los siguientes elementos de análisis:

1. Información General del Proceso Inversionista.
2. Identificación del Mercado Potencial y los Segmentos que se trabajarían.
3. Análisis de las Demandas y Ofertas que se Originan por la Inversión.
4. Valoración de la Competencia Existente.

5. Especificaciones del Proyecto de inversión.
6. Elaboración del Cronograma de Ejecución de la Inversión.
7. Evaluación Económica Financiera.
8. Criterios Cuantitativos.
9. Criterio Cualitativo.
10. Conclusiones de Factibilidad Económica.
11. Análisis de Riesgo o de Incertidumbre en la evaluación de Proyectos.

3.1.4. Estudio de Mercado

Para Kotler (2014), el estudio de mercado "consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización"

Según Malhotra (2007), los estudios de mercado "describen el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor".

En este punto, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, planteo la siguiente definición de estudio de mercado: Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica.

Los estudios de mercado pueden ser cualitativos o cuantitativos (Geoffrey, 2013):

Estudios cualitativos: Se suelen usar al principio del proyecto, cuando se sabe muy poco sobre el tema. Se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con grupos pequeños para analizar los puntos de vista y la actitud de la gente de forma un tanto desestructurada, permitiendo que los encuestados hablen por sí mismos con sus propias palabras. Los datos resultantes de los métodos cualitativos

pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para iniciar nuevas investigaciones. Son de naturaleza exploratoria y no se puede proyectar a una población más amplia (los grupos objetivos).

Estudios cuantitativos: Intentan medir, numerar. Gran parte de los estudios son de este tipo: cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etcétera. Incluso los estudios sobre la actitud y la motivación alcanzan una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud. Se basan generalmente en una muestra al azar y se puede proyectar a una población más amplia (las encuestas).

Haciendo referencia a las exportaciones realizadas por un país, las exportaciones de un país se realizan atendiendo a las ventajas comparativas que posean los mismos, partiendo de estos según John Stuart Mill (2007) el comercio internacional basado en estas ventajas comparativas para que dé como resultado un empleo más eficiente de los recursos a nivel mundial, que para ser el principal beneficio del comercio internacional.

Es posible mencionar otros beneficios que se obtienen del intercambio comercial a nivel internacional:

La ampliación de mercados, que da lugar a innovaciones en los procesos productivos.

Se incrementa las tasas de ahorro e inversión de la economía, ya que se da que una mayor acumulación de capital.

Se crean nuevas necesidades al tenerse acceso a nuevos bienes y poder vender los productos naciones a otros mercados.

Permite una mayor transferencia tecnológica y mejoras en los procesos productivos.

Según Kotler (2014), un proyecto eficaz de estudio de mercado tiene cuatro etapas básicas:

Establecimiento de los objetivos del estudio y definición del problema que se intenta abordar: El primer paso en el estudio es establecer sus objetivos y definir el problema que se intenta abordar.

Realización de investigación exploratoria: Antes de llevar a cabo un estudio formal, los investigadores a menudo analizan los datos secundarios, observan las conductas y entrevistan informalmente a los grupos para comprender mejor la situación actual.

Búsqueda de información primaria: Se suele realizar de las siguientes maneras:

1. Investigación basada en la observación
2. Entrevistas cualitativas
3. Entrevista grupal
4. Investigación basada en encuestas

Investigación experimental

Análisis de los datos y presentación del informe: La etapa final en el proceso de estudio de mercado es desarrollar una información y conclusión significativas para presentar al responsable de las decisiones que solicitó el estudio

3.2. Estudio técnico

En el estudio técnico se analizan elementos que tienen que ver con la ingeniería básica del producto y/o proceso que se desea implementar, para ello se tiene que hacer la descripción detallada del mismo con la finalidad de mostrar todos los requerimientos para hacerlo funcionar.

El estudio técnico de la ingeniería de proyectos cobra relevancia dentro de la evaluación de un proyecto ya que en él se determinan los costos en los que se incurrirán al implementarlo, por lo que dicho estudio es la base para el cálculo financiero y la evaluación económica del mismo. (López, 2006)

Un proyecto de inversión debe mostrar, en su estudio técnico, las diferentes alternativas para la elaboración o producción del bien o servicio, de tal manera que se identifiquen los procesos y métodos necesarios para su realización, de ahí se desprende la necesidad de maquinaria y equipo propio para la producción, así como mano de obra calificada para lograr los objetivos de operación del producto, la organización de los espacios para su implementación, la identificación de los proveedores y acreedores que proporcionen los materiales y herramientas necesarias para desarrollar el producto de manera óptima, así como establecer un análisis de la estrategia a seguir para administrar la capacidad del proceso para satisfacer la demanda durante el horizonte de planeación. Con ello se tiene una base para determinar costos de producción, los costos de maquinaria y con los de mano de obra.

“En resumen, se pretende resolver las preguntas referente a dónde, cuándo, cuanto, cómo y con qué producir lo que se desea, por lo que el aspecto técnico operativo de un proyecto comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto” (Baca, 2011)

3.3. Estudio Administrativo

La factibilidad organizacional o administrativa se refiere a la presencia de las condiciones organizativas necesarias para llevar a cabo los objetivos o metas señalados en un sistema que puede ser un proyecto o un estudio. (Nava, 2009)

Para el estudio administrativo trata de establecer la estructura organizativa que dirigirá el proyecto, diseñando aquella que más se adapte a los requerimientos de la posterior operación.

Según Botello & Nahún (2011) el contenido para un estudio organizacional es el siguiente:

1. Bases para definir la estructura organizacional.
2. Estructura organizacional-Organigrama funcional de la empresa.
3. Definición de puestos de trabajo

4. Tabla No. de sueldos y salarios
5. Costo de la organización
6. Manual de políticas de la empresa
7. Reglamento interno

3.4. Estudio Financiero

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.

Según Miranda (2009) El estudio económico-financiero es valorar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos, empleando las pautas más representativas usadas para tomar decisiones de inversión. La evaluación económica financiera constituye el punto culminante del estudio de factibilidad, pues mide en qué magnitud los beneficios que se obtienen con la ejecución del proyecto superan los costos y los gastos para su materialización.

El objetivo fundamental de un estudio financiero es evaluar la inversión a partir de criterios cuantitativos y cualitativos de evaluación de proyectos. En el primer

criterio mencionado encontraremos los más representativos y usados para tomar decisiones de inversión, es decir nos referimos al Valor Actual Neto (VAN), Tasa Interna de Retorno (TIR), Período de Recuperación, teniendo en cuenta en este criterio el valor del dinero en el tiempo, por lo que se transforma en el Período de Recuperación Descontado (PRD) y Razón Costo / Beneficio o Índice de Rentabilidad. En los criterios cualitativos se puede utilizar el que mayor garantía tiene. (Miranda, 2014)

3.5. Tamaño del proyecto.

El tamaño de este proyecto está en función de la demanda insatisfecha que la planta podrá proveer a los compradores en el extranjero la misma que fue calculada en base a los resultados de la investigación de mercados.

3.6. Factores del tamaño del proyecto.

El factor por el cual se calculó el tamaño de este proyecto es la capacidad de compra de materia prima para exportar mensualmente, esta cifra es de aproximadamente 1.000 cajas mensuales de 7 kilogramos cada una, a un costo promedio por kilo de \$1,94. Cabe anotar que las cajas de remolacha que se adquirirán son con características para la exportación.

El costo de adquisición de las cajas de materia prima exportable asciende mensualmente a \$13.580,00.

De acuerdo a los parámetros promedios de cantidad de producto a empacarse por caja de exportación que se maneja en los mercados se procesarán las remolachas para obtener cajas de 2,5 Kg.

En toneladas métricas la empresa procesaría mensualmente el primer año 6.9 tons. Con un total de 83.9 tons. Anuales. Las ventas anuales proyectadas de la exportadora de remolacha alcanzarían los UD\$323.400,00.

3.6.1. Localización del proyecto.

Para la selección de la ubicación correcta de la exportadora del Ámbar se revisaron parámetros como cercanía al principal puerto de embarque, facilidad de vías de acceso a la planta, servicios básicos, facilidad de encontrar mano de obra entre otros.

3.6.2. Macrolocalización.

País: República Dominicana

Región: Santo Domingo, D.N

La mejor ubicación de la planta por la cercanía con el principal puerto de embarque que se utilizará para el envío del producto.

3.6.3. Ingeniería del proyecto.

El objetivo del estudio técnico de este proyecto es determinar aspectos como la los procesos que se desarrollaran dentro de la actividad de la exportadora de remolacha, desarrollar su implementación de manera completa, incluyendo el personal a contratarse y los cargos que desempeñarán en la empresa, entre otros. Es decir detallar todos los aspectos que servirán para poner en marcha la empresa como tal.

3.6.4. La organización.

El principio de toda empresa es en primer lugar el establecimiento de su razón social, la forma en que estará conformada, las funciones del personal, etc. A continuación se procederá a detallar todo lo referente a la organización de la exportadora el Ámbar.

Nombre de la empresa.

El nombre de toda empresa deber propender a ser parte de las características que la diferencian del resto de sus competidores, además de ser un factor que incida a favor del posicionamiento que se desea alcanzar en la mente de los clientes.

Usando las siguientes razones se decidió el nombre de la exportadora de remolacha:

El principal producto que se venderá.

La actividad a la que se dedicará la empresa (exportación).

EXPORT ÁMBAR DOMINICANA, C x P

El nombre escogido indica cual es el principal producto de venta de la empresa y la actividad comercial de la misma; esto generara una identidad con los clientes futuros, debido al sentido de pertenencia que genera este.

Misión.

“La misión de la exportadora de Ámbar es satisfacer las necesidades calidad y atractivo del grupo objetivo de clientes, poniendo a su disposición productos de calidad.”

Visión.

“**EXPORT ÁMBAR DOMINICANA, C x P**, proveerá a sus clientes de nuevas variedades del producto de excelente calidad y sabor, alcanzando en los próximos cinco años un aumento en su volumen de exportaciones en un 20%, fidelizando a los clientes con una mejora substancial de la producción de remolacha cultivada bajo invernadero para la exportación”.

Organización del recurso humano.

La estructura organizacional que se empleará en esta empresa está conformada por tres niveles contando a los miembros del directorio de la empresa o junta de socios después de lo sigue el nivel gerencial y finalmente el nivel operativo.

Para la empresa es importante la selección adecuada de su personal, porque de ellos dependerá el éxito o el fracaso de la misma, al ser una empresa que se va

a centrar en las necesidades del cliente depende de cuan buena actitud y preparación tengan todos sus empleados.

Requerimientos del Personal.

Los requerimientos de personal para el correcto funcionamiento del local de la Exportadora de remolacha, fueron determinados en base al tamaño de la planta.

3.7. El EPA, Acuerdo Comercial

El EPA, (Economic Partnership Agreements-EPA´s, por sus siglas en inglés), Acuerdo de Asociación Económica, entre dos o más Partes, sobre distintos tópicos o campos de trabajo incluyendo entre ellos el libre comercio de bienes y servicios. Este acuerdo internacional es “jurídicamente vinculante”, compatible con las normas de la Organización Mundial del Comercio (OMC). (Beato Alba, 2013)

República Dominicana (RD) ha sido beneficiaria de preferencias unilaterales para el acceso de bienes al mercado de la Unión Europea (UE) desde su incorporación en 1989, a la Convención de Lomé IV junto con Haití. Este Convenio establecía un régimen de preferencias comerciales y de cooperación para el desarrollo en las relaciones de las naciones europeas con sus ex colonias en África, el Caribe y el Pacífico (ACP). (Beato Alba, 2013)

En el 1992, se creó el Foro de Estados ACP del Caribe (CARIFORO). En 1998, se firmó el Acuerdo con la CARICOM, que fue la base para las negociaciones del EPA. El Acuerdo de Lomé, sustituido por el Acuerdo de Cotonou a partir del 23 junio del año 2000, mediante el cual se establecía la necesidad de avanzar hacia un esquema de reciprocidad en las preferencias comerciales, en cumplimiento de los compromisos asumidos ante la OMC. En el 2003, RD anuncia negociar con la UE en el marco de CARIFORO, en vista de que en Cotonou se pactó el compromiso de que la dispensa otorgada por la OMC para desmontar el sistema de liberalización comercial unilateral de la UE con los países ACP concluiría el 31 de diciembre del 2007. (Beato Alba, 2013)

El EPA fue firmado en Barbados, el 15 de octubre de 2008, ratificado por el Congreso Nacional de la República Dominicana el 24 de octubre del mismo año y ratificado por el Poder Ejecutivo, el 30 de octubre de 2008, mediante Resolución 453-08. Entró en vigor en el país, el 27 de abril del 2009.

Este Acuerdo Comercial con los Europeos, incluye capítulos relativos al comercio de mercancías, el comercio de servicios, las inversiones, la innovación y la propiedad intelectual, la adjudicación de contratos públicos y la ayuda al desarrollo, entre otros. Tiene como base fundamental el establecimiento de una zona de libre comercio, para eliminar progresivamente los aranceles de los países Partes del Acuerdo, así como todas las medidas no arancelarias, cuotas y disposiciones similares. (Beato Alba, 2013)

Dentro de las ventajas del referido Acuerdo podemos señalar: difundir la eficacia económica, donde el EPA tendrá como finalidad simplificar todos los procedimientos y reglamentos relativos a las importaciones y exportaciones, para llegar a los más altos estándares internacionales; oportunidades económicas, una mayor estabilidad política y fomentar su integración efectiva en la economía mundial; RD recibió la Cooperación a través del Programa de Apoyo Institucional para la Integración Regional (ISPRI, por sus siglas en inglés), cooperación no reembolsable de la Comisión Europea y contrapartida del Gobierno Dominicano; para el fortalecimiento de capacidades ofrecidas a un grupo de profesionales de diferentes entidades públicas, privadas y de la sociedad civil, incluyendo capacitación ofrecida a medios de comunicación, actividad organizada por la DICOEX.

El Acuerdo EPA presenta desventajas en ciertos sectores productivos (agricultura, lácteos, entre otros), además competencia directa de productos altamente subsidiados, procedente de regiones avanzadas con productores de países más pobres, que no cuentan con muchos beneficios similares. (Beato Alba, 2013)

Algunos estudios e investigaciones sobre el tema, como es Oxfam Internacional advierte que el Acuerdo de Libre Comercio propuesto por la Unión

Europea a los países del Caribe es injusto, “Si el AAE-EPA son acuerdos pensados para beneficiar a los países más pobres, no deberían conducir a la pérdida de ingresos públicos y empleos. Además la ayuda prometida por la UE a los países ACP como el paquete del FED, no se puede condicionar a la firma de un EPA”. (Beato Alba, 2013)

En el tema de Cooperación, el Fondo Europeo de Desarrollo (FED), siendo el elemento trascendental de la ayuda comunitaria a la cooperación al desarrollo facilita a los Estados ACP (África, el Caribe y el Pacífico) y a los países y territorios de ultramar (PTU) cooperación económica y técnica. Elemento importante en las negociaciones, debido que de RD no participar en el EPA, tendría efectos negativos en las relaciones de cooperación con la UE resultantes de Cotonou, además se ampliaba la dependencia del intercambio comercial de bienes y servicios con el mercado de los Estados Unidos debido a la existencia del DR-CAFTA.

Este Acuerdo abrirá nuevos mercados para esas empresas que estén dispuestas a competir con estándares de calidad requeridos, de modo que puedan aprovechar las oportunidades de exportar sus productos a mercados europeos y que ingresen libre de aranceles. (Beato Alba, 2013)

Para el país, El EPA presenta algunos desafíos, por lo que se debe fortalecer la institucionalidad para darle continuidad a los compromisos asumidos en el Acuerdo, donde cada entidad gubernamental involucrada juega un rol fundamental para hacer cumplir los compromisos identificados en el texto legal del Acuerdo de Asociación Económica, (AAE- EPA).

Asimismo aprovechar las oportunidades que infiere el EPA y encaminar sinergia entre el Sector Privado y el Sector Gubernamental para posicionar el país, aprovechando los recursos que posee la República Dominicana en la agricultura, en el turismo y en otras áreas. (Beato Alba, 2013)

3.8. El EPA y la exportación del Ámbar

El Acuerdo de Asociación Económica –AAE (también conocido por EPA por sus siglas en inglés) entre el Foro de Estados ACP del Caribe (CARIFORO) y los Estados Miembros de la Unión Europea, fue firmado el 15 de octubre del 2008 y entró en vigor en República Dominicana en enero del 2009. El AAE reemplaza el esquema de preferencias unilaterales que otorgaba la Unión Europea al bloque de países África, Caribe y Pacífico (ACP) bajo el Acuerdo Cotonú. El AAE no sustituye el Acuerdo de 1998 entre la CARICOM y República Dominicana sino que lo complementa. (www.otcasea.gob.do/acuerdos-bilaterales/epa/)

Países que forman parte del Acuerdo:

- Por una parte, los Estados del CARIFORO: Jamaica, Barbados, Trinidad y Tobago, Guyana, Surinam, Antigua y Barbuda, Belice, Dominica, Granada, San Cristóbal y Nieves, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, las Bahamas, Haití y República Dominicana. Montserrat (miembro de la CARICOM) y Cuba (miembro del CARIFORO) no forman parte del Acuerdo. Además, Haití firmó el acuerdo pero no lo ratificó por lo que todavía no está en vigencia en ese país.
- Por otra, los Estados de la Unión Europea: Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Croacia, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumanía, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia y Reino Unido.

Acceso a mercado

Acceso de bienes agropecuarios dominicanos al mercado europeo. Los bienes agropecuarios originarios de los Estados del CARIFORO tienen un acceso libre de arancel y de cuota al mercado europeo. Inicialmente, la Unión Europea mantenía excepciones para algunos productos, tales como el azúcar y el arroz, pero éstas han sido eliminadas. (www.otcasea.gob.do/acuerdos-bilaterales/epa/)

Subvenciones a la exportación

La Unión Europea se comprometió a reducir progresivamente las subvenciones a las exportaciones de productos agropecuarios para los cuales CARIFORO posee un calendario de desgravación

Consejo Conjunto

Las Partes del Acuerdo acordaron crear el Consejo Conjunto CARIFORUM-CE, el cual está encargado de supervisar la aplicación del Acuerdo (ver artículo 227). Está establecido que el Consejo se reúna periódicamente, a nivel ministerial, como mínimo cada dos años y extraordinariamente siempre y cuando sea necesario.

En el artículo 22, cooperación en el sector minero:

Las partes acuerdan fomentar la cooperación en el sector minero, principalmente a través de operaciones destinadas a lo siguiente:

- a) Fomentar la exploración, explotación y utilización provechosa de los minerales, de conformidad con sus respectivas legislaciones en este ámbito;
- b) Favorecer los intercambios de información, experiencia y tecnología referentes a la exploración y la explotación mineras;
- c) Fomentar el intercambio de expertos y realizar investigación para aumentar las oportunidades de desarrollo tecnológico;
- d) Desarrollar acciones para promover las inversiones en este sector.

CONCLUSIONES

El desarrollo del comercio internacional durante esta época se debió fundamentalmente a la incidencia de factores de carácter técnico. El ferrocarril de nuevo desempeña gran importancia con la construcción de nuevos tramos de vías que con esto surgieron las locomotoras cada vez más sofisticadas y potentes, que contribuyó a que el transporte fuera cada vez más rápido, seguro y barato.

Un destacado mejoramiento de los logros alcanzados gracias al perfeccionamiento de los medios de transporte que utilizaban la máquina de vapor fue la difusión de algunos inventos que mejoraron las comunicaciones. El comercio Internacional es el dinamismo económico que se ejecuta con el propósito de intercambiar bienes y servicios con finalidad lucrativa, dando origen a las salidas de mercancías de un país (exportaciones) y a las entradas de mercancías (importaciones) procedentes de otros países.

El ámbar es una piedra preciosa que pertenece al grupo de las gemas orgánicas. Desde tiempos antiguos esta piedra se le ha considerado como algo mágico, como una piedra que posee poderes o aspectos curativos.

El ámbar, a diferencia de otros materiales que se utilizan para realizar piedras preciosas, es de origen vegetal, no mineral. Sin embargo, debido a su proceso de endurecimiento o polimerización, puede mantenerse en la misma calidad durante muchísimo tiempo, casi tan imperturbable como los minerales. Lo interesante del ámbar es que al ser transparente, en su veta pueden observarse muy diferentes intensidades y texturas, así como también diferentes elementos que

El objetivo del estudio técnico de este proyecto es determinar aspectos como la los procesos que se desarrollaran dentro de la actividad de la exportadora de remolacha, desarrollar su implementación de manera completa, incluyendo el personal a contratarse y los cargos que desempeñarán en la empresa, entre otros. Es decir detallar todos los aspectos que servirán para poner en marcha la empresa como tal.

El principio de toda empresa es en primer lugar el establecimiento de su razón social, la forma en que estará conformada, las funciones del personal, etc. A continuación se procederá a detallar todo lo referente a la organización de la exportadora el Ámbar.

RECOMENDACIONES

Una vez que se han analizado los resultados y conclusiones de los mismos se pueden plantear las siguientes recomendaciones.

- ✓ Desarrollar el proyecto definitivo para la implementación de una empresa exportadora del Ámbar. Incluir en el mencionado proyecto un plan de producción de la materia prima.
- ✓ Dirigir la producción hacia los mercados de Europa y posteriormente extenderse al resto de Alemania.
- ✓ Llevar conjuntamente con el proyecto un plan de capacitación para el productor agrícola en técnicas modernas de producción de la del Ámbar dominicana.
- ✓ Aprovechar al máximo las disponibilidades y oportunidades identificadas en esta investigación para optimizar la producción.
- ✓ Comprometer a los clientes potenciales previo a la producción con la entrega de créditos para la inversión en este rubro.
- ✓ Utilizar en la producción, las diferentes variedades ya adaptadas a las condiciones, con la finalidad de aprovechar estas condiciones para las exigencias del mercado en cuanto a calidad y composición del producto.

REFERENCIAS

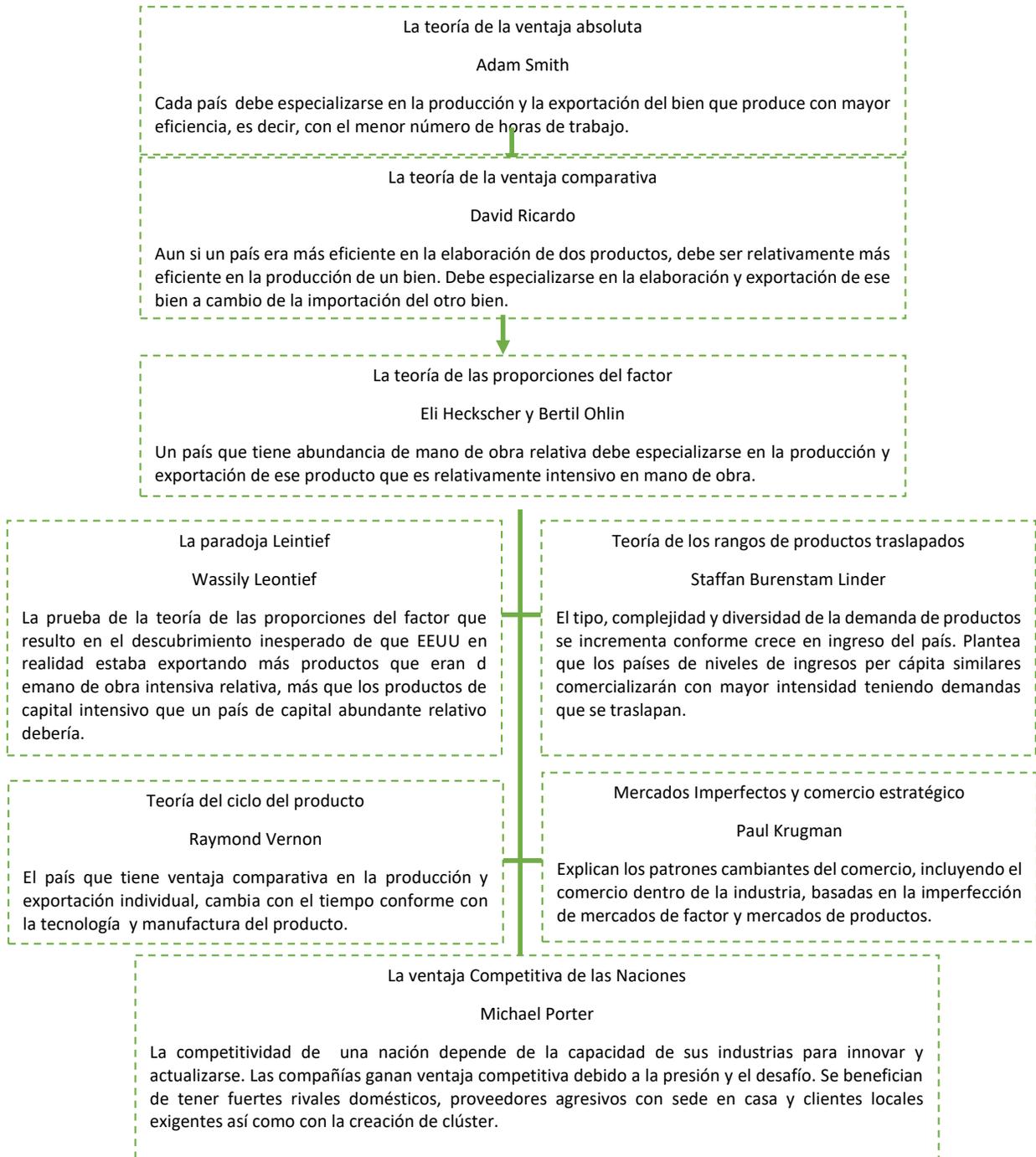
- Baca, U. (2001). *Evaluación de Proyectos*. Mexico: McGraw-Hill.
- Botello, A., & Nahún, C. (2011). *Estudio Organizacional y Legal para un Estudio de Factibilidad*. Barranquilla: Universidad del Atlántico.
- Geoffrey, R. (2003). *Principios de Marketing*. Mexico: Thomson Editores Sapin.
- Gómez, C. (2000). *Proyectos Factibles*. . Valencia.: Editorial Predios. .
- INCOTEC. (1994). *Norma Técnica Colombiana*. Colombia: Instituto Colombiano de Normas Técnicas y Certificación .
- Kotler, P. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. mEXICO: Ediciones Paidós Ibérica.
- López, E. (2006). *Estudio Técnico.... Elemento indispensable en*. Sonora: Instituto Tecnológico de Sonora .
- Malhotra, K. (1997). *Investigación de Mercados Un Enfoque Practico*. Mexico: Prentice-Hall Hispanoamericana.
- Melian, M. (2009). *Estudio de factibilidad Económico Financiera en proyecto de inversión*. Cabaiguan: Centro Universitario Sancti Spíritus.
- Miranda, J. (2004). *El Desafío de la Gerencia de Proyectos*. Bogota: MM editores.
- Miranda, J. (2009). *GESTION DE PROYECTOS*. Colombia: Banco de proyectos de Antioquia.
- Nava, A. (2009). *Estudios administrativos*. Mexico: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Ramírez, D. (2009). *ETAPAS DEL ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD*. Las Tunas, Cuba: Centro universitario "Vladimir Ilich Lenin".
- Universidad Pedagógica Libertador. (2003). *El Manual de Tesis de Grado y Especialización y Maestría y Tesis Doctorales*. Venezuela: Universidad Pedagógica Libertador.
- Valera, R. (1997). *Evaluación Económica de Proyectos de Inversión*. Bogota: Grupo Editorial Iberoamericano.

Anexos

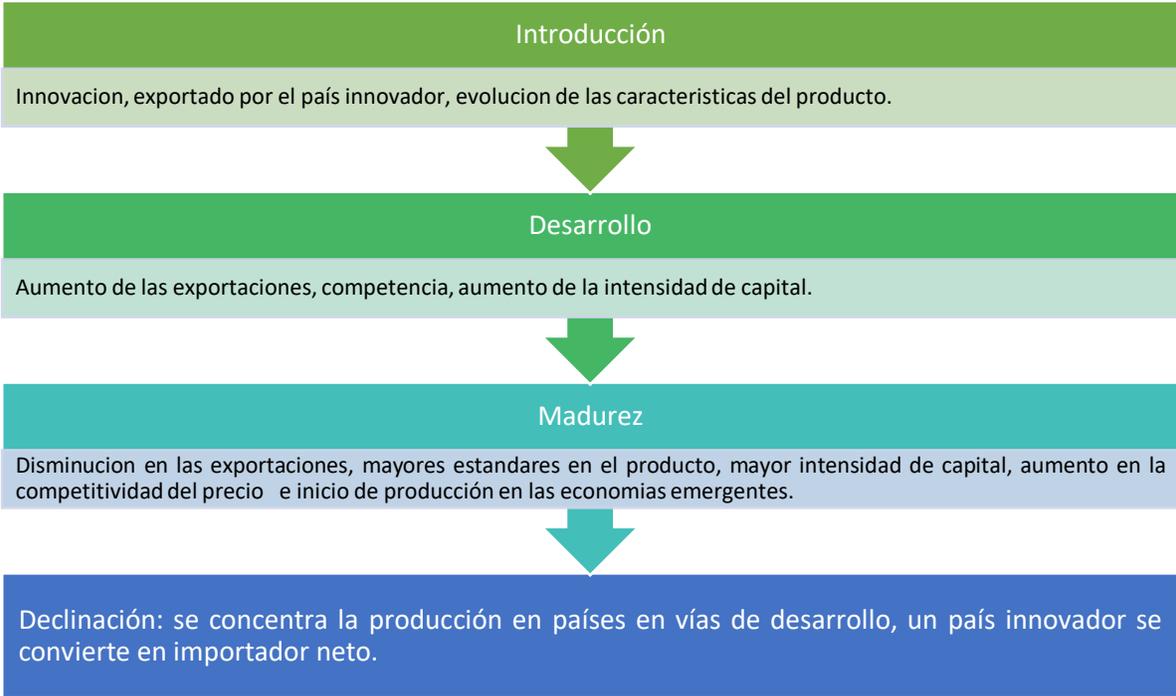
Cuadro 3
HISTORIA DE LAS RONDAS DEL GATT

Ronda	Fecha	Número de países	Volumen de comercio¹	Tipo de negociac.	Aranceles medios anteriores	Reducción media de aranceles²
GINEBRA	1947	23	10.000	ARANCELES: Producto por producto.	40%	35%
ANNECY	1949	33	n.d.	ARANCELES: Producto por producto.	26%	2%
TORQUAY	1950	34	n.d.	ARANCELES: Producto por producto.	23,9%	25%
GINEBRA	1956	22	2.500	ARANCELES: Producto por producto.	17,9%	3,5%
DILLON	1960-61	45	4.900	ARANCELES: Producto por producto.	16,5%	7%
KENNEDY	1964-1967	48	40.000	ARANCELES: Rebaja lineal. BARRERAS NO ARANCEL.	15,2%	35%
TOKIO	1973-1979	99	155.000	ARANCELES: Rebaja general no lineal. BARRERAS NO ARANCEL.	9,9%	34%
URUGUAY	1986-1994	120	3.700.000	ARANCELES: Rebaja mixta. BARRERAS NO ARANCEL.	6,5%	39%

Fuente: Varela, F. y Díaz, (1998). Historia del GATT, desde sus orígenes a la situación actual.

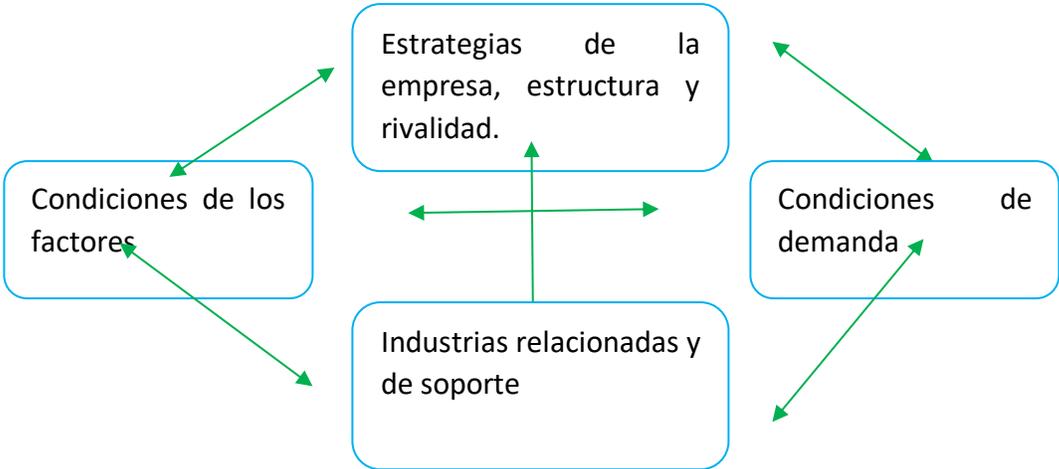


Ciclo de vida del producto internacional



Fuente: Czinkota, Ronkainen. Séptima edición. Negocios Internacionales.

El diamante de Porter



Fuente: Negocios internacionales, 7ª. Edición, Michael R. Czinkota, Ilkka A. Ronkainen, Michael H. Moffett

**Barreras
Comerciales**

Autorización de importación especial

Restricciones al procesamiento de datos

Derechos indirectos

Cuotas por licencias

Restricciones voluntarias a las exportaciones

Solicitudes de licencias preferenciales

Licencias discrecionales

Prohibición por temporada

Impuestos al transporte

Pruebas, etiquetado

Prohibiciones de salud y sanitarias

Cuotas del país

Certificación

Sobrepagos aduanales

Fuente: Adaptación de Ballesteros, R. Alfonso, Comercio exterior: Teoría y Práctica.

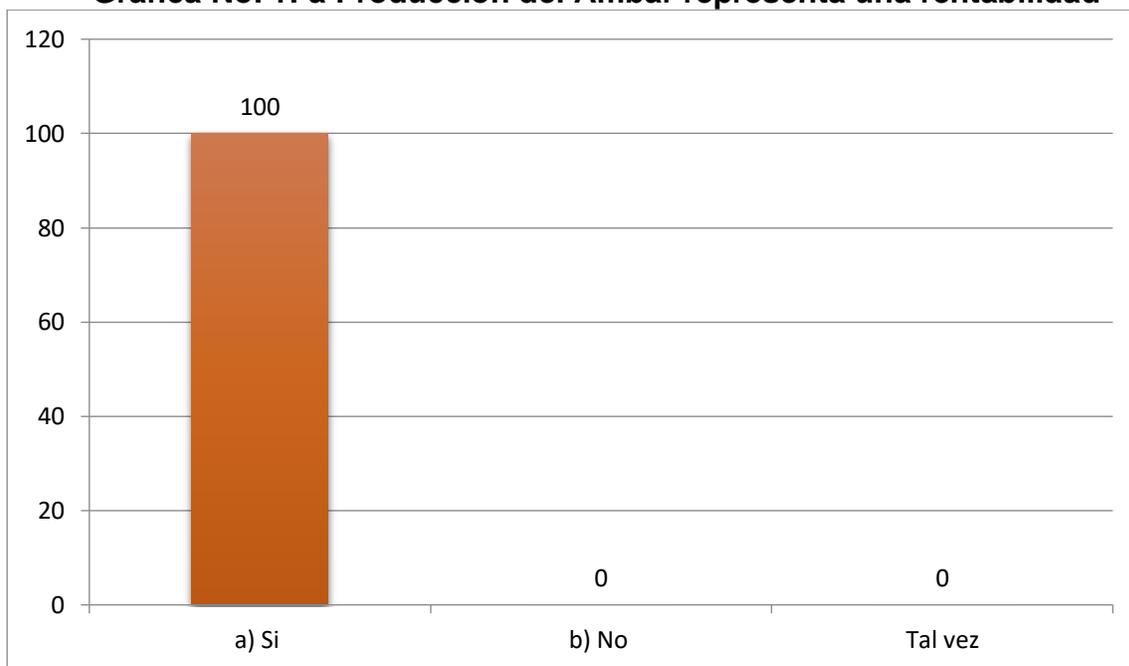
Análisis de los resultados obtenidos

1. ¿Se puede considerar que la producción del Ámbar representa una rentabilidad a futuro?

Tabla No. 1		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Si	100	100
b) No	0	0
Tal vez	0	0
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 1: a Producción del Ámbar representa una rentabilidad



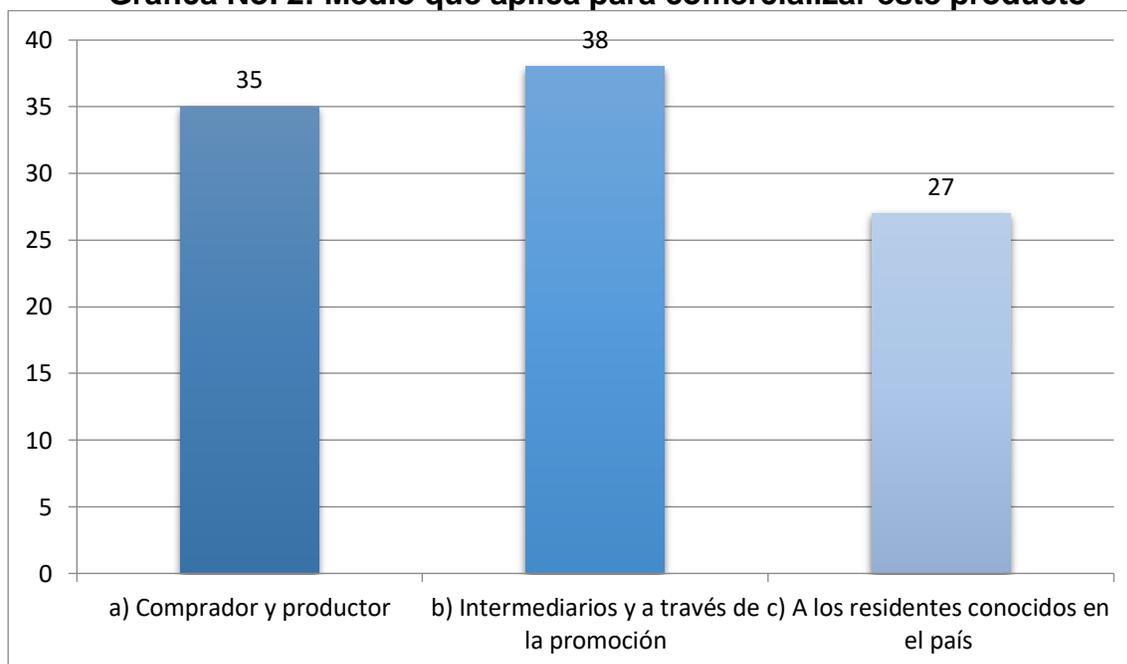
Fuente: Tabla No. 1

Se resume del Ámbar es un producto innovador, pero existen limitantes para poder acaparar mercado ya sean en el cumplimiento de un sin número de requisitos para colocar el producto en dicho mercado.

2. ¿Qué medio aplica para comercializar este producto?		
Tabla No. 2		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Comprador y productor	35	35
b) Intermediarios y a través de la promoción	38	38
c) A los residentes conocidos en el país hacia donde se dirige el producto	27	27
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 2: Medio que aplica para comercializar este producto



Fuente: Tabla No. 2

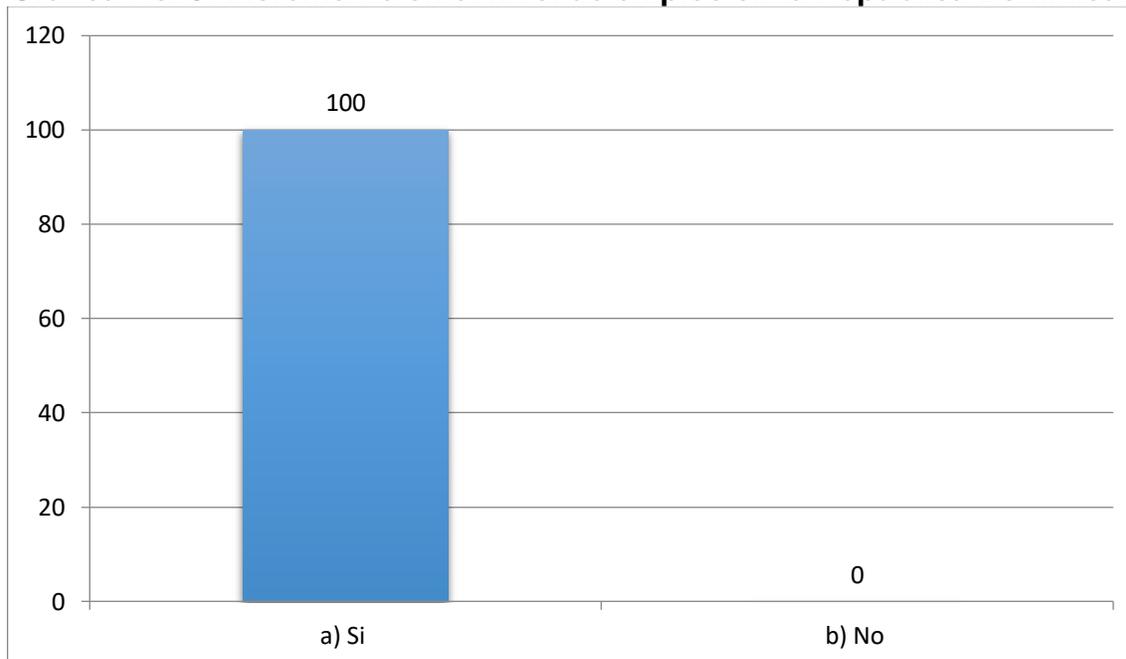
Existe la conexión efectiva entre el comprador y productor. Por medio de intermediarios y a través de la promoción. Aunque en proporción mínima puede considerarse a los residentes conocidos en el país hacia donde se dirige el producto.

3. ¿Esta actividad permitirá un incremento en el nivel de empleo en la República Dominicana?

Tabla No. 3		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Si	100	100
b) No	0	0
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 3: Incremento en el nivel de empleo en la República Dominicana



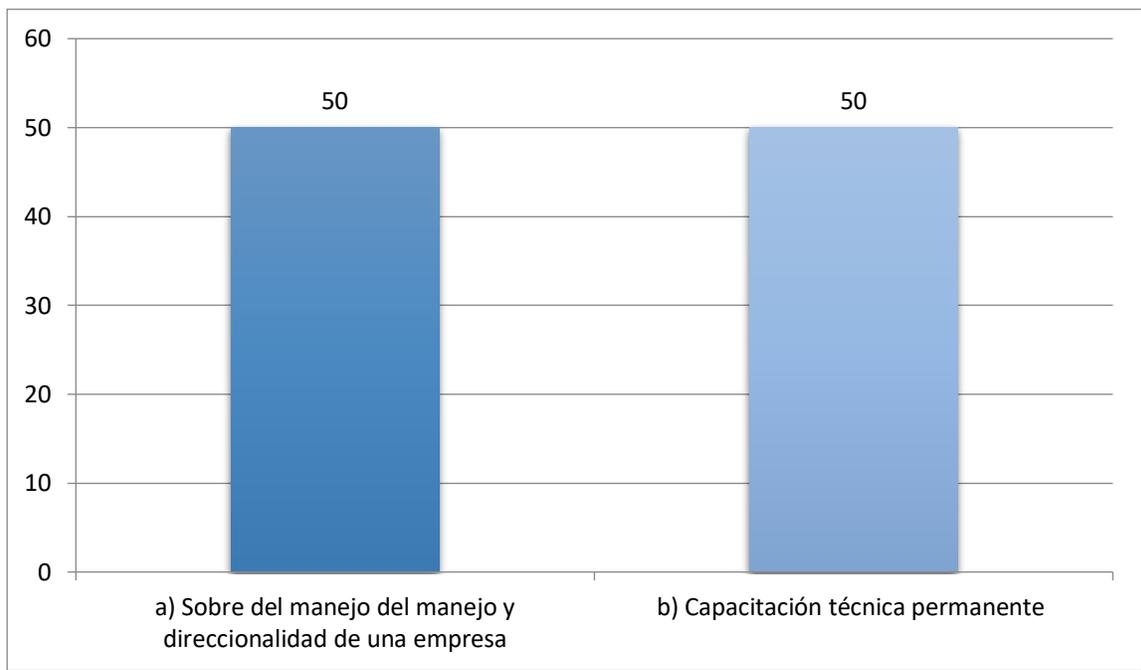
Fuente: Tabla No. 3

Es una oportunidad para generar mayor empleo y por ende la disminución de la mano de obra ociosas tanto a nivel local y como internacional.

4. ¿Cuál usted cree que es el perfil profesional que debe poseer una personar para desempeñar esta actividad?		
Tabla No. 4		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Sobre del manejo del manejo y direccionalidad de una empresa	50	50
b) Capacitación técnica permanente	50	50
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 4: perfil profesional que debe poseer una personar para desempeñar esta actividad



Fuente: Tabla No. 4

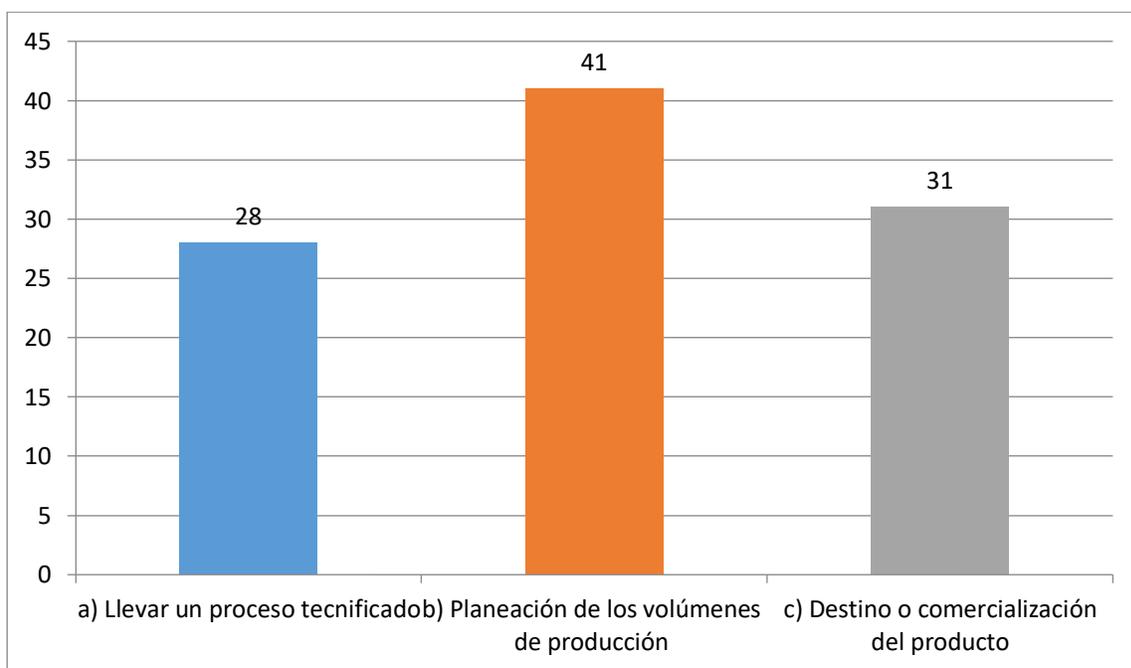
Se debe contar un perfil profesional formado conociendo sobre del manejo del manejo y direccionalidad de una empresa para alcanzar los objetivos a plantearse, esto en cuanto a la parte administrativa. La parte obrera no necesariamente debe tener un conocimiento profesional pero si debe haber la capacitación técnica permanente para el personal que labora en ella.

5. ¿Cómo lograr incrementar la productividad y comercialización del Ámbar?

Tabla No. 5		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Llevar un proceso tecnificado	28	28
b) Planeación de los volúmenes de producción	41	41
c) Destino o comercialización del producto	31	31
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 5: Incrementar la productividad y comercialización del Ámbar



Fuente: Tabla No. 5

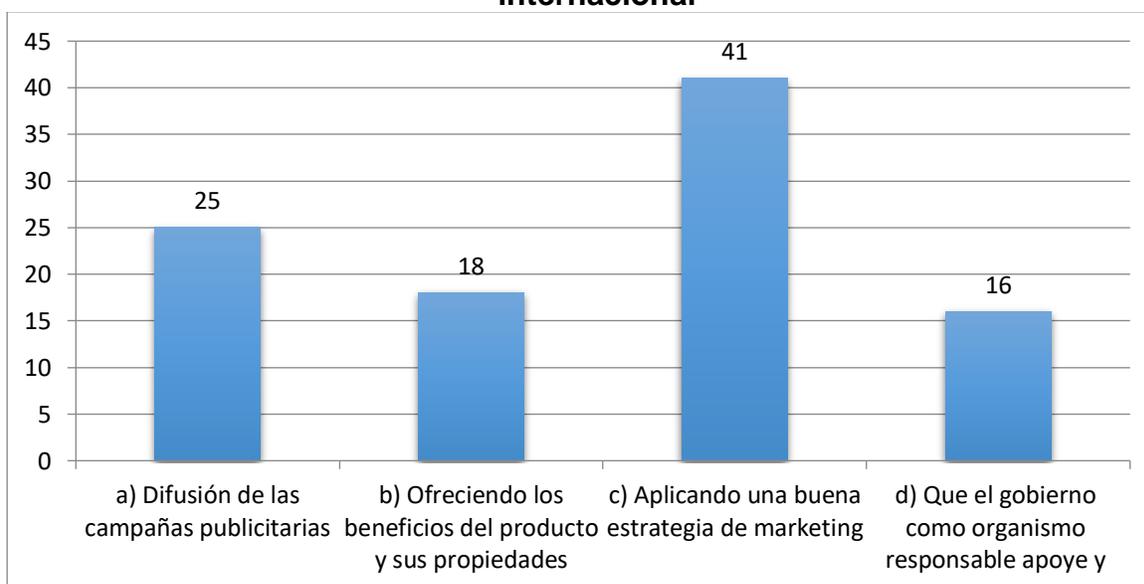
Solo se necesita llevar un proceso tecnificado, planeación de los volúmenes de producción y el destino o comercialización del producto.

6. ¿Qué hacer para obtener una difusión en beneficio del producto a nivel nacional o internacional?

Tabla No. 6		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Difusión de las campañas publicitarias	25	25
b) Ofreciendo los beneficios del producto y sus propiedades	18	18
c) Aplicando una buena estrategia de marketing	41	41
d) Que el gobierno como organismo responsable apoye y fomente la actividad productiva	16	16
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 6: Difusión en beneficio del producto a nivel nacional o internacional



Fuente: Tabla No. 6

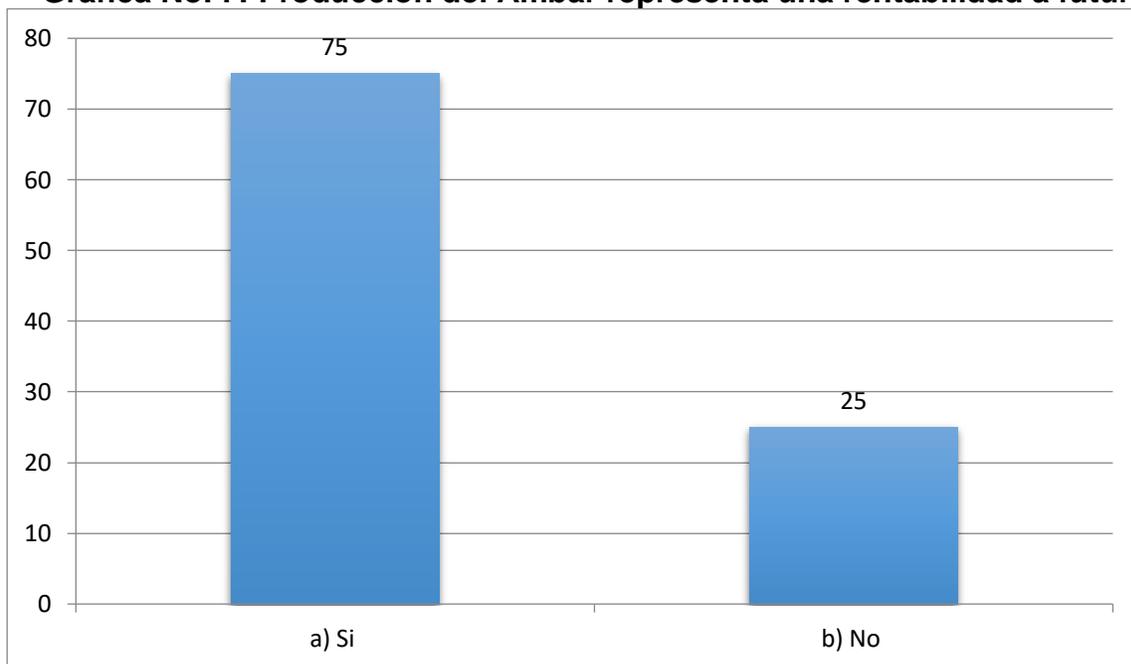
Se logra a través de la difusión de las campañas publicitarias, ofreciendo los beneficios del producto y sus propiedades. Aplicando una buena estrategia de marketing. Que el gobierno como organismo responsable apoye y fomente la actividad productiva, a través de asesorías técnicas, otorgar créditos con mayor agilidad para el agrícola y capacitación permanente.

7. ¿Se puede considerar que la producción del Ámbar representa una rentabilidad a futuro?

Tabla No. 7		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Si	75	75
b) No	25	25
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 7: Producción del Ámbar representa una rentabilidad a futuro



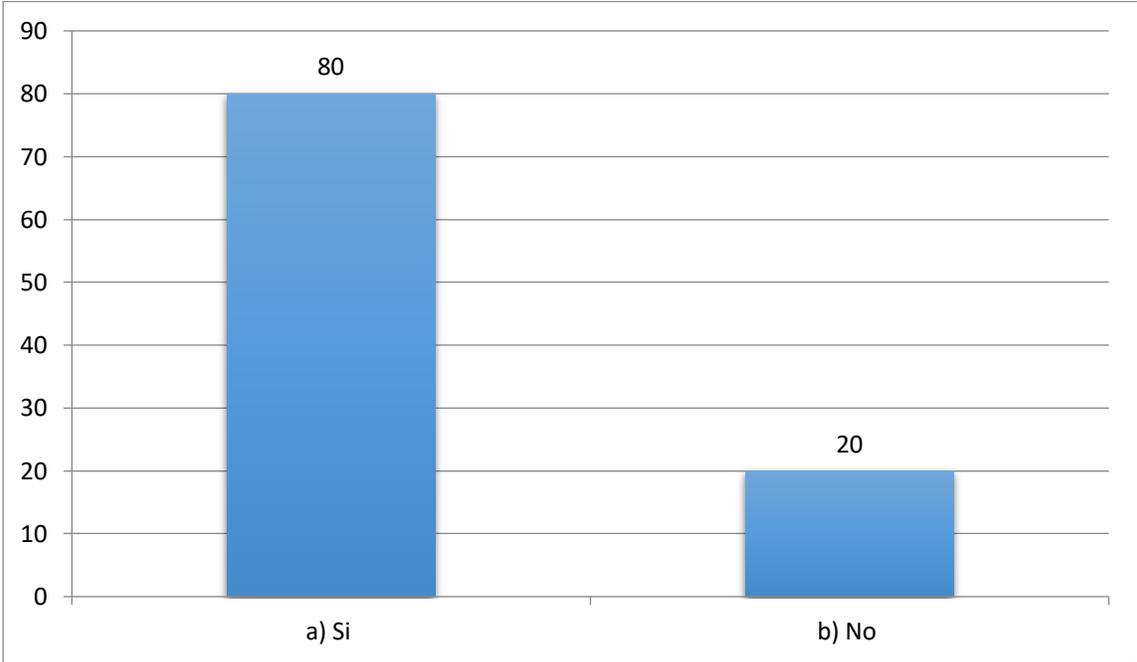
Fuente: Tabla No. 7

El 75% de los encuestados considera que la comercialización y exportación del Ámbar si se ha mantenido en los últimos años, otros opinan que no, debido a factores tales como: infraestructura, tecnología, difusión de los productos y capacitación del personal.

8. ¿Cree usted el Ámbar es un producto con miras de desarrollo en la República Dominicana?		
Tabla No. 8		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Si	80	80
b) No	20	20
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 8: Ámbar producto con miras de desarrollo en la República Dominicana



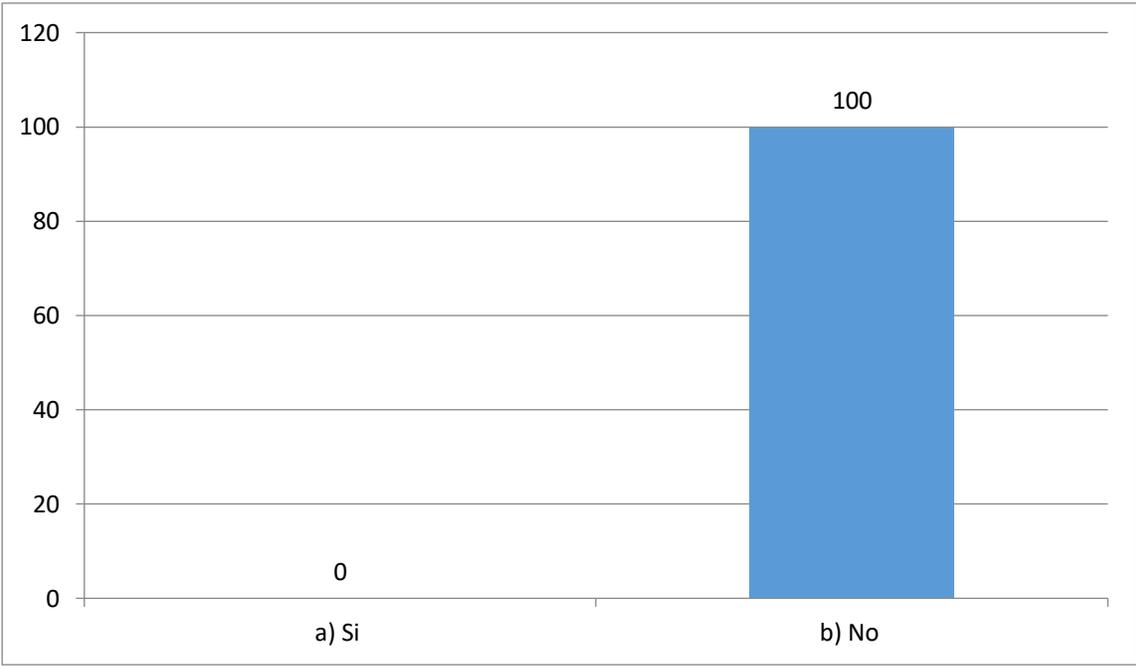
Fuente: Tabla No. 8

El 80% de los encuestados dan como resultado que el Ámbar es un producto que tiene mucha perspectiva y puede producirse con facilidad y el 20% considera que debido a productos existentes no puede ser un productos con mucha acogida pues hay otros productos con su propio mercado sean estos gustos y preferencia.

9. ¿El mercado del Ámbar es el mismo en los últimos años?		
Tabla No. 9		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Si	0	0
b) No	100	100
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 9: Mercado del Ámbar es el mismo en los últimos años



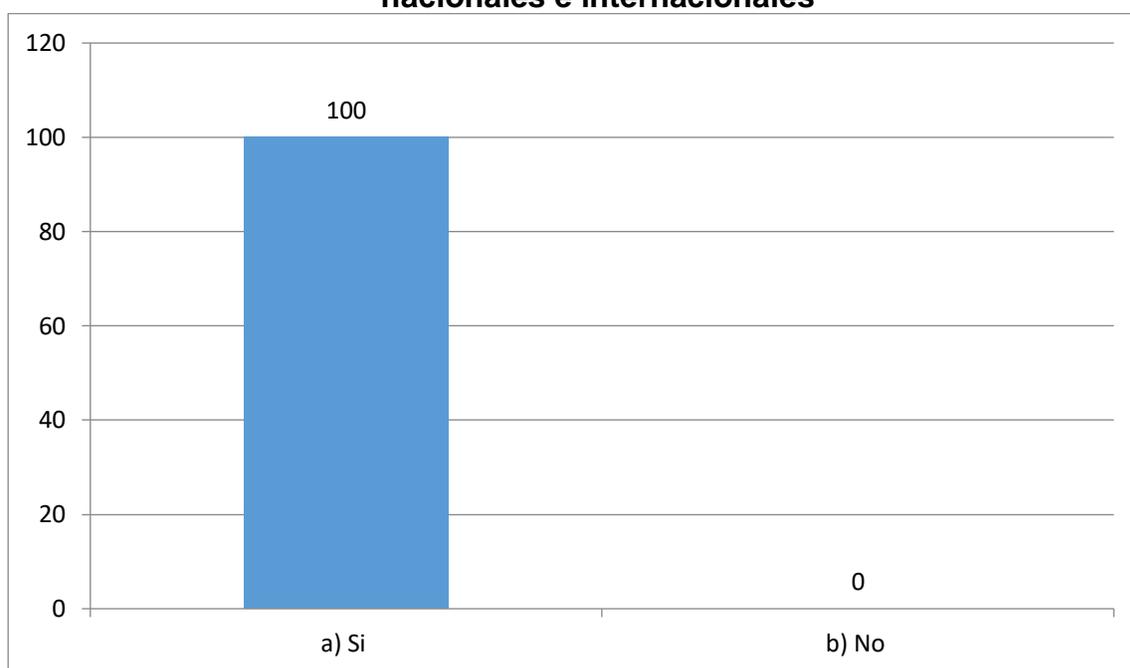
Fuente: Tabla No. 9

El 75% de los encuestados considera que la comercialización y exportación del Ámbar si se ha mantenido en los últimos años, otros opinan que no pues debido a factores tales como: infraestructura, tecnología, difusión de los productos y capacitación del personal.

10. ¿Las exportaciones del Ámbar son reguladas bajo normas y leyes nacionales e internacionales?		
Tabla No. 10		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Si	100	100
b) No	0	0
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 10: Exportaciones del Ámbar son reguladas bajo normas y leyes nacionales e internacionales



Fuente: Tabla No. 10

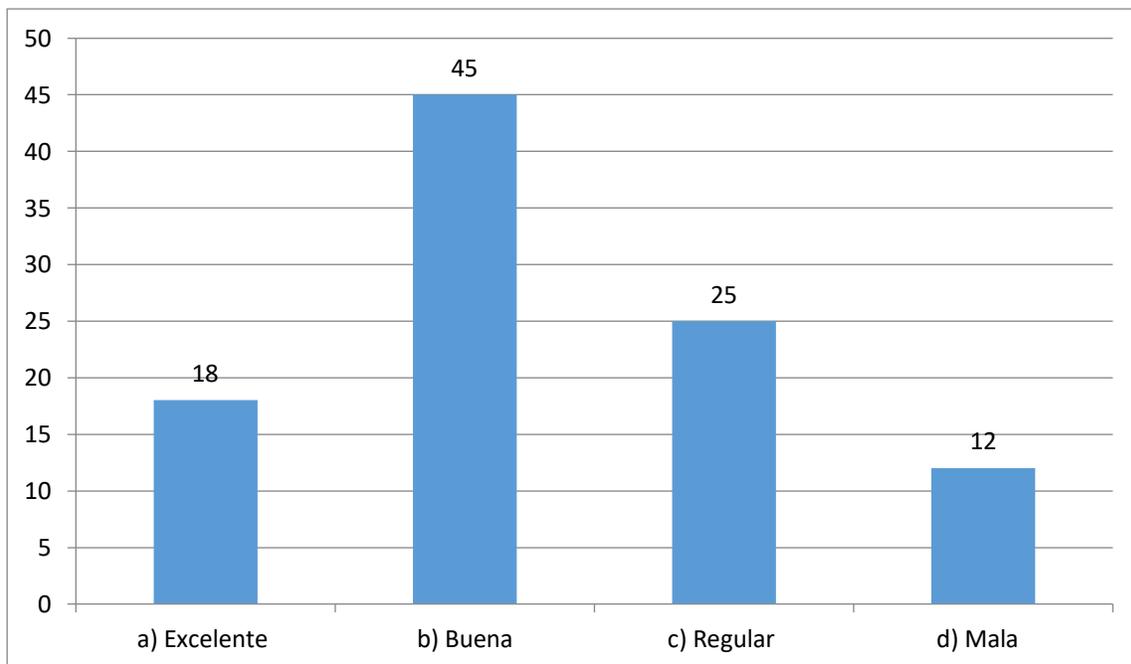
El 90% opina que sí, las exportaciones el Ámbar son reguladas por normas y leyes nacionales como internacionales sobre todo si va dirigido al país de destino.

11. ¿En qué proporción es destinada el Ámbar a los mercados de Europa?

Tabla No. 11		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Excelente	18	18
b) Buena	45	45
c) Regular	25	25
d) Mala	12	12
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 11: Proporción es destinada el Ámbar a los mercados de Europa



Fuente: Tabla No. 11

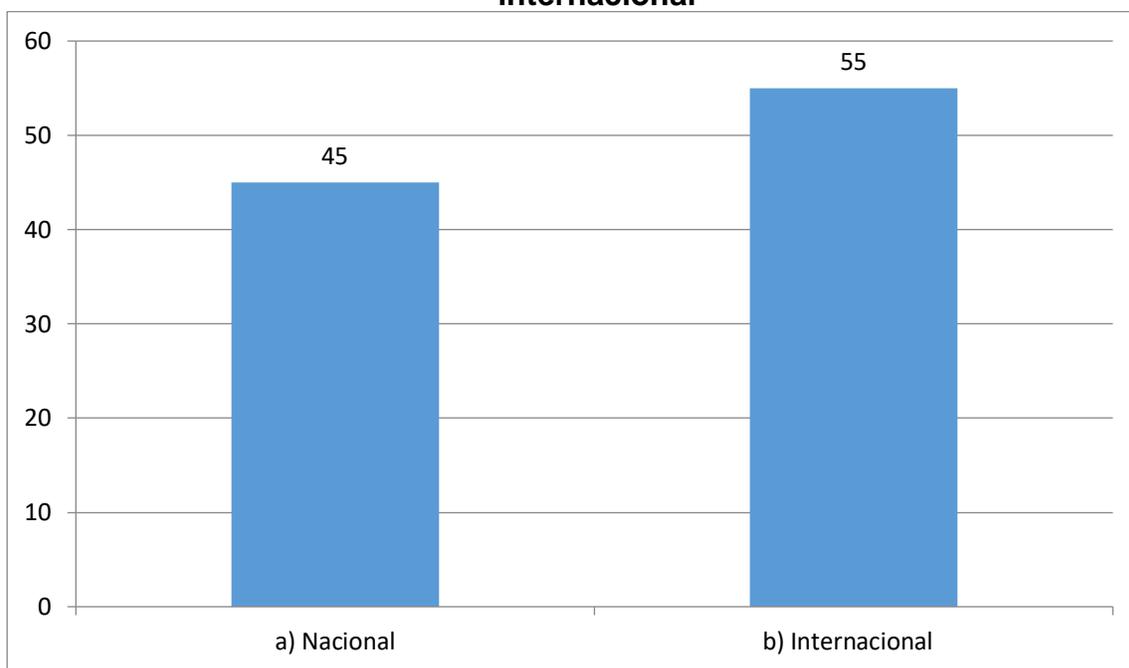
El país con mayor destino de las exportaciones mundiales es a Europa.

12. ¿El mayor consumo del Ámbar se da más a nivel nacional o internacional?

Tabla No. 12		
RESPUESTAS	Fr.	%
a) Nacional	45	45
b) Internacional	55	55
TOTAL	100	100

Fuente: Encuesta aplicada a los empresarios que acuden al Museo del Ámbar ubicado en la Zona Colonial en Santo Domingo.

Gráfica No. 12: Mayor consumo del Ámbar se da más a nivel nacional o internacional



Fuente: Tabla No. 12

Solo la mínima parte se destina para el consumo nacional y un 55% se destina para su exportación.

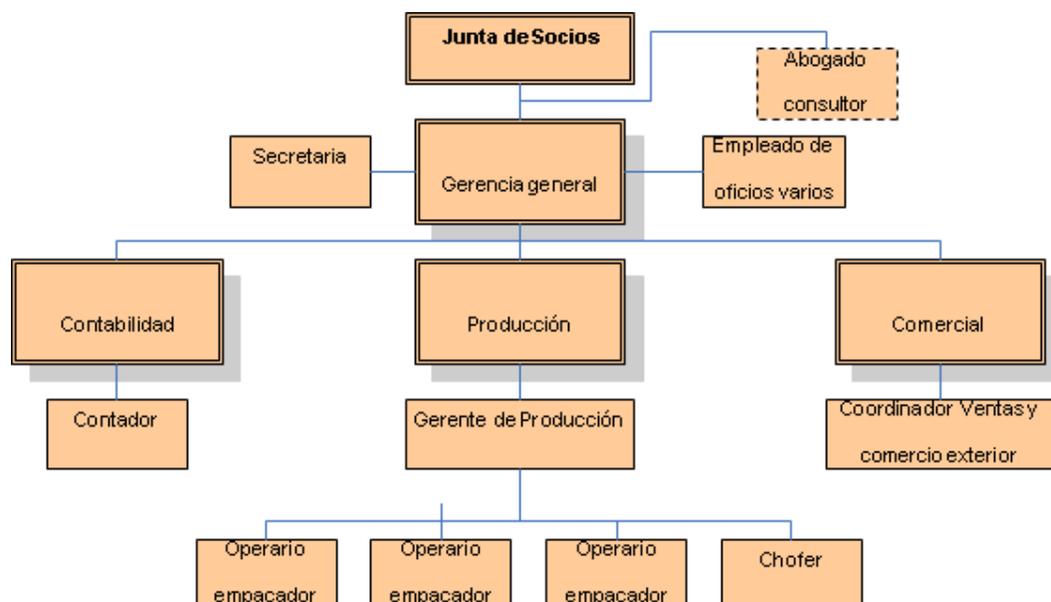
Personal requerido

Personal	No.
Gerente General	1
Contador	1
Gerente de Producción	1
Coordinador de Ventas	1
Secretaria	1
Operarios Empacadores	3
Empleado oficios varios	1
Chofer	1
Total	10

Fuente: Elaboración propia, 2017.

Estructura Organizacional.

Organigrama de la empresa.



Fuente: Elaboración propia, 2017.

Anexo: Anteproyecto



**DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES
ESCUELA DE MERCADEO**

**“Acceso al Mercado del Ámbar Dominicano
a la Unión Europea”**

Sustentantes

Johanna Marys Domínguez Aracena	2012-1683
Yarissa Estrella Dumet Dumé	2012-2380

Asesores

**Ariel Gautreaux
Máximo Félix**

**Monografía para optar el título de
Licenciado en Negocios Internacionales**

**Distrito Nacional, República Dominicana
2017**

1. Problema de la investigación

1.1. Planteamiento del problema:

La República Dominicana es un país que posee innumerables riquezas, se puede mencionar dentro de la minería el oro, larimar, bauxita y el ámbar. Esta riqueza está concentrada solo en partes específicas y en el caso de las piedras semipreciosas dentro de las que se encuentra el ámbar, la explotación se ha vuelto un monopolio donde no todos pueden beneficiarse de la obtención de materia prima de calidad y mejor precio.

Por otro lado, el país desde sus orígenes ha sido agrícola y hoy día más del 70% de los ingresos percibidos por las exportaciones de bienes son por concepto de productos agrícolas tales como el mango, cacao, banano, café, entre otros.

Esta dependencia de productos agrícolas coloca en una situación desventajosa, ya que las importaciones superan las exportaciones y las mismas son de productos industrializados que a la vez son más costosos en comparación a los agrícolas sin transformación alguna. Se debería trabajar el ámbar como producto artesanal dominicano con alto potencial en base a un plan de exportación que permita la diversificación de las exportaciones.

La problemática que surge con el posicionamiento del Ámbar Dominicano a mercados europeos, es por la falta del gobierno dominicano a la exportación en bruto de ámbar, considerando que esta es una piedra preciosa que sólo existe en la isla caribeña, con la meta de impulsar a la industria joyera local.

En cambio la asociación de joyeros había insistido que los mineros artesanales vendían las mejores piezas, apenas salidas de las minas, a compradores mayoristas, quienes exportan cargamentos del mineral para tallar y montarlo en oro o plata en sus países sin apenas pagar impuestos y dejar beneficios a la industria local.

El país está fuertemente ligado a ciertos socios comerciales que no permiten la diversificación de mercados destinos de las exportaciones. Si el país sigue presentando las condiciones mencionadas, la balanza comercial estaría siempre en déficit pues el costo de las importaciones seguirá superando a las exportaciones. Además el ámbar continuaría siendo mal valorado en el país o no donándole el valor que merece.

Frente a esta problemática sería prudente trabajar la creación de más artículos en base a este producto que puedan ser acogidos por un mayor público. Para este producto, se puede sacar al máximo el potencial para crear estrategias que permiten reubicar al país mostrando a otras partes del planeta nuevas oportunidades de crecimiento y rendimiento.

En busca de ayudar a aminorar la balanza comercial negativa de la Republica Dominicana se procurara hacer un exhaustivo análisis tanto de la explotación como del actual método de exportación del ámbar dominicano con el fin de lograr nuevas oportunidades de negocios en el mercado europeo y desarrollar con eficacia el sector minero de la Republica Dominicana.

Es una realidad que se está exportando ámbar pero se está realizando de manera informal y no permite registrar el flujo internacional de este producto así también estos negocios no pueden aprovechar las ventajas que la Republica Dominicana ha adquirido gracias a los acuerdos comerciales como el EPA.

En términos generales, en busca de expansión y desarrollo, la Republica Dominicana debe buscar nuevas oportunidades de negocios en el mercado Europeo que le permitan crear una estabilidad económica y tener mayor competitividad en el mercado, explorando nuevos sectores que puedan representar posibles futuros beneficios. Si esto se logra, el ámbar explotaría todo su potencial en el mercado Europeo llevando al país a ingresos sostenibles.

1.1.1. Formulación del problema:

- ¿Cómo Acceder al mercado del ámbar dominicano a la Unión Europea?

1.1.2. Sistematización del problema:

- ¿Qué utilización que se le está dando al ámbar en el mercado nacional?
- ¿Cuáles estrategias se utilizan para colocar esta resina fósil en el mercado europeo?
- ¿Cuáles son las diversas formas de exportación del ámbar en el mercado europeo?
- ¿Qué factores limitarían el desarrollo potencial de la exportación de ámbar?

2. Objetivos

2.1. Objetivo general:

- Acceder al mercado del ámbar dominicano a la Unión Europea.

2.2. Objetivos específicos:

- Señalar la utilización que se le está dando al ámbar en el mercado nacional.
- Determinar las estrategias para colocar esta resina fósil en el mercado europeo.
- Analizar las diversas formas de exportación del ámbar en el mercado europeo.
- Identificar los factores limitarían el desarrollo potencial de la exportación de ámbar.

3. Justificación de la investigación

La República Dominicana ha sido sede de la industria minera más antigua de América. Tuvo sus inicios durante las primeras expediciones dirigidas por Cristóbal Colón en el siglo XV. Incluso, en las ruinas de la Villa de La Isabela, en la provincia de Puerto Plata, existe un museo con ejemplares de las herramientas originales usadas por los españoles en las primeras excavaciones de carácter minero que hicieron en la zona y, por naturaleza, fueron las primeras en América. No debemos obviar que la mayoría de nuestras ciudades más antiguas (Santo Domingo, Santiago, La Vega; por mencionar a tres) tuvieron su inicio debido a los descubrimientos de depósitos de oro en varios ríos importantes de la isla.

El aporte de la actividad minera al empleo es apreciable; en 2016 generó alrededor de 6,000 empleos directos. En adición a unos 2,500 empleos directos que suma la pequeña minería, se estima que el sector en su conjunto aporta alrededor del 0.2% del empleo total nacional y cerca del 2.6% del empleo industrial. Las remuneraciones del personal ocupado en el sector minero son superiores en un 12% al promedio nacional debido a los factores de riesgo y distancias asociados al desarrollo de esta actividad.

La República Dominicana guarda un inmenso tesoro de ámbar amarillo, azul, rojo y blanco que, explotado industrialmente, puede cambiar en gran manera las exportaciones de esta piedra preciosa. Los yacimientos son de gran tamaño y pueden representar ganancias al momento de la implementación de un plan de exportación detallado, embajadores han llamado estos yacimientos “La capital del ámbar en el Caribe”.

Actualmente algunas excavaciones se realizan sin ninguna regulación de parte de Minería, la extracción de este mineral se ha realizado a través de los años sin supervisión ni certificación alguna en diversas fincas, esto ha ocasionado accidentes e incidentes a lo largo del tiempo. Siendo regulada esta extracción del

material la Republica Dominicana puede asegurar un negocio fructífero y dar más a conocer en el mercado europeo el potencial de las piedras preciosas que posee.

Dentro de las aplicaciones prácticas, se pretende conseguir con esta investigación respuestas definitivas, tácticas y estrategias de mejora para el desarrollo del ámbar en la Unión Europea.

3.1. Justificación Teórica:

Según Castillo P. (2014), en su libro “Exportaciones de Minerales desde la República Dominicana hacia Mercados Internacionales”. La República Dominicana necesita mayor participación en el mercado extranjero, principalmente en el mercado europeo en vista de las numerosas ventajas que lo caracterizan, por esta razón se deben explotar los sectores en los que se tiene mayor ventaja competitiva. El sector minero dominicano es uno de los más ricos en explotación, y con un desarrollo enfocado puede alcanzar la misma preponderancia que el sector turístico y agropecuario.

3.1.2. Justificación Metodológica:

Las exportaciones de Ámbar Dominicano con un enfoque industrial y comercial pueden representar la innovación del sector minero en el país, puede motivar el turismo y la Inversión Extranjera Directa al mostrarse en mercados internacionales. El provecho que puede obtenerse de esta explotación es enorme gracias a que Republica Dominicana es uno de los mayores productores de esta piedra.

3.3.3. Justificación Práctica:

La siguiente investigación se realizará con el fin de presentar y evidenciar la importancia de dar respuesta a un problema que viene presentándose desde hace un tiempo en este país, la concentración única de dos sectores para generar beneficios económicos.

4. Marco Referencial

4.1. Marco Teórico:

El Ámbar

“El ámbar es un material sumamente valorado no solo por sus cualidades estéticas, sino fundamentalmente por las creencias asociadas a él; su finalidad principal era la fabricación de “amuletos”, que aseguraban a sus portadores protección contra el “mal de ojo” especialmente a los niños”. (Lowe, 2004, p. 21) Las creencias forman parte esencial de la cultura, y es esta un sello permanente de todas las naciones. Al igual que Lowe se tiene la creencia de que el Ámbar además de ser una piedra preciosa con un valor no solo monetario sino también estético, pues se caracteriza por las creencias que arraigan a esta.

Por otro lado, “El embajador de China Popular, Gao Shoujian, declarara la localidad de El Valle como "la capital del ámbar en el Caribe", y anunciara el interés de su país de cooperar con las autoridades dominicanas para la exportación de la piedra preciosa...Se estima que la comunidad guarda un inmenso tesoro de ámbar amarillo, azul, rojo y blanco que, explotado industrialmente, puede cambiar la vida económica del municipio” (Vega, 2013) De acuerdo a Vega, el ámbar puede ser una fuente económica que sustente la vida de muchas familias, al igual que es un producto de gran potencial exportador, por lo tanto puede representar una fuente de ingreso a la República Dominicana.

“Del mismo modo, la extracción del ámbar es una tarea riesgosa. Los "cazadores o buzos" en ocasiones excavan hasta 30 y 40 pies de profundidad y no encuentran un gramo. El trabajo no es regulado. El Ministerio de Minería no lo reglamenta, lo que en muchas ocasiones ha provocado que los agujeros sepulten a "cazadores", cifra que ha llegado a ser al menos tres en los últimos siete años” (Vega, 2013). Vega expone un importante punto, la extracción de ámbar se ha llevado a cabo de una manera irregular. Se debe prestar atención a este suceso y tomar cartas en el asunto de modo que se regule y se tenga total control del proceso.

También Pérez expone que” La exportación de ámbar a países como China, Corea y Taiwán genera buenas ganancias para los comerciantes extranjeros pues en esas naciones la gema se cotiza en más de 600 pesos, que es el precio del gramo de oro de 24 quilates, según artesanos de la localidad” (Pérez,2015). De acuerdo a lo planteado por Pérez los países asiáticos representan una gran oportunidad de negocio para la exportación de esta gema, por tanto, a la hora de realizar un plan de exportación se debe tomar en cuenta estos países.

Por otra parte, Pérez (2015) indica que “Esta fiebre por el ámbar generó una nueva forma de hacer negocio, como la renta de minas, hasta en seis mil pesos mensuales, pero hay que trabajar ocho horas diarias, a más de 20 metros de profundidad, para extraer la resina. Con suerte, el inquilino puede sacar piezas valoradas en cientos de pesos; de lo contrario llega a poner dinero de su bolsa, para la renta.” Bien es cierto que la necesidad de extraer esta piedra ha causado que se generaran nuevas formas para generar empleos, de modo que aporta al crecimiento económico de la nación.

Según Mollinedo (2014) las “Organizaciones de artesanos exigen la prohibición de extranjeros en la compra de ámbar en bruto para su exportación, porque la mejor resina con insectos fosilizados, que datan desde hace 25 millones de años, está siendo saqueada en grandes cantidades hacia China, Hong Kong y Estados Unidos”. Se ha vuelto una gran dificultad el hecho de que algunas naciones se nieguen a la exportación del Ámbar como materia prima para ser procesada, sin embargo, refuto esta idea que no se debe mezclar lo cultural, ya que en esencia esta no se pierde.

De acuerdo con Vega (2013) "La historia del ámbar data de millones de años, y esta piedra preciosa está diseminada mayormente en las secciones Yanigua y San Rafael, zonas con extraordinarias condiciones ecoturísticas y el turismo de montaña. Largos túneles, soportados por árboles cortados en los bosques de la zona de amortiguamiento del parque nacional Los Haitises, hacen de esta zona un lugar de alto riesgo, dada la gran cantidad de cavernas y hoyos cavados por los buzos del

ámbar". El ámbar dominicano es una piedra semipreciosa que se desarrolla en zonas ecoturísticas, zonas que son explotadas día a día para de allí realizar joyería y poner a la venta. El área de donde mayormente se extrae según investigaciones de campo es Yanigua y San Rafael desde hace muchos años. Es un área no segura debido a las excavaciones que realizan los que indagan para encontrar la piedra.

Por otro lado, "La extracción del ámbar es una de las tareas más riesgosas que tienen que pasar "cazadores o buzos" del vegetal, quienes, en ocasiones excavan hasta 30 y 40 pies de profundidad y no encuentran un gramo. En los bosques y las aguas del río Yanigua al oeste del municipio, hombres y mujeres están diariamente sin desmayo y con esfuerzo a buscar la preciosa piedra, siendo las secciones San Rafael y Yanigua, los lugares donde se han descubierto los mayores yacimientos de la resina de amapola, el árbol que destila la leche de su corteza y de la cual se forman las piedras de ámbar" (Manuel Antonio Vega, 2013). La excavación necesaria para encontrar esta piedra es una tarea difícil para quien se dedica a su búsqueda, esto debido a que en ocasiones deben cavar hasta 40 pies de profundidad para obtener resultado, ponen su vida en peligro cada día arriesgándose a sufrir algún accidente.

Sin embargo, "Hace dos años comenzaron a llegar hombres de Corea, China y Taiwán, llegaron al pueblo chiapaneco con portafolios repletos de billetes para comprar piezas de ámbar de color rojo y amarillo, el de mayor calidad y belleza, que ya se agotó de las minas de 25 millones de 164 años de antigüedad. En La Pimienta, una comunidad de Simojovel, trabajan de siete de la mañana a las tres de la tarde para extraer la resina" (Fredy Martin Pérez, 2015). En algunos lugares del mundo, en donde esta piedra es conocida los inversionistas internacionales se preocupan por su extracción y compran a los campesinos los fragmentos recolectados. Estos campesinos trabajan sin descanso desde la mañana hasta la tarde para encontrar piezas de ámbar y poder venderlas, es el sustento de muchas familias alrededor del mundo.

Según el CEI-RD "En la elaboración de la artesanía de ámbar y Larimar se incorpora un componente de oro y plata que actualmente son importados, los cuales bajo el amparo de esta Ley de Reactivación y Fomento de las Exportaciones podrían ser introducidos en el país con la suspensión de los derechos de importación, bajo el Régimen de Admisión Temporal, si estos minerales vienen en bruto; si por el contrario, se importa la prenda elaborada, tales como cadenas, anillos, etc., para completarlas en el territorio nacional con piedras de ámbar, larimar u otras, entonces se beneficia del Sistema de Reintegro de Gravámenes de esta misma Ley.6" (CEI – RD, 2011).

El ámbar y larimar cuentan con fusiones importadas a nuestro país, estas complementan la joyería que se realiza con estas dos piedras semipreciosas. La Ley de Reactivación y Fomento de las Exportaciones hace que el oro y la plata usados para complementar dicha joyería se acate bajo la suspensión de los derechos de importación. Esta el caso de que se importe la joya elaborada totalmente y se compren a nivel nacional en la República Dominicana beneficiará al país con el pago de impuestos del importador ya que no estará utilizando el régimen mencionado anteriormente.

Por otro lado, "Para que un productor nacional obtenga los beneficios derivados de los TLCs y los acuerdos preferenciales, debe cumplir con las reglas de origen establecidas por los países de referencia. Una regla de origen sirve para determinar desde qué país proviene un producto a fin de fijar las tasas de tarifas. Las reglas de origen son distintas según los países. Para los fines del SGP de Estados Unidos, la Regla de Origen establece que la suma del costo o valor de los materiales fabricados en el país beneficiario más el costo directo de procesamiento, deberá ser igual, por lo menos, al 35% del valor estimado del artículo en el momento de entrar a los Estados Unidos. La Aduana de los Estados Unidos generalmente evalúa el producto al valor de compra, es decir, el precio que se pagó por el artículo para ser exportada a los Estados Unidos" (CEI – RD, 2011).

En el caso de los artesanos de la República Dominicana, quienes deseen en su momento implementar la tarea de exportar a algunos países sus obras deben acatarse a las reglas de origen dentro del TLC para que de esa forma se puedan dar las tasas específicas para el producto en mención. En el caso de uno de los principales socios comerciales del país, Estados Unidos se toma como referencia el precio que se paga por el artículo para exportarlo a ese país.

También, "El ámbar está compuesto principalmente por carbono, hidrogeno, oxigeno. Se trata de la resina fosilizada de árboles que crecieron hace millones de años. Se forma de una resina vegetal residual de algunos árboles que existieron hace 25 a 40 millones de años y fue con el tiempo que sufrió un proceso de fosilización formando masas irregulares y extensas dentro de los estratos de arenisca y pizarras arcillosas de la edad terciaria" (Lucie H. 2015). Los componentes del ámbar datan de millones de años de antigüedad, a través de los años el mismo ha sufrido un sin número de modificaciones las cuales hicieron que formaran masas dentro de partes areniscas en la edad terciaria. Estos componentes milenarios han perdurado mostrando la fortaleza de la piedra y su valor.

De acuerdo con Lucie (2015) "Los arboles producían una resina como una protección contra enfermedades de insectos, cuando la corteza de un árbol era herida debido a rotura o a un ataque por escarabajos de madera u otros insectos o por otras razones. Por esta razón, suele contener insectos y plantas perfectamente conservados que quedaron atrapados en la pegajosa resina antes de su fosilización". Los arboles de donde es derivado el ámbar poseían una protección especial debido a una resina que evitaba enfermedades. Por esto en algunas ocasiones en el acto de extraer la piedra se observan hallazgos de insectos incrustados en estas, se conservan intactas debido a las propiedades protectoras de esta resina. En la actualidad aún se pueden observar estos casos.

Exportaciones a la Unión Europea

La República Dominicana es un gigante del Caribe, no solo por ser una de las Antillas Mayores, sino también por la estabilidad política y económica del país, el

marco legal de incentivos existente, la excelente red de carreteras que facilita el transporte interno, una plataforma portuaria y aeroportuaria que nos hace el país mejor conectado de la región, personal capacitado para satisfacer las exigentes necesidades del mercado, así como estratégicos acuerdos comerciales y ventajas que nos han convertido en el principal destino de inversión y en la economía de mayor crecimiento de la región, con un incremento de un 7 % del PIB en el año 2015. (CEI-RD, 2015).

El sector exportador dominicano ha sido uno de los grandes beneficiarios de este sobresaliente clima de negocios. Esto queda firmemente evidenciado en los números: las exportaciones han aumentado en un 55% en la última década, con un crecimiento promedio anual de un 4.5%. Hemos logrado colocar bienes de reconocido valor en los mercados internacionales, y diversificar tanto nuestra oferta como los destinos a los que llegan productos “Made in DR”, resultado de una estudiada estrategia de Gobierno diseñada para fortalecer al sector y ejecutada de la mano a los exportadores dominicanos. (CEI-RD, 2015).

Pero el potencial del país supera con creces su realidad. Consciente de esto, el Gobierno del Presidente Danilo Medina, a través del Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), se ha dado a la tarea de poner al alcance de los productores dominicanos las plataformas que les permiten promocionar sus productos y hacer contactos de negocios que se traduzcan en más exportaciones dominicanas. (CEI-RD, 2015).

Así surge RD EXPORTA 2016, la feria de exportación más grande del Caribe, una prueba más del compromiso serio y sincero del Gobierno con el sector exportador. Llevemos una vez más lo mejor de lo nuestro al mundo: este es el momento para exportar.

4.2. Marco conceptual

- **Gema:** “Una gema, también llamada piedra preciosa, es una roca o mineral que al ser cortado y pulido se puede usar en la confección de joyas u objetos artísticos. Otras son creadas por el hombre con resina y pigmentos, o bien, son de origen vegetal, como el ámbar, o animal, como la perla (producida por una ostra) y el coral (formado por pequeños pólipos acuáticos)” (Solans, 1984).
- **Extracción:** “Es un procedimiento de separación de una sustancia que puede disolverse en dos disolventes no miscibles entre sí, con distinto grado de solubilidad y que están en contacto a través de una interface” (Museo Geológico Virtual de Venezuela, 2016).
- **Exportación:** “Una exportación es cualquier bien para la economía o el servicio enviado fuera del territorio nacional. La exportación es el tráfico legítimo de bienes y/o servicios desde un territorio aduanero hacia otro territorio aduanero” (Daniels, 2004).
- **Fósiles:** “Son los restos o señales de la actividad de organismos pretéritos. Dichos restos, conservados en las rocas sedimentarias, pueden haber sufrido transformaciones en su composición (por diagénesis) o deformaciones (por metamorfismo dinámico) más o menos intensas” (Museo Geológico Virtual de Venezuela, 2016).
- **Resina:** “La resina es una secreción orgánica que producen muchas plantas, particularmente los árboles del tipo conífera. Es muy valorada por sus propiedades químicas y sus usos asociados, como por ejemplo la producción de barnices, adhesivos y aditivos alimenticios” (Real Academia Española, 2014).

4.3. Marco Espacial:

Esta investigación se llevara a cabo desde la República Dominicana.

4.3.1. Marco Temporal:

Este trabajo se realizara en el segundo semestre del 2017.

6. Aspectos Metodológicos

La técnica que se usará en esta investigación será la técnica documental, pues esta permite la recopilación de información para enunciar las teorías que sustentan el estudio de los fenómenos y procesos. La misma incluye el uso de instrumentos definidos según la fuente a la que se hace referencia en dicho momento.

Con el fin de esclarecer los objetivos de la investigación, “Acceder al mercado del ámbar dominicano a la Unión Europea” (objetivo general) y “Analizar las diversas formas de exportación del ámbar en el mercado europeo” (objetivo específico), se utilizarán las entrevistas y cuestionarios.

Con respecto a la entrevista se puede destacar que mediante ésta se recopila información en base a una conversación profesional, con la que además de adquirirse información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista de la educación ya que los resultados dependen del nivel de comunicación que se logre entre los participantes.

El objetivo de la entrevista es adquirir información con expertos en la materia de fósiles, en especial el ámbar, acerca de lo que se ha estudiado hasta el momento, con el fin de indagar acerca del trabajo y motivar en cada paso de la investigación a mejorar el resultado obtenido. En el caso de los cuestionarios, serán utilizados como un instrumento básico para medir la cantidad de comerciantes que se dedican a la extracción del ámbar, que opinan los trabajadores sobre los métodos de extracción del mineral y las mejoras que pudieran establecerse en esta industria.

6.1. Tipos de estudio:

El tipo estudio de investigación a utilizar será el exploratorio, ya que con esta investigación se desea dar una visión general de tipo aproximativo respecto a una determinada realidad.

Este tipo de investigación se realiza especialmente cuando el tema elegido ha sido poco explorado y reconocido, y cuando aún, sobre él es difícil formular hipótesis precisas o de ciertas generalidades.

Gracias a este tipo de estudio y la recopilación de estos datos, la industria puede dar pie a más investigaciones iniciadas gracias a la idea de ampliar la comercialización de esta piedra.

6.1.1. Fuentes y técnicas

El tema del ámbar en República Dominicana aún no tiene fuentes confiables ni una industria desarrollada en específico, por lo que las informaciones obtenidas no son de fuentes amplias.

Es más notorio y más factible el uso de la entrevista a los involucrados para la recolección de información sobre el proceso y desarrollo del mismo.

El método de investigación a usar será el deductivo-analítico donde se estudiará un fenómeno o problema desde el todo hacia las partes, es decir analizaremos el concepto para llegar a los elementos de las partes correspondientes. La deducción es un proceso que parte de un principio general ya conocido infiriendo en consecuencias particulares. Además, es analítico pues se llegará a conclusiones luego de un análisis de las partes y vertientes involucradas para adquirir potencial.

En el caso de la explotación y comercialización del ámbar, según se denota el desarrollo de este segmento se puede decir que el área obtendría un mejor desarrollo y ventaja competitiva si este tuviese un enfoque diferente al actual que es el detalle. Mediante el experimento de esta nueva comercialización se comprobará en el futuro que esta industria tiene un especial potencial.

7. Tabla de contenido

8. Bibliografía

9. Cronograma de trabajo

No.	Actividad	Meses													
		1				2				3				4	
		Duración (15 Semanas)													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	Ajuste del anteproyecto	■													
2	Establecer contacto con la población objeto de estudio		■	■	■										
3	Elaborar y ajustar instrumentos para recolectar información					■	■								
4	Elaborar marco teórico						■	■	■	■	■	■			
5	Aplicar los instrumentos y recoger información							■	■	■					
6	Procesar los datos										■	■			
7	Describir los resultados										■	■	■		
8	Analizar los resultados											■	■	■	
9	Elaborar o redactar el informe final												■	■	■
10	Revisión del informe final por parte del asesor													■	■
11	Entregar el informe final														■

10. Presupuesto

Ingresos Miles de RD\$		Egresos Miles de RD\$	
Aportes	25,000.00	Pago asesorías	6,000.00
Aportes institucional	8,000.00	Libros y papelería	15,00.00
		Transcripción de documentos	5,000.00
		Viáticos	1,000.00
		Honorarios personal de apoyo	5,000.00
		Otros gastos	1,000.00
Total Ingresos	33,000.00	Total Egresos	33,000.00