



DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS & EMPRESARIALES ESCUELA DE
MERCADOTECNIA Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

TÍTULO DE LA MONOGRAFÍA:

ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA EXPORTACION DE PIÑA DE ORIGEN
DOMINICANO HACIA ISRAEL, PERIODO 2021.

SUSTENTANTES:

FRANCHESKA REMIGIO 2016-2910

KARL CASTILLO 2015-1162

ASESORES:

LIC. ABNER LORA

LIC. ARIEL GAUTREAUX

MONOGRAFIA DE GRADO PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIATURA
EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SANTO DOMINGO, DISTRITO NACIONAL

ABRIL DEL 2021.

**ESTUDIO DE VIABILIDAD PARA LA EXPORTACION DE
PIÑA DE ORIGEN DOMINICANO HACIA ISRAEL,
PERIODO 2021.**

INDICE

| | |
|---|------------|
| DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS | 1 |
| RESUMEN | 5 |
| INTRODUCCION | 7 |
| CAPÍTULO I:..... | 9 |
| INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE REPUBLICA DOMINICANA E ISRAEL | 9 |
| 1.1. Sobre el Estado de Israel..... | 10 |
| 1.2. Antecedentes del intercambio..... | 40 |
| 1.3. Situación actual del intercambio. | 44 |
| 1.4. Exportaciones e importaciones bilaterales..... | 46 |
| 1.5. Oportunidades de negocios | 57 |
| 1.6. Acuerdos suscritos vigentes. | 58 |
| 1.7. Evaluación del mercado y producto. | 58 |
| CAPÍTULO II:..... | 61 |
| PERFIL ECONOMICO DE LA PIÑA..... | 61 |
| 2.1 Conceptualización y Características. | 62 |
| 2.1.1 Cultivo de la piña..... | 64 |
| 2.2. Producción mundial de la piña. | 65 |
| 2.3 Mercado mundial de la piña..... | 67 |
| 2.4 Producción de piña en la república dominicana..... | 70 |
| 2.6 Aspectos relevantes para la viabilidad de la exportación..... | 73 |
| CAPÍTULO III:..... | 74 |
| PLAN DE EXPORTACION HACIA ISRAEL..... | 74 |
| 3.1. Propuesta de estrategia de internacionalización..... | 75 |
| 3.2. Marco legal regulatorio para la exportación | 80 |
| 3.2.1. Normativas nacionales..... | 80 |
| 3.2.2. Normativas internacionales | 81 |
| 3.3. Determinación de factibilidad de exportación | 82 |
| CONCLUSIONES | 92 |
| RECOMENDACIONES | 96 |
| BIBLIOGRAFIA | 99 |
| ANEXOS | 100 |

ÍNDICE DE TABLAS

| | |
|---|----|
| Tabla 1: Principales indicadores sociales de Israel. | 11 |
| Tabla 2: Festividades del calendario israelí. | 15 |
| Tabla 3: Indicadores políticos: Estado de Israel. | 19 |
| Tabla 4: Acuerdos comerciales por parte de Israel. | 23 |
| Tabla 5: Principales indicadores macroeconómicos, años 2015-2017. | 25 |
| Tabla 6: Aspectos Comerciales y de Inversión. | 29 |
| Tabla 7: Documentación necesaria para exportar a Israel. | 35 |
| Tabla 8: Productos exportados desde República Dominicana a Israel, periodo 2013-2017, valores USD Miles. | 51 |
| Tabla 9: Productos importados por República Dominicana desde Israel periodo 2013 – 2017, valores USD Millones. | 54 |
| Tabla 10: Principales países exportadores. | 69 |
| Tabla 11: Países exportadores de piña entre los años 2016-2018. | 69 |
| Tabla 12: Costos estimados. | 82 |
| Tabla 13: Costos estimados segunda parte. | 83 |
| Tabla 14. Costos estimados tercera parte. | 83 |
| Tabla 15: Costos estimados cuarta parte. | 84 |
| Tabla 16: Capacidad y volumen. | 87 |

ÍNDICE DE GRÁFICOS

| | |
|---|-----------|
| Gráfico 1: Exportaciones de la República Dominicana a Israel, 2001-2017, valores USD millones..... | 47 |
| Gráfico 2: Importaciones de la República Dominicana desde Israel, 2001-2017, valores USD millones..... | 48 |
| Gráfico 3: variedades más demandadas a nivel nacional. | 63 |
| Gráfico 4: Producción y cosecha..... | 66 |
| Gráfico 5: Principales países productores de piña..... | 67 |
| Gráfico 6: comercio mundial de la Piña. | 68 |
| Gráfico 7: Regiones productoras de piña. | 71 |
| Gráfico 8: Exportaciones de piña entre los años 2014-2018. | 72 |

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

| | |
|--|-----------|
| Ilustración 1: Israel..... | 10 |
| Ilustración 2: Producción mundial de piña. | 65 |
| Ilustración 3: Producción nacional de piña. | 70 |
| Ilustración 4: Procesos de internacionalización. | 76 |
| Ilustración 5: Proceso de análisis..... | 77 |

DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, le dedico este gran logro a Dios por darme el regalo de la vida, brindarme la oportunidad de haber llegado hasta esta etapa tan importante e inestimable de mi formación académica profesional, por haberme dado inteligencia, sabiduría y ser mi guía durante todos estos años y sobre todo para llevar a cabo esta investigación final.

A mis padres Francisco Manuel Castillo Ramírez y Guillermina De Jesús Cueto Sosa quienes se esforzaron en sobremanera, me ofrecieron su apoyo y dedicación.

Padre: estoy infinitamente agradecido por tu apoyo incondicional, por tu invariable presencia en mi vida, por creer en mi ciegamente y por impulsarme a ser cada día una mejor persona.

Madre: gracias por tu amor absoluto el cual es mi pilar de vida, eres mi mayor ejemplo y me siento plenamente feliz y dichoso de poder expresar lo orgulloso que estoy de ti. Gracias por tu apoyo emocional sin el cual nunca hubiera llegado hasta donde estoy hoy y por enseñarme que aun cuando tropiezo puedo levantarme y caminar con más firmeza.

A ustedes que fueron siempre mis pilares, mis ejemplos, mi impulso y me dieron las fuerzas para no decaer cuando las cosas se tornaban complicadas. ¡Este logro es de ustedes! LOS AMO.

Gracias Jendry Stephanie Suarez Lappost por el apoyo incondicional fuera de la universidad para mantenerme balanceado.

Agradecer a mi amiga Ana Lisbeth Vasquez Martinez, por ser parte importante de este recorrido, agradezco lo compartido y tu apoyo incondicional.

KARL CASTILLO

A DIOS:

Por ser nuestro guía y permitirnos salir a camino en cada adversidad presentada a lo largo de mi trayecto universitario, siempre haciéndome entender que aunque muchas veces su voluntad nos puede hacer sentir inconforme con nuestros deseos sus caminos son llenos de verdad y están en la dirección correcta.

A NUESTRAS FAMILIAS:

Quiero iniciar agradeciendo a mi madre Nancy Margarita Casado Sánchez y mi padre Diomedes Antonio Remigio Pichardo por brindarme su comprensión, amor y sobre todo el apoyo incondicional que me han dado toda la vida para cumplir todas y cada una de mis metas. Iniciamos el trayecto juntos y aunque no lo terminaremos de la misma manera sé que lo mejor de cumplir mis sueños es llenarlos de orgullos. Han sido testigos, motivo de impulso para no desistir dándome fuerza permanente durante todo el camino de mi desarrollo profesional. GRACIAS POR TANTO AMOR!

También para agradecer a mis hermanos Julio César Figuerero Casado y Randy Yorkin Figuerero Casado con quienes siempre conté durante toda la carrera y me brindaron el apoyo que solo los hermanos pueden dar, siempre en las malas y en las buenas me comprendieron. GRACIAS POR SIEMPRE ESTAR!

A MIS AMIGAS Y AMIGOS:

Quiero agradecer a mi mejor amiga Katherine Ovallez porque siempre poder contar con su apoyo a no desistir de mis metas cuando más sentía que no podía continuar, siempre has estado para mí dándome esas palabras de aliento justo en el momento exacto que las necesitaba y eso es algo que siempre apreciaré.

También a mis amigas Karla, Sahirubi, Indira, Laura y Lisbeth que durante años me han mostrado lo fácil que es el camino cuando te rodeas de las personas correctas. Gracias por cada día que compartimos, cada experiencia, por la comprensión a mis defectos y enseñarme a valorar mis virtudes, sobre todo por esta amistad que trascendió fuera de la universidad. Las quiero muchísimo chicas!

Quiero agradecer a mis amigas Yuleidy, Ana Julia y Maria, Siempre estamos en combate porque al final del día queremos lo mejor para cada una y siempre que llega un momento de éxito hacemos la tregua para celebrar. Qué bueno ha sido para mí compartir cada éxito que me he proyectado con ustedes, gracias por estar conmigo en este camino.

Ya para finalizar pero no menos importante quiero agradecer a Carlos Rincon que durante años fue mi soporte y que aunque nuestros caminos no estén en la misma dirección sé que siempre podré contar contigo. Estuviste conmigo en los momentos más difíciles y no dudaste nunca en ayudarme en todo lo que podías y eso es algo que tendré siempre colgado de mi corazón. Más que un gran amigo fuiste familia para mi al igual que Viví, Tico Y Chanel. Gracias por todos los momentos vividos. Los quiero mucho a todos estaré eternamente agradecida con la amistad que me han brindado.

FRANCHESKA REMIGIO

RESUMEN

El presente estudio tiene como objetivo evaluar la factibilidad para la exportación de Piña hacia el estado de Israel, a efectos de contribuir con la competitividad nacional de las empresas del sector agrícola dominicano.

El análisis se realizó considerando el posicionamiento que tiene la nación en el mercado internacional la piña, ya que fruto de la calidad y la capacidad de producción existente, se considera oportuno potencializar las relaciones comerciales en mercados extranjeros. De manera que, acogido a las regulaciones nacionales e internacionales existentes, resulta apropiado simular un escenario que facilite la posterior consideración del empresariado dominicano.

En este sentido, el análisis del sector agrícola y su impacto en la competitividad nacional reviste particular interés, pues la República Dominicana se ha hecho un nombre en el mercado internacional. Sin embargo, la mayoría de la producción para exportación está destinada a satisfacer ciertas demandas particulares y, por tanto, quedan abiertas las puertas hacia nuevos horizontes.

Con un enfoque descriptivo, el estudio se realizó en tres etapas: 1) Se analizó la situación, en general, del intercambio comercial entre República Dominicana e Israel; 2) Se realizó perfil económico sobre la piña; y 3) Se estructuró el plan de exportación considerando las informaciones recopiladas.

Entre los principales hallazgos del estudio, se determinó la factibilidad de exportación hacia el estado de Israel, por su alta demanda del producto y su actual incapacidad para producir. Además, se consideró que se debe agotar el proceso de exportación de forma progresiva (en dos fases: ocasional y habitual), con el objetivo de adaptarse a los cambios y exigencias del mercado.

INTRODUCCION

El comercio y la inversión entre países ha sido fuente importante del crecimiento económico en todas las naciones del mundo. Por supuesto, República Dominicana, como país en vía de desarrollo, no escapa de la realidad de la globalización y el comercio internacional.

La República Dominicana es miembro de múltiples organizaciones internacionales, que aseguran la libre circulación de bienes y servicios dentro del marco del comercio internacional. Asimismo, sostiene relaciones diplomáticas con más de 129 países, donde en su mayoría presentan potencialidad para negocios e inversión, como es el caso del Estado de Israel.

La nación Dominicana y el estado de Israel comienzan a establecer relaciones diplomáticas a mediados del siglo pasado, a raíz de la emigración de los judíos de todo el continente europeo.

Para República Dominicana, que en gran medida depende del comercio para su desarrollo (principalmente de la fertilidad de sus tierras), las relaciones comerciales resultan indispensables para alcanzar el avance socioeconómico.

A partir de lo anterior, la presente investigación pretende describir el mercado de exportación de piña en república Dominicana, así como sus implicaciones para la exportación en materia de procesos, requisitos y normativas. Además, a partir de sus antecedentes (basado en la historia y el intercambio comercial actual) y los

hallazgos del presente escrito, se pretende inferir sobre la factibilidad de la operación de comercio internacional y sus beneficios bipartitos.

CAPÍTULO I:

**INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE REPUBLICA
DOMINICANA E ISRAEL**

CAPÍTULO I: INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE REPUBLICA DOMINICANA E ISRAEL.

1.1. Sobre el Estado de Israel

Aspectos Sociales

Ilustración 1: Israel.



Fuente: (CEI-RD), 2016)

Israel tiene una superficie de 20,325 km², se sitúa en el Medio Oriente y está limitado al norte con El Líbano, Siria al nordeste, Jordania al este y al sur con Egipto. (Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), 2016)

División territorial

Israel está dividido en 6 distritos, en los cuales su población se distribuye de la siguiente manera: Jerusalén (12.5%), Norte (16.3%), Haifa (11.6%), Central (24.5%), Tel Aviv (16.2%), Sureste o Meridional (14.4%). (Central Bureau of Statistics, 2016)

Tabla 1: Principales indicadores sociales de Israel.

| Indicador | Resultado |
|---------------------------------|---|
| Población | 8,628,600 personas (Al final del 2017) |
| Grupos étnicos | <ul style="list-style-type: none">• Judíos 74.7%• No judíos un 25.2% (mayormente árabes) |
| Estructura de Edad | De 0-14 años: 27.51%, de 15-24 años: 15.53%, de 25-54 años: 37.17%, de 55-64 años: 8.46%, de 65 años y más: 11.33%. |
| Tasa de Crecimiento | 1.51% (2017) |
| Población en área urbana | 92.3% |
| Mayores zonas urbanas | Tel Aviv-Yafo (4,011,000 millones), Haifa (1,135,000 millones); Jerusalén (capital, 907,000 personas) (2018) |
| Densidad | 432 hab/km ² |
| Esperanza de Vida | 82.5 años |

| | |
|----------------------------|---|
| Tasa de fecundidad | 3.11 nacimientos por cada mujer (2016) |
| Tasa de natalidad | 18.1 nacimientos/1,000 personas (2017 est.) |
| Tasa de mortalidad | 5.2 muertes/1,000 personas (2017 est.) |
| Idioma | Hebreo (oficial), árabe (usado por la minoría árabe), inglés (lengua extranjera más hablada). |
| Religión | Judíos 74.7%, musulmanes 17.7%, cristianos 2%, Drusos 1.6%, otros 4% (2016 est.) |
| Tasa de Alfabetismo | 97.8% (2011) |

Fuente: CIA World Factbook, Naciones Unidas, Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, Ministerio de Asuntos Exteriores y Cooperación de España, Banco Mundial, Institute for economics & piece, Central Bureau of Statistics.

Población

Al momento en el que Israel declara su independencia el 14 de mayo de 1948, la población israelí era de 780,000 personas (630 000 judíos y 150 000 árabes). Esta cantidad se ha multiplicado significativamente en setenta años debido a la masiva inmigración de judíos y al crecimiento alto y estable de nacimientos.

Cultura

La cultura israelí data de un legado hebreo de más de cuatro mil años, caracterizado por un período de sionismo por más de un siglo y actualmente con más de medio

siglo como Estado moderno. Es por su antigüedad que la cultura judía se caracteriza por ser sólida y con identidad propia impulsada por su población heterogénea, conformada en su mayoría por inmigrantes. Su cultura está fuertemente arraigada a su religión y sus costumbres son derivadas de las mismas. (Embajada de Israel en la República Dominicana, 2018)

Religión

La religión oficial de Israel es el judaísmo. La población judía suele comer solo alimentos Kosher, es decir la comida preparada y certificada por la ley. Esta certificación no permite carne de cerdo o mariscos, ni mezclas de carne y productos lácteos. Otra costumbre religiosa es guardar el Shabbat o día de descanso, que comienza el atardecer del viernes y culmina el sábado en la noche. En este día no se permite trabajar. (National Geographic Kids, 2018)

Existen también musulmanes, cristianos y otras religiones menores y por ley se garantiza la libertad de culto. (Ministerio de Relaciones Exteriores de Israel, 2013)

Idiomas

El idioma oficial de Israel es el hebreo, aunque el árabe es utilizado por la población minoritaria árabe. El inglés es también utilizado como lengua extranjera e idioma de negocios. (Central Intelligence Agency (CIA), 2018)

Cultura de negocios

A continuación, algunas pautas culturales que deben llevarse a cabo y tener pendiente a la hora de comercializar con israelíes:

- **Horario:** La semana de trabajo israelí comienza el domingo y finaliza el jueves, pero algunas compañías y centros de comercio laboran hasta el mediodía del viernes. El día de descanso oficial es el *Shabat* (sábado). (Legiscomex, 2013)
- **Calendario y días festivos:** El Estado y la sociedad israelí tienen su propio calendario oficial en el cual fijan todas las festividades anuales y es usado por toda la comunidad judía alrededor del mundo. (González, 2017). A continuación, los días feriados en el calendario judío, tomando en cuenta que las fechas pueden variar cada año.

Tabla 2: Festividades del calendario israelí.

| Festividad | Fecha |
|---|--------------------------------|
| Pascua | Entre Marzo/Abril |
| Purim (carnaval) | Marzo/Abril |
| Día de la independencia de Israel | 14 de mayo o fechas cercanas |
| Shavuot (Pentecostés) | Mayo/Junio |
| Rosh Hashana (Año nuevo) | Septiembre/Octubre |
| Festividad | Fecha |
| Yom Kipour (Día de expiación) | Septiembre/Octubre |
| Souccot (Fiesta de las cabañas) | Octubre |
| Simhat Tora (Inicio de la lectura del Torah) | Octubre |
| Hanucca (Festival de las luces) | Finales de Noviembre/Diciembre |
| Período de Pessah (Pascuas) | Abril |
| Período de Souccot (Fiestas de la cabaña) | Octubre |

Fuente: Banco Santander, 2018. Elaboración propia.

- **Generalidades de la cultura de negocios:** La cultura israelí se basa en las relaciones y en las emociones, a diferencia de las culturas occidentales que se basan en las reglas y en los hechos como base fundamental de confianza. (Banco Santander, 2018)
- **Formas de dirigirse a otras personas:** Se debe llamar a un israelí por su título y apellido, pero si no tiene título se puede utilizar el Sr. o Sra., y el apellido de la persona. Con más confianza, se prefiere usar el nombre de pila. Es altamente recomendable aprender correctamente la pronunciación de los nombres en hebreo y árabe, según corresponda. (Banco Santander, 2018)
- **Saludos:** Habitualmente, se saluda con un apretón de manos, tanto al inicio como al final, y se dice la palabra “Shalom”, que traducido es “paz” y se dice indistintamente como un hola o adiós. En Israel no se saluda con besos y se debe tomar en cuenta que los judíos ortodoxos no saludan a las mujeres dándole la mano. (Legiscomex, 2013)
- **Relaciones de negocios:** Las reuniones de negocios en Israel pueden ser sorpresivas y espontáneas, a la vez se debe tomar en cuenta que un retraso de más tardar veinte minutos no debe ser considerado como un atraso. Después de mucho tiempo de interacción, el israelí suele ser más informal en el trato.

En los negocios, los israelíes prefieren la cena para negociar y estrechar lazos de amistad. Es importante tener en cuenta si la persona israelí con quien trata es religiosa para mantener el respeto de sus costumbres en la mesa. Es de buen visto invitar a la otra parte a tomar alcohol. (Banco Santander, 2018)

No es conveniente conversar sobre la situación política árabe-israelí. Dentro de las negociaciones, es de suma importancia ir con ofertas competitivas, ya que los empresarios israelíes suelen estar muy informados de la oferta internacional en su sector. Deben dejarse las negociaciones de precio para el final de la reunión y tomar en cuenta que los regateos suelen ser duros por lo que se recomienda partir con un amplio margen base. (Legiscomex, 2013)

- **Obsequios:** Para los hogares, es de buen agrado llevar chocolates, flores o vino. En lo profesional, se aprecian la entrega de libros relacionados con la cultura del país de la otra parte y suvenires de la empresa. (Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), 2016)
- **Comunicación de negocios:** Durante las reuniones de negocios, son comunes las interrupciones (llamadas, que otras personas entren a la oficina). Es muy importante entregar a la otra parte una agenda de negocios bien definida con los objetivos que se desean obtener en la negociación y es de buena educación dejar que el israelí termine el contrato de sus concesiones finales al terminar las negociaciones. (Banco Santander, 2018)

- **Vestimenta:** El israelí esperan ver a la otra parte vestida según la etiqueta de negocios de su país. Vestirse como un israelí puede traer confusión y rechazo. (Banco Santander, 2018)
- **Tarjetas de presentación:** No es costumbre en Israel el intercambio de tarjetas de presentación, aunque el acto ha ido en aumento. Es importante entregarla al iniciar a la reunión y solicitar a la parte israelí la suya. (Banco Santander, 2018)

Aspectos Políticos

El Estado de Israel posee un sistema de gobierno de tipo parlamentario, funciona en base al principio de la separación de poderes, que asegura el control y equilibrio del sistema, siendo estos el legislativo, el ejecutivo y el judicial. El jefe del Estado es el presidente, donde sus funciones simbolizan la unidad y soberanía del Estado. (Israel Ministry of Foreign Affairs, 2013)

La autoridad legislativa de Israel es la Knéset, un parlamento unicameral conformado por 120 miembros, los mismos son elegidos para un periodo de cuatro años mediante un sufragio universal. La Knéset es la encargada de elegir al presidente del Estado, quien será el jefe del Estado por un periodo de siete años. (Banco Santander, 2018)

Así mismo, el Gobierno o el gabinete de ministros administra los asuntos interiores y exteriores del país, se encuentra dirigido por un primer ministro quien es

responsable ante la Knéset de forma colectiva. (Ministerio de Relaciones Exteriores de Israel, 2010)

En la actualidad, el presidente del Estado de Israel es Reuven Rivlin y su primer ministro es Benjamín Netanyahu.

Tabla 3: Indicadores políticos: Estado de Israel.

| | |
|--|--|
| Índice de Gobernanza Mundial | 0.671, puesto 49/179 (año 2011). |
| Índice de Percepción de la Corrupción | 62, puesto 32/180 (año 2017). |
| Índice de Calidad Institucional | 0.7865, puesto 28/190 (año 2016). |
| Índice de Democracia | 7.79, puesto 30/167 <i>Democracia defectuosa</i> (año 2017). |
| Índice Mundial de Fragilidad | 78.5, puesto 67/178 (año 2018). |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de World Governance Index, Libertad y progreso, Transparency International, The Economist Intelligence Unit y Fragile States Index.

Según los indicadores mostrados en la tabla anterior, el Estado de Israel se encuentra en el puesto 49 en el Índice de Gobernanza Mundial, el cual proporciona una imagen general del modo de dirigir en 179 países del mundo, de igual modo, esta calificación indica que Israel se encuentra en una buena situación en el modo de administrar la nación. Así mismo, ostenta el puesto número 32 de 180 en el Índice de Percepción de la Corrupción, lo que indica que sus habitantes distinguen un nivel bajo en el ámbito de corrupción comparado con el resto de los países del ranking.

En cuanto a la calidad institucional, el país ocupa el puesto 28 de 190 que comprende el índice, lo que indica que las instituciones públicas israelíes son buenas en comparación a las restantes del índice; en cambio, se muestra como una democracia imperfecta, teniendo el puesto número 30 en el índice de democracia, esto se puede identificar con la brecha existente en los derechos civiles del país, principalmente por la minoría árabe, quienes no tienen voz para decidir qué partido político israelí controlará cada aspecto de sus vidas. (Sustainable Governance Indicators, 2016)

De igual modo, el Estado de Israel posee el puesto número 67 entre los 178 países que mide el Índice de Fragilidad Estatal, el mismo, permite hacer un ranking anual para 178 naciones basado en los niveles de estabilidad de los países y las presiones a las que se enfrentan, Israel posee una puntuación que se considera como alerta elevada, lo que indica que el país se encuentra vulnerable a futuro colapsos.

Política exterior

Para la economía de Israel, el comercio internacional desempeña un papel fundamental. Debido a esto, el país cree en la primacía de las negociaciones comerciales multilaterales como instrumento principal para la expansión del comercio y de la prosperidad mundial. Al mismo tiempo, la nación estima que sus acuerdos regionales y bilaterales complementan las obligaciones multilaterales y permiten llevar adelante la liberalización del comercio y el mejoramiento de los vínculos políticos. Por ello, en años recientes la economía israelí se ha integrado, de manera rápida y eficiente, en el sistema mundial de comercio mediante la concertación de acuerdos comerciales y el desarrollo de nuevas relaciones entre países. (The Jewish Policy Center, 2015)

En la actualidad, Israel mantiene relaciones diplomáticas con 157 países, entre los cuales solo figuran dos estados árabes (Egipto y Jordania), de igual modo posee 8 acuerdos de libre comercio.

Según la OMC, el régimen comercial de Israel es transparente y han tenido lugar reformas comerciales, tomando como particularidad los aspectos de valoración aduanera y facilitación del comercio. Por ello, la estrategia general de comercio internacional de Israel es la de firmar tantos acuerdos de libre comercio como sea posible para poder facilitar las exportaciones israelíes en todo el mundo, a su vez, desarrollar y mejorar una economía competitiva en el país. (Organización Mundial del Comercio (OMC), 2013)

En este sentido, Israel ha adoptado una política comercial que busca ser más liberal y abierta. Por ello, estableció, en la Administración de Comercio Exterior, un departamento de política de importación que consiste en explorar caminos para facilitar más las corrientes comerciales de entrada y salida en el mercado israelí, así como para llevar a cabo medidas de liberalización. (Ministry of Economy and Industry State of Israel, 2018)

En cuanto a la inversión extranjera en Israel, en general régimen es abierto, aunque mantiene ciertas restricciones en sectores como las telecomunicaciones, el transporte aéreo y marítimo, la radiodifusión, la energía y el turismo, así como servicios postales y telegráfico, estas por razones de interés público, seguridad y culturales. También, posee acuerdos de protección de la inversión con 40 países. (Afi: Inversiones Financieras Globales, 2016)

De igual manera, Israel ofrece incentivos a las inversiones extranjeras de diferentes tipos, entre las que destacan dos, una de carácter regional, que busca favorecer las zonas poco desarrolladas del país; y otra relativa a inversiones grandes, en estas se pueden llegar a acuerdos específicos con las autoridades locales si la inversión es interesante para el país. (Ministry of Economy and Industry State of Israel, s.f.)

Acuerdos comerciales de Israel

Israel ha desarrollado una red integrada de acuerdos comerciales internacionales, los cuales cooperan armónicamente en un esfuerzo conjunto a promover el

comercio y facilitar el acceso a los mercados de exportación de del país.
(Organización Mundial del Comercio (OMC), 2013)

En la actualidad, Israel es signatario más de cuarenta acuerdos comerciales de protección de inversión extranjera, ocho acuerdos de libre comercio y dos acuerdos de régimen de Zonas Francas Calificadas (QIZ), estos últimos son áreas geográficas designadas en Egipto y Jordania que disfrutan de una condición libre de impuestos con los Estados Unidos siempre que satisfagan el componente israelí acordado según las reglas de origen. (QIZ Egypt, 2015)

Tabla 4: Acuerdos comerciales por parte de Israel.

| Acuerdos de libre comercio | | |
|--|-----------------------------|--|
| Partes signatarias | Fecha de suscripción | Entrada en vigor |
| Colombia | 30 septiembre 2013 | No vigente |
| Mercado Común del Sur (MERCOSUR) | 18 diciembre 2007 | Uruguay: 23 diciembre 2009 Paraguay: 24 marzo 2010 Brasil: 03 abril 2010 Argentina: 09 setiembre 2011 |
| México | 10 abril 2000 | 01 julio 2000 |

| | | |
|--|------------------------------------|--------------------------------|
| Turquía | 14 marzo 1996 | 01 mayo 1997 |
| Canadá | 31 julio 1996 | 01 enero 1997 |
| Unión Europea | 20 noviembre 1995 | 01 junio 2000 |
| Acuerdo Europeo de Libre Comercio (AELC) – EFTA | 17 septiembre 1992 | 01 enero 1993 |
| Estados Unidos | 22 abril 1985 | 19 agosto 1985 |
| Régimen de zonas francas calificadas (Qualified Industrial Zones -QIZ-) | | |
| <i>Partes signatarias</i> | <i>Fecha de suscripción</i> | <i>Entrada en vigor</i> |
| Egipto | 24 diciembre 2004 | Febrero 2005 |
| Jordania | Octubre 1995 | Marzo 1998 |

Fuente: Organización Mundial del Comercio (OMC), Federation of Israeli Chambers of Commerce y Ministry of Economy and Industry of Israel, Foreign Trade Department, International Division.

Aspectos Económicos

Tabla 5: Principales indicadores macroeconómicos, años 2015-2017.

| Indicadores | 2015 | 2016 | 2017 |
|---|--|--|------------------|
| PIB (USD miles de millones) | USD 299.09 | USD 317.7 | USD 350.6 |
| Crecimiento PIB (%) | 2.6 | 4 | 3.3 |
| PIB Per Cápita | USD 35,705.4 | USD 37,192.1 | USD 40,258.36 |
| Inflación (promedio anual %) | -0.6 | -0.5 | 0.2 |
| PIB Composición por sector (%) | Agricultura:1.3 Industria: 21 Servicios:77.7 | Agricultura:1.3 Industria: 20.8 Servicios:77.9 | *** |
| Tasa de desempleo (% del total de la población activa) | 5.2 | 4.8 | 4.2 |
| Deuda pública (%PIB) | 64.2 | 62.3 | 60.9 |
| Población por debajo de la línea de pobreza (%) | 22 | | |

| | |
|-----------------------------------|------------------|
| Coeficiente de GINI (2016) | 42.8 |
| Moneda | Shekel Israelí |
| Tipo de cambio (2018) | 1 ILS = 0.28 USD |

Fuente: Elaboración propia a partir de los datos obtenidos del Fondo Monetario Internacional (FMI), World Bank, Central Bureau of Statistics, Bank of Israel, Ministerio de Finanzas de Israel, Global Competitiveness Index, CIA Factbook, United Nations Development Programme.

PIB y crecimiento económico

Israel posee una economía tecnológicamente avanzada y con orientación de mercado. En 2016 el PIB israelí de USD 317 miles de millones, representó el 10.1% del PIB de la región (Oriente medio y Norte de África). El país ha tenido una tasa de crecimiento promedio en los últimos 10 años de 5.5%, sin embargo, debido a la desaceleración del consumo interno y la inversión, se ralentizó su crecimiento en 2 puntos porcentuales desde 2014 como consecuencia de la desconfianza surgida por los conflictos en Gaza. Aun así, se espera que el PIB israelí crezca en un 3.3%, para 2018. (Fondo Monetario Internacional FMI, 2018)

Según los registros del Banco Mundial en 2016 la composición sectorial del PIB israelí fue de: Agricultura 1.3%, Industria 20.8% y Servicios 77.9%, siendo este

último el de mayor magnitud y el que concentra la mayor cantidad de empleos en la economía de Israel.

Respecto a la deuda pública del país, ésta llegó a suponer más del 90% del PIB entre 1997 y 2002, pero a partir de 2003 se registró un descenso sostenido de la deuda, disminución del gasto público y aumento de las recaudaciones fiscales. En los últimos 5 años la deuda pública ha disminuido a razón de -2.4 puntos porcentuales anual, pasando a representar en 2017 el 60.9% del PIB y se estima que en 2018 suponga el 61.5%, según reportes tanto del FMI como del Ministerio de Finanzas de Israel.

PIB per cápita y desigualdad del ingreso

El PIB per cápita israelí se situó en los USD 37,192.1 (2016) frente a un PIB per cápita regional de apenas USD 7,200 (2016). Es el tercer PIB per cápita más alto de la región, siendo superado solo por Qatar (USD 59,324) y Emiratos Árabes Unidos (USD 37,622). Sin embargo, en 2011, hubo levantamientos y protestas por la desigualdad de ingresos, los altos precios de la vivienda, los productos básicos y la pobreza y desde entonces ha incrementado el descontento de la opinión pública por la desigualdad de ingresos. (Afi Fichas País, 2016)

Según el índice de GINI (2016), Israel posee una puntuación de 42.8, la cual es una desigualdad en la distribución de ingresos muy alta en comparación con demás economías de alto desarrollo humano. Sumándole a lo anterior el hecho que el 22% (2016) de la población de Israel se encuentra por debajo de la línea de la pobreza,

lleva a Israel a formar parte del listado de países pertenecientes a la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico OCDE con mayor desigualdad de ingreso. (OECD Economic Surveys, Israel, 2018)

Inflación y desempleo

Israel nació siendo un Estado en 1948 con bajos niveles de inflación, una economía que crecía con un gran componente de materias primas importadas para su producción y una actitud exportadora. Pero este panorama cambia en la década de los 70`s donde Israel tuvo una inflación promedio de 41.9%, como resultado de la Guerra de Yom Kipur o Guerra del Ramadán. Para la primera mitad de la década de los 80`s la inflación israelí paso a convertirse en una hiperinflación. Para su resolución se aplicó un programa de estabilización, con controles de la política fiscal, monetaria y cambiaria. Gracias a este, para la década de los 90`s Israel poseía una inflación controlada y en constante disminución, situándose ya para 2017 en 0.2% y según las estimaciones del Fondo Monetario internacional se espera que en 2018 se sitúe en un 0.7%.

En lo referente al empleo, desde 2004 Israel ha logrado mantener una tasa de desempleo controlada y con una tasa de decrecimiento ponderada de -7.7%, de este modo llegó a obtener una de las tasas de desempleo más bajas de la región Oriente Medio y Norte de África con 4.2% (2017), la cual fue solo superada por países de altos ingresos como Qatar (0.2%), Bahreín (1.3%), Emiratos Árabes Unidos (1.7%) y Kuwait (2.1%). Se espera que esta tasa del 4.2% se mantenga igual en 2018, según las estimaciones del FMI.

Según los distintos índices que miden competitividad, facilidad para hacer negocios y calificación de la deuda, Israel es un país que se encuentra bien posicionado tanto a nivel mundial como regional, debido principalmente a las políticas de innovación del gobierno que fomentan la inversión y el desarrollo de las industrias nacionales, la tecnología, el desarrollo del mercado financiero, las facilidades para empezar un negocio, la eficiencia del tiempo y costo para pagos de impuestos y para lograr el comercio transfronterizo, e incluso una calidad crediticia elevada y una reducida expectativa de riesgo de crédito. En este sentido, el Ranking Doing Business (2018) sitúa a Israel en el puesto No. 54 de 190 economías y el No. 2 de la región Oriente Medio y Norte de África, el Global Competitiveness Index (2017-2018) en el puesto No. 16 de 137 economías y Fitch Rating (2018) clasifico al país como A+ (estable).

Tabla 6: Aspectos Comerciales y de Inversión.

| Indicadores | Israel |
|--|-----------------------------------|
| Ranking mayor economía de exportación en el mundo | 40º (2016) |
| Balanza comercial | USD 6.6 miles de millones (2016) |
| Exportaciones de bienes y servicios (% del PIB) | 30.3% (2016) |
| Exportaciones de bienes y servicios (balanza de pagos, USD a precios actuales) | USD 96.1 miles de millones (2016) |
| Exportaciones de bienes | USD 56.2 miles de millones (2016) |

| | |
|--|---|
| Exportaciones de servicios | USD 39.9 miles de millones (2016) |
| Principales productos exportados | Diamante y otras piedras preciosas, Aparatos electrónicos, informáticos y ópticos, Productos farmacéuticos, Productos químicos (2017) |
| Principales destinos de las exportaciones | Estados Unidos, Reino Unido, Hong Kong, China y Bélgica (2017) |
| Indicadores | Israel |
| Importaciones de bienes y servicios (balanza de pagos, USD a precios actuales) | USD 89.5 miles de millones (2016) |
| Importaciones de bienes | USD 63.5 miles de millones (2016) |
| Importaciones de servicios | USD 25.9 miles de millones (2016) |
| Principales productos importados | Materias primas, Bienes de consumo, Maquinaria y equipos de transportes, Combustibles, Barcos, aviones y diamantes (2017) |
| Principales orígenes de las importaciones | Estados Unidos, China, Suiza, Alemania y Reino Unido (2017) |
| Inversión Extranjera Directa IED (entrada neta de capital) | USD 18.9 miles de millones (2017) |
| Origen IED | EE. UU. y Canadá, de Europa, y Asia, |
| Destino IED | Alta tecnología o high-tech |
| IED (salida neta de capital) | USD 6.3 millones (2017) |

| | |
|--|------------------------------------|
| Logistics Performance Index 2016 | 28º (puntuación 3.6/5) 160 países |
| DHL Global Connectedness Index 2015 | 15º (puntuación 70/100) 140 países |

Fuente: Elaboración propia con datos obtenidos del World Bank, Central Bureau of Statistics CBS, Bank of Israel BOI, Un Comtrade, Observatory of the Economic Complexity OEC, Oficina de Información Diplomática de España Ficha País Israel 2018, DHL Global Connectedness Index.

Comercio exterior y libertad económica

Las exportaciones israelíes han venido presentando desde 1980 un crecimiento sostenido, a excepción de algunos años puntuales como 2009 y 2012, en los cuales presentó ligeras bajas con respecto a años anteriores y entre 2011 y 2015 hubo fluctuaciones. Desde 2015 las exportaciones de Israel han crecido a una tasa promedio ponderada de 1.07%. Según el Central Bureau of Statistics en 2016 Israel exportó un total de USD 96.2 miles de millones y en 2017 USD 98.8 miles de millones de bienes y servicios, representando el 30% de su PIB y se posicionó como la 40º mayor economía de exportación del mundo. Sin embargo la demanda externa deja de ser la fuente esencial del crecimiento, dando ahora mayor relevancia al consumo interno y la inversión. (Bank of Israel (BOI), 2018)

En los últimos 5 años los socios comerciales de Israel se han mantenido constantes; los Estados Unidos y la Unión Europea encabezan esta lista, siendo el destino de más del 50% de la exportación de Israel. Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones seguido de Reino Unido, Hong Kong, China y Bélgica. En la Unión

Europea desatacan, Bélgica, los Países Bajos, Francia, Alemania y Suiza. (Central Bureau of Statistics, 2017)

El grueso de las exportaciones de Israel está basado en: diamantes y otras piedras preciosas 21%, aparatos electrónicos, informáticos y ópticos 18.9%, productos farmacéuticos 11.4%, productos químicos 11.3 y otros 37.4%. (Ficha País Israel, 2018)

Por otro lado, las importaciones de Israel en 2016 fueron de USD 89.5 miles de millones (en su mayoría importaciones de bienes) y representaron el 48.2% del total comercializado. Las mismas se basaron en materias primas 42 %, bienes de consumo 20%, maquinaria y equipos de transportes 18%, combustibles 11%, barcos, aviones y diamantes 9%. Los principales orígenes de dichas importaciones son Estados Unidos, China, Suiza, Alemania y Reino Unido. (Ficha País Israel, 2018)

Israel ha conseguido sustituir socios comerciales tradicionales por nuevos mercados debido a la caída de la demanda de los primeros. De este modo su comercio con Asia se ha visto incrementado. Y con respecto a las importaciones, la nueva apertura comercial de sectores tradicionales posibilita la entrada de nuevas empresas exportadoras.

Esto queda más que evidenciado con la posición 31^o en que lo coloca el Índice de Libertad Económica (2018), y cuya puntuación más elevada es en la variable de libertad comercial (85.5).

Su puntaje general ha aumentado en 2.5 puntos, con mejoras significativas en la integridad del gobierno, la salud fiscal y los derechos de propiedad. Israel ocupa el tercer lugar entre los 14 países en la región de Medio Oriente y África del Norte, y su puntaje general está por encima de los promedios regionales y mundiales.

Inversión extranjera directa

Respecto a la inversión en Israel cabe destacar que no se publica con regularidad información sobre su país de origen y sector de destino, y la información que se puede obtener no presenta la evolución cronológica y detalla de la inversión en Israel. Según el World Investment Report (2018), en 2017 Israel tuvo una entrada de Inversión extranjera Directa IED (entrada neta de capital) de USD 18.9 miles de millones la cual representó el 5.4% de su PIB y el 32.7% del total de IED recibida por la región Oriente Medio y Norte de África. EE. UU. y Canadá suponen el 49% del origen de dicha inversión, 27% de Europa, 6% Asia y 18% el resto del mundo. Inversión que en suma ha sido dirigida al sector de alta tecnología o high-tech (tecnologías de Internet, software, telecomunicaciones, seguridad, electrónica, biotecnología, defensa, aeroespacial, equipos médicos, nanotecnología, tratamiento de aguas, tecnología agraria, etc.). En el mismo año la IED saliente israelí fue de USD 6.2 miles de millones, de modo que significó una disminución de más del 50% respecto al año anterior. En 2017 el país registró una inversión en stock superior a los USD 128.8 miles de millones. Mientras que la inversión en stock israelí en el extranjero fue de USD 103.6 miles de millones. (World Investment Report, 2018)

Aspectos Legales Aplicables al Comercio Exterior

Ley sobre inversión extranjera

La Ley de Israel para el fomento de las inversiones de capital fue promulgada en 1959 y tiene como propósito atraer capital a Israel y alentar la iniciativa económica y las inversiones del capital extranjero y local con tres fines: a) Desarrollar la capacidad productiva de la economía nacional, utilizar sus recursos y potencial económico de manera eficiente y utilizar plenamente la capacidad productiva de las empresas existentes; b) Mejorar la balanza de pagos de los Estados, para aumentar las exportaciones y reducir las importaciones; c) Absorber la inmigración, distribuir la población en el área del Estado de acuerdo con el plan y crear nuevas fuentes de empleo.

La Ley proporciona ciertos incentivos fiscales a las instalaciones de producción y otras instalaciones elegibles, también funciona como una herramienta de gran importancia para las empresas al momento de realizar la planificación fiscal. (Israel Ministry of Foreign Affairs, 2013)

Documentación necesaria para el intercambio comercial con Israel

La documentación requerida por Israel para lograr el intercambio comercial con otras naciones es en parte la misma que requiere el resto del mundo, y de igual modo existe documentación específica para que mercancías provenientes de mercados extranjeros puedan entrar al país y ser comercializada

Tabla 7: Documentación necesaria para exportar a Israel.

| Documentos Comerciales | Documentos para el transporte |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Factura comercial. ✓ Factura Proforma ✓ Packing List | <ul style="list-style-type: none"> ✓ Bill of Lading ✓ Airway Bill ✓ Demás documentos de transporte. |
| Certificados | Documentos aduaneros y otros requerimientos |
| <ul style="list-style-type: none"> ✓ Certificado de origen (1) ✓ Certificado EUR-1 (2) ✓ Certificado fitosanitario (3) ✓ Certificado sanitario (4) ✓ Certificado de libre venta (5) ✓ Certificado Kosher (6) ✓ Certificado de seguridad ✓ Certificado de no radioactividad (3) | <ul style="list-style-type: none"> ✓ DUA (Documento Único Aduanero) ✓ Cuaderno ATA (7) ✓ Licencias de Importación (8) |

Fuente: Elaboración propia

1- Para la importación de determinadas plantas, 2- En caso el envío no supere los 6,000 Euros o se trate de un exportador autorizado por el Departamento de Israel, puede ser sustituido por una declaración en factura, 3-Si el producto es de origen vegetal, 4- si el producto es de origen animal o animales vivos, 5- en especial para

los cosméticos, 6- Para productos alimenticios, farmacéuticos, cosméticos o de limpieza, 7- Para importaciones temporales. 8- Para las importaciones de textiles, equipo eléctrico, productos farmacéuticos y automóviles. Fuente: elaboración propia.

Aranceles aplicados a las importaciones y/o exportaciones en Israel

En Israel se pagan derechos aduaneros por ciertos productos importados y cuya tasa va a depender de dos factores: primero, de su clasificación según la tarifa amortizada de aduanas; y segundo, del país de origen porque dependerá de la existencia o ausencia de un tratado de libre comercio. Por otro lado, están exentas del pago de este arancel las importaciones cuyo valor CIF sea inferior a 1,000 dólares y con un peso inferior a los 30 kg.

De acuerdo con la Organización Mundial del Comercio (2017), el arancel consolidado promedio de Israel es de 22%. De manera general, los aranceles o derechos de aduanas de productos industriales son bastante bajos, o casi nulos, el arancel consolidado promedio para productos no agropecuarios es de 10.2%. Lo contrario sucede con los productos agrícolas que están sometidos a aranceles más elevados, su arancel consolidado promedio es de 78.8%.

Barreras no arancelarias de Israel

A partir de 1994, Israel ejecuta medidas legislativas y reglamentarias en búsqueda de tener una política comercial más liberal y abierta, es por esto, puesto que los

derechos aduaneros están disminuyendo, la nación está buscando modos para eliminar las barreras al comercio de tipo no arancelarios. (Organización Mundial del Comercio (OMC), 2013)

Actualmente, los obstáculos no arancelarios de Israel existen en búsqueda de protección de la salud humana, la moral pública, la seguridad, el medioambiente o de conformidad con los compromisos internacionales que ha contraído. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), el país tiene en vigencia 1,098 barreras no arancelarias al comercio, donde destacan las barreras no arancelarias de tipo técnicas. (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OECD), 2018).

Las prohibiciones a la importación figuran en la Orden de aduanas de 2005 y en la Orden de libre importación de 2012, entre estas destacan los productos no certificados como “Kashrut o Kosher”, alimentos preparados de acuerdo con el ritual judío, y cuyo significado está determinado por un conjunto de criterios religiosos. Esta certificación aplica a productos lácteos, cárnicos, flores, frutas, cervezas, fármacos, productos textiles y químicos y animales, los mismos están plasmados dentro de las Órdenes mencionadas previamente.

Por otro lado, se necesitan certificados sanitarios y/o permisos de importación (expedidos antes del envío de las mercancías) para todo el material de propagación vegetal (incluidas las semillas) y la mayor parte de las demás plantas y materiales de plantas, frutas frescas, legumbres y hortalizas, algunas frutas secas, nueces y flores cortadas. Estas importaciones, al igual que las de productos derivados de

animales, así como los mismos, están reguladas por el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Israel.

Para las importaciones de ganado de cría y otros animales se necesita un permiso de importación, con este fin, las solicitudes de permisos se estudian caso por caso, en función de la especie animal, del sexo y de la situación epidemiológica del país exportador en ese momento. Los envíos de ganado deben ir acompañados de un certificado sanitario firmado por un servicio público de veterinaria en el que se declare que no ha habido ninguna enfermedad contagiosa en la zona seis meses antes del envío y que los animales no están enfermos. También se requieren certificados sanitarios para los envíos de pieles y partes de animales (piel, hueso, pezuñas, lana, pelo y cerdas).

El Ministerio de Salud es el organismo reglamentario responsable de la seguridad de los productos cosméticos y farmacéuticos. Todos los productos alimenticios y relacionados con la salud deben estar inscritos en el registro del Ministerio de Salud antes de poder venderse en Israel.

En otro sentido, las barreras no arancelarias de tipo técnicas de Israel, la Ley de normas de 1953 y sus ocho modificaciones regulan las normas, la evaluación de la conformidad, y su ejecución. En virtud de esta Ley, el Instituto de Normas de Israel (SII), una organización no gubernamental establecida por ley es la única autoridad que tiene competencia para elaborar normas y permitir a los fabricantes la utilización de la marca normativa, que indica que un producto es conforme con una norma israelí. En función de la norma de calidad que se trate, otros organismos, como los

Ministerios de Salud, Comunicaciones, Agricultura y Desarrollo Rural e Industria, Comercio y Trabajo, participan también en la elaboración o aplicación de estas.

El SII ha publicado más de 2.600 normas de calidad; 604 de ellas son obligatorias. Las normas obligatorias de calidad tienen una importancia especial en la ingeniería eléctrica y mecánica y en los alimentos. Según la OMC, de todas las barreras no arancelarias que posee Israel 1,065 son de tipo técnicas.

En cuanto al mercado, etiquetado y embalaje para la entrada al mercado israelí, todos los productos deben estar etiquetados. Los cigarrillos y los textiles deben estar etiquetados antes de su importación a Israel. La Ley de protección al consumidor establece la información que debe figurar sobre los productos de consumo o adjuntarse a ellos, el etiquetado debe hacerse en hebreo.

La Orden de Protección al Consumidor de 1983, establece requisitos de etiquetado específicos productos como artículos de uso doméstico, muebles, papel y cartones, pinturas, textiles, bolsas de polietileno, bolsos de mano y productos de tabaco. Además, los ministerios competentes fijan las normas de etiquetado para los siguientes productos: abonos, insecticidas, productos químicos, productos farmacéuticos, algunos productos alimenticios, semillas y bebidas alcohólicas. Los contenedores de productos peligrosos deben llevar una marca clara. (Afi: Inversiones Financieras Globales, 2016)

Dentro de las normas para etiquetado, destaca la de etiquetado de las prendas de Confección, la que indica que todas las prendas de vestir deben ser etiquetadas de

forma permanente en hebreo, bien antes de la importación en este país, o después de la misma en un establecimiento de venta al por mayor.

1.2. Antecedentes del intercambio.

A finales de los años 30, el terror del régimen nazi y su líder Adolf Hitler, se imponían en el continente europeo, afectando de modo particular a los judíos residentes de Alemania y Austria. En dicha época las leyes de inmigración, de los países pertenecientes al llamado mundo libre, fueron mucho más discriminatorias con aspectos de raza y religión, lo que dificultaba la inmigración de los judíos que estaban siendo víctimas de un régimen que los privaba de sus derechos. Judíos que huían de Alemania y Austria buscaban refugio en el resto del mundo para no vivir el terror de los campos de concentración nazis. (Jewish Virtual Library, 2018)

A raíz de esta situación, en 1938 Franklin D. Roosevelt, el entonces presidente de los Estados Unidos convocó a una reunión en la comunidad francesa de Evian les Brains a los países de Europa, América y Australia, con el objeto de debatir y buscar una solución a la migración y reasentamiento de los refugiados políticos judíos, y presionar a Alemania para simplificar los trámites para la salida de judíos del país. Esta reunión se conoció como la Conferencia de Evian. Pero, aunque su objetivo era brindar un apoyo a la sociedad judía que necesitaba emigrar, no se lograron grandes resultados, pues Italia y Japón primaron sus relaciones políticas con Alemania, por lo cual se negaron a participar de la conferencia, y otros países como Hungría, Polonia, Rumania o la Unión Sudafricana, donde también existía el sentimiento anti-judaísmo, solo aceptaron enviar observadores. (Wells, 2014)

La Conferencia contó con la participación de 32 naciones y entidades judías internacionales, pero la mayoría de los países no aceptaron inmigrantes alegando la difícil situación económica por la que pasaban en la época, así como el antisemitismo, producto de una masiva invasión de judíos en sus países. Estados Unidos y Australia tampoco fueron flexibles a ampliar su cuota de inmigrantes judíos, Estados Unidos aceptaría 30,000 inmigrantes judíos al año y Australia 15,000 repartidos en tres años, algunos países latinoamericanos aceptaron la entrada de pequeños grupos en los años subsiguientes. Esto volvió inútil las presiones de Estados Unidos e Inglaterra para que Alemania dejara salir a los judíos, ya que su aceptación era mínima o nula en la mayoría de los países. (Wells, 2014)

La gran diferencia la marcó República Dominicana, aceptando la entrada de 100,000 refugiados judíos al país. El entonces presidente de la República era Jacinto B. Peynado, títere del dictador Rafael Leónidas Trujillo, quien utilizó la entrada de judíos, por un lado, para congraciarse políticamente con el Gobierno de los Estados Unidos, y por el otro para “blanquear la raza”. (Embajada de Israel en la República Dominicana, 2018)

Primero, la oferta de Trujillo estaba alineada a una estrategia internacional para mejorar las relaciones y la imagen de paria luego de la matanza de nacionales haitianos en 1937, y asegurar una necesaria ayuda económica y militar de Estados Unidos. Segundo, la idea de Trujillo era que la población dominicana, que en su mayoría era y es mulata, se vería beneficiada de la importación de hombres

Europeos que se casasen con mujeres dominicanas y que por consiguiente sus descendientes poseerían rasgos europeos. (Wells, 2014)

Aunque con condiciones, la oferta era algo más que un caso de demagogia internacional; estaba ligada a una serie de iniciativas de vital importancia para Trujillo en el ámbito nacional y era una pieza importante en su estrategia para mejorar las relaciones con Washington. El general creía que no solo cerraría la fractura que la matanza había creado con Washington, sino que también permitiría a su Gobierno asegurarse una necesaria ayuda militar y económica.

Aun cuando la oferta de la República Dominicana se presentó como una solución al desolado panorama internacional, las dificultades burocráticas para la salida de los judíos de sus países de origen o incluso de los países que debían servir de tránsito, y la lentitud de las organizaciones encargadas de su gestión, imposibilitaron que el proyecto tuviera éxito en su totalidad. Entre 1940 y 1942 se habían establecido en el país menos de 500 judíos, su llegada cesó con el estallido de la guerra, y para 1947 cuando ya finalizó la guerra, el número de refugiados judíos en el país ascendió a 705. (Embajada de Israel en la República Dominicana, 2018)

Aunque el número de judíos que logró llegar a República Dominicana fue tan reducido, el Estado emitió más de 5,000 visas que permitieron que estos judíos encontrasen refugio del holocausto. (Enlace Judío, 2017)

Para lograr el asentamiento de los judíos en la República, dos instituciones de ayuda judías norteamericanas, The American Joint Distribution Committee y The American

Joint Agricultural Corp., fundaron la “Dominican Republic Settlement Association, Inc.”, esta organización fue conocida como la DORSA. Dicha organización era la representante de los judíos en territorio dominicano y se encargó de negociar con el Estado las condiciones para el asentamiento de los nuevos colonos, el resultado fue la garantía de libertad de religión y del desarrollo de sus vidas con igualdad de condiciones y sin discriminación. (Wells, 2014)

Los refugiados judíos fueron asentados en el Pueblo Costero de Sosúa perteneciente a la provincia de Puerto Plata en la Región Norte del país. Leónidas Trujillo destino 22,230 tareas de tierras para ser habitadas y cultivadas por los judíos. Una de las pocas condiciones planteadas por el Gobierno Dominicana era que los refugiados fueran personas con antecedentes agrícolas, pero el 60% de los inmigrantes judíos eran comerciantes y artesanos. Esto último dificultó su adaptación a una nueva vida en la República Dominicana, por lo que muchos de ellos emigraron a los Estados Unidos. (Embajada de Israel en la República Dominicana, 2018)

En Sosúa se construyeron dormitorios, barracas y un comedor común para recibir a los refugiados con la intención de establecer una colonia agrícola común, y poco a poco esta colonia fue creando un pueblo autosuficiente. (Embajada de Israel en la República Dominicana, 2018)

1.3. Situación actual del intercambio.

En los últimos años Israel y República Dominicana han demostrado un mayor interés por estrechar relaciones y dar cabida a la cooperación. Esta última se ha dado bajo la transferencia de tecnología, el mejoramiento de sistemas de producción agrícola, un acuerdo de servicios aéreos y la cooperación académica y de investigación.

En 2016, República Dominicana anunció la firma de once acuerdos de servicios aéreos con igual cantidad de países incluyendo a Israel. Estos acuerdos permitirán una mayor conectividad aérea y un empuje para el turismo, las inversiones y el comercio internacional. A finales de 2017, el país selló el acuerdo con Israel para que las aerolíneas realicen vuelos que buscan conectar Punta Cana y Tel Aviv, lo cual está orientado a promover el turismo religioso por parte de ciudadanos dominicanos que deseen viajar a Israel e incrementar el turismo recreativo por parte de israelíes en Rep. Dominicana.

Dentro del marco de la cooperación cultural, la Universidad Hebrea de Jerusalén firmó 20 acuerdos de colaboración académica con universidades latinoamericanas, entre las cuales se encuentran la Universidad APEC y la Universidad Católica del Cibao (UCATECI). De igual modo existe el programa de Becas Mashav que ofrece el gobierno de Israel a estudiantes dominicanos que quieran estudiar en dicho país y que ya cuenta con más de 1,000 becarios. (Embajada de Israel en la República Dominicana, 2018)

Estas buenas relaciones tuvieron el riesgo de verse empañadas en 2011, cuando el entonces presidente de la República Dominicana, Leonel Fernández Reina recibió al líder palestino Mahmoud Abbas e hizo público su apoyo a los esfuerzos de Palestina de ser reconocida como un estado ante la Organización de las Naciones Unidas (ONU); dichos esfuerzos buscaban una decisión unilateral de parte de la ONU sin dar cabida a las negociaciones con Israel, dada su historia de fuertes conflictos armados. Por esto último Israel calificó la decisión del Gobierno Dominicano de “decepcionante”, y de no tener un comportamiento que reflejara los años de amistad con el pueblo israelí. (Delgado, 2011)

En la actualidad existen proyectos de inversión privada israelí, que están enfocados en su mayoría en el sector agrícola y en la venta de productos y servicios de seguridad. En el sector agrícola las empresas que existen se benefician de los incentivos y exenciones impositivas que ofrece el país para zonas francas y zonas francas especiales.

Por otro lado, las actividades comerciales de empresas dominicanas relacionadas con Israel lo realizan por medio de las exportaciones, puesto que la presencia de inversión dominicana en Israel es prácticamente nula. Dichas exportaciones son lideradas por el comercio de instrumentos médicos, piña y tabaco, aunque no siempre las exportaciones son constantes.

República Dominicana e Israel mantienen amistades basadas en profundos vínculos históricos y culturales que facilitan el desarrollo de relaciones bilaterales, tanto a nivel diplomático como empresarial. Pero dada la inexistencia de un marco

comercial más vinculante, como acuerdos de alcance parcial o un tratado de libre comercio (TLC), y el escaso conocimiento de ambos países como mercados potenciales, limita el aprovechamiento de oportunidades comerciales y de inversión.

1.4. Exportaciones e importaciones bilaterales.

Según las entrevistas aplicadas a distintas partes que intervienen en las relacionantes comerciales y/o diplomáticas para el levantamiento de información primario, se destacó que las relaciones entre República Dominicana e Israel datan de finales de los años 40's cuando una importante población judía emigró a la nación caribeña, no obstante el intercambio comercial entre ambas naciones tiene sus inicios en la década 90's, momento en que República Dominicana comienza a importar productos industrializados y a exportar productos agrícolas o de escaso valor agregado al mercado israelí.

En general, durante la realización de este trabajo de grado, no se encontró disponibilidad de datos de los montos del intercambio entre Israel y República Dominicana previo al año 1996, en el cual el monto comercializado fue de apenas USD 151,672 y los únicos productos registrados fueron exportaciones de "chocolate y otros alimentos con cacao" e importaciones de artículos plásticos como tubos y mangueras y algunos pesticidas. Por lo que se puede inferir que el intercambio comercial entre ambas naciones en años anteriores fue mínimo o incluso nulo.

Exportaciones de la República Dominicana a Israel, 2001-2017, valores USD millones

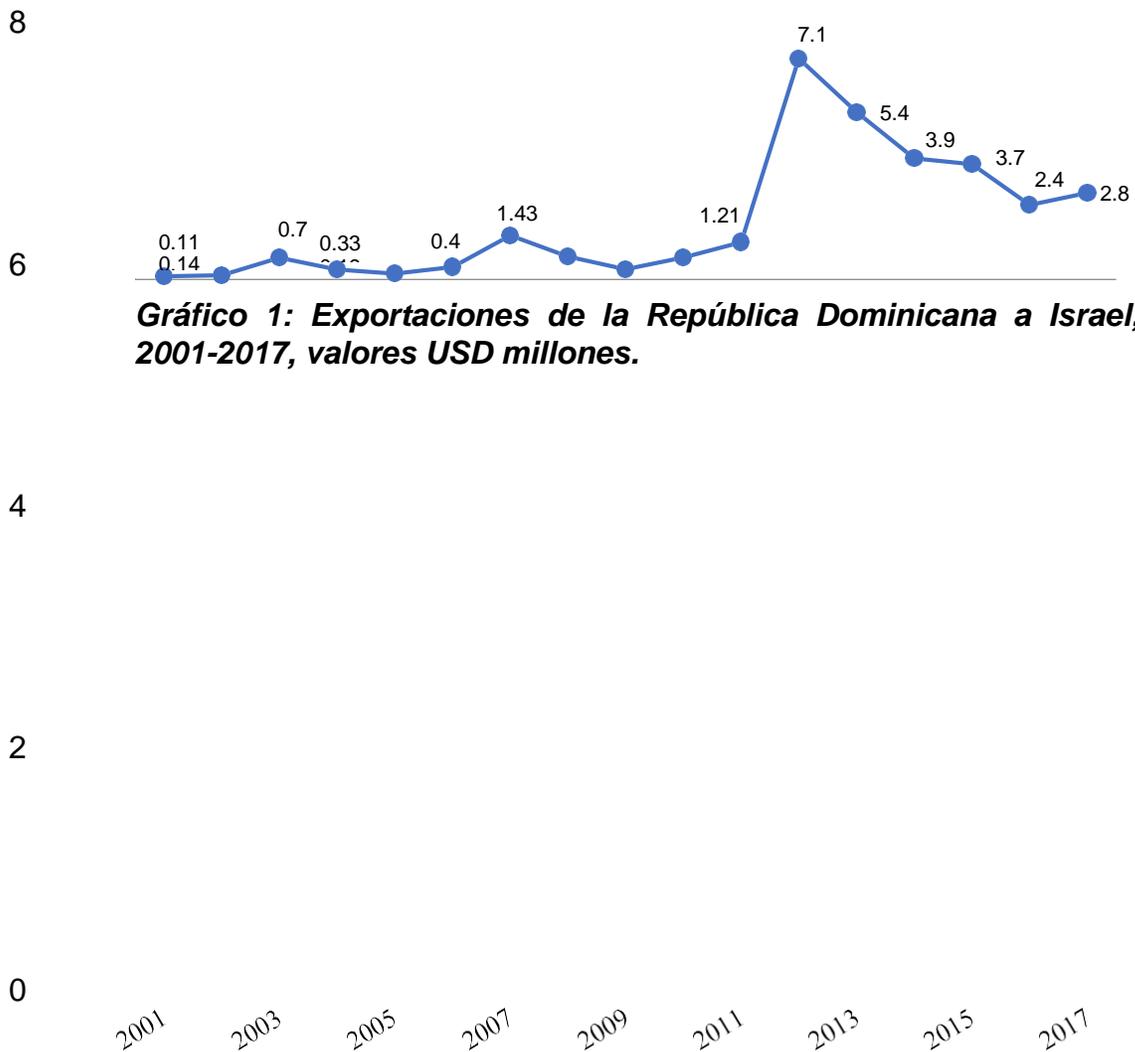


Gráfico 1: Exportaciones de la República Dominicana a Israel, 2001-2017, valores USD millones.

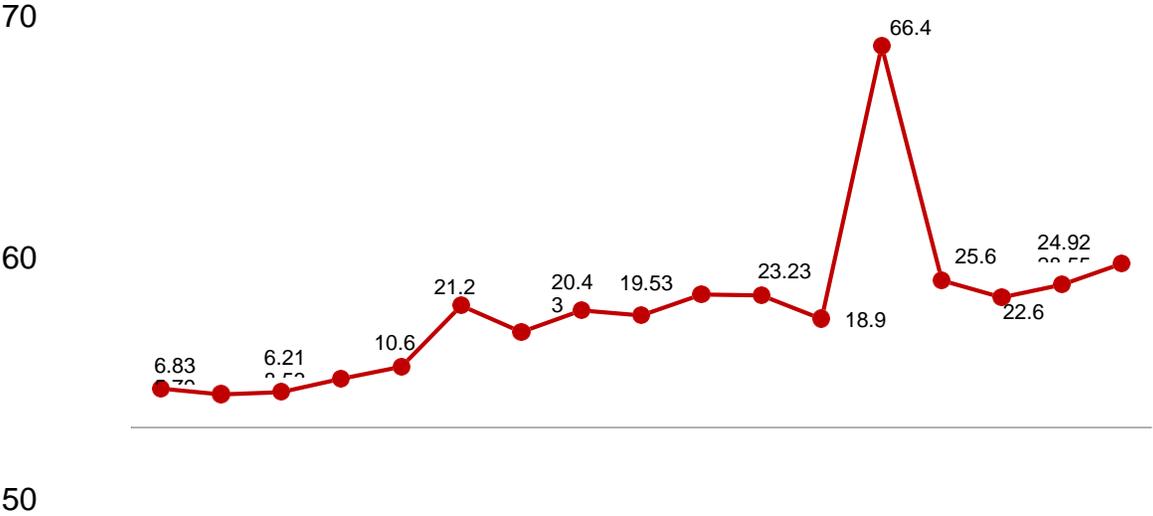
Fuente: elaboración propia, datos utilizados de UN Comtrade, reporte República Dominicana.

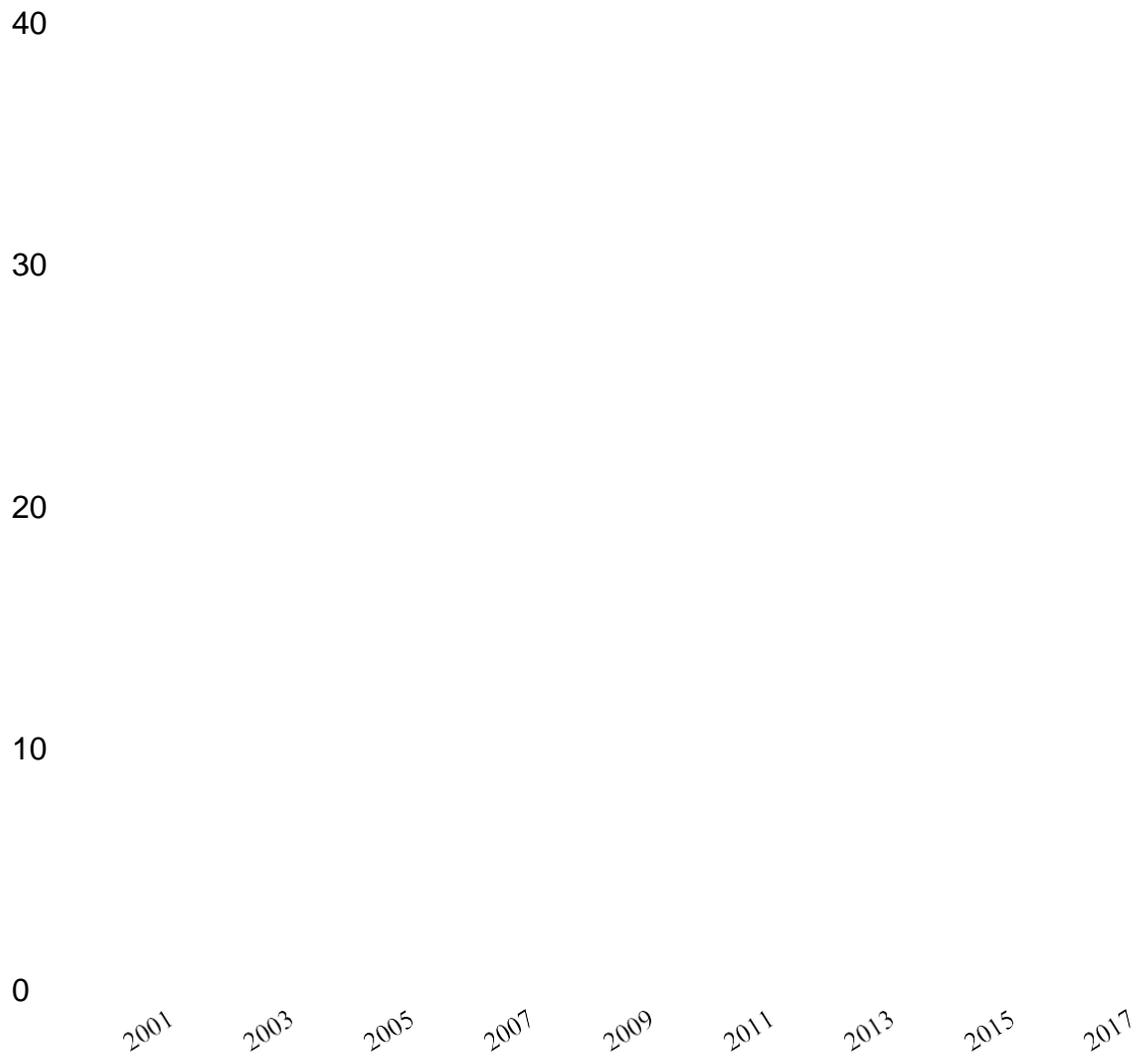
Las exportaciones dominicanas a Israel en el periodo 2001-2010 presentaron poco crecimiento y los montos exportados estuvieron por debajo de un millón de dólares,

a excepción de 2007, en el que hubo una tasa de crecimiento de 247% con respecto al año anterior y la exportación fue de poco más de USD 1.43 millones. Es a partir de 2011 cuando vuelve a producirse un incremento en los montos exportados. En 2012 dicho aumento fue del 500%, pero vuelve a decaer de manera progresiva hasta 2017 con una tasa promedio ponderada de decrecimiento de -14.4%, pasando de USD 720 miles en 2012 a USD 2.81 millones en 2017.

Las exportaciones por parte de la República Dominicana hacia Israel han sido variables, los mayores montos se han visto en el periodo 2012-2015, lo cual se debe parcialmente al aumento de las importaciones por parte de Israel desde el mundo y al levantamiento de barreras de tipo no arancelarias a la importación desde el año 2011 y la eliminación de barreras de tipo arancelaria a diversos bienes de consumo para el año 2012.

Gráfico 2: Importaciones de la República Dominicana desde Israel, 2001-2017, valores USD millones.





Fuente: Elaboración propia, datos utilizados de UN Comtrade, reporte República Dominicana.

Las importaciones dominicanas desde Israel crecieron en una tasa anual promedio ponderada de 9% en el periodo 2001-2017, el cual también muestra como las importaciones mantuvieron una línea de crecimiento constante, a excepción de 2013 donde las importaciones aumentaron a razón de 250% y caen drásticamente para 2014, pero vuelven a retomar su conducta de incremento a partir de 2015. Este aumento irregular en el año 2013 de las importaciones se debe a la compra de maquinarias de procesamiento de datos, cuyo monto conformó más del 50% de las importaciones de ese año.

Intercambio comercial productos entre República Dominicana e Israel, 2001-2017, valores USD millones

Hacia el año 2001 las exportaciones dominicanas eran de USD\$ 11 mil, mientras que las importaciones desde Israel eran de USD\$ 6.8 millones, para un déficit de USD\$ 6.79 millones, correspondiente al 99.7% del intercambio comercial; este déficit se mantuvo estable durante los años 2001 a 2004, sin embargo se empieza a ver una tendencia de incremento del déficit comercial entre ambos países a partir del año 2005, alcanzando un mínimo de USD 15.23 millones en el año 2007, en el cual República Dominicana exportó USD\$ 1.43 millones e importó USD\$ 16.66 millones.

Sin embargo, a pesar de que los montos exportados hacia Israel han aumentado, se pueden considerar como bajos en comparación a las importaciones que realiza la República Dominicana desde esta nación, en el que destaca el repunte del año

2013 con un déficit de USD\$ 61 millones, debido a la compra de máquinas automáticas para el procesamiento de datos.

Clasificación de productos comercializados

La tabla siguiente presenta los 10 principales productos exportados por República Dominicana hacia Israel, los valores comercializados en un periodo de 5 años y su porcentaje de participación respecto al total.

Tabla 8: Productos exportados desde República Dominicana a Israel, periodo 2013-2017, valores USD Miles.

| Código Arancelario | Partida Arancelaria | Valores miles USD | Participación Comercial |
|---------------------------|--|--------------------------|--------------------------------|
| 780200 | Plomo; desperdicios y desechos | 7,042.70 | 38.50% |
| 300691 | Productos farmacéuticos; aparatos identificables para el uso de ostomía | 3,184.90 | 17.40% |
| 80430 | Fruta, comestible; piñas, frescas o secas | 3,060.30 | 16.70% |
| 240210 | Cigarros, cigarros y cigarrillos; que contiene tabaco, incluido el peso de cada banda, envoltura o accesorio a la misma | 930.2 | 5.10% |
| 847160 | Unidades de máquinas automáticas de procesamiento de datos; unidades de entrada o salida, ya sea que contengan o no unidades | 719.5 | 3.90% |

| | | | |
|---------------------------|--|--------------------------|--------------------------------|
| | de almacenamiento en la misma carcasa | | |
| 640510 | Calzado; con parte superior de cuero o cuero de composición, n.e.c. en el capítulo 64 | 519.5 | 2.80% |
| 731290 | Hierro o acero; bandas trenzadas, cabestrillos y artículos similares, sin aislamiento eléctrico | 467.5 | 2.60% |
| Código Arancelario | Partida Arancelaria | Valores miles USD | Participación Comercial |
| 780110 | Plomo; en bruto, refinado | 401.9 | 2.20% |
| 200710 | Mermeladas, jaleas de frutas, mermeladas, purés de frutas o nueces y pastas de frutas o nueces; preparaciones cocidas homogeneizadas, incluso con adición de azúcar u otro edulcorante | 355 | 1.90% |
| 847780 | Maquinaria; para trabajar caucho o plásticos o para la fabricación de productos a partir de estos materiales, n.e.c. en este capítulo | 144 | 0.80% |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de la UN Comtrade.

En los últimos 5 años correspondientes al periodo de 2013 a 2017 las principales partidas arancelarias exportada al mercado israelí desde Dominicana

correspondieron a: *“Plomo, desperdicios y desechos”* con una participación del 38.5%, *“Productos farmacéuticos; aparatos identificables para el uso de ostomía”* con una participación de 17.4%, *“Frutas, comestible; piñas, frescas o seca”* con una participación de 16.7% y *“Cigarros, cigarrillos y cigarritos; que contiene tabaco”* el cual representó 5.1% del total exportado. Las cuatro categorías de productos antes mencionadas suponen el 77.7% de las exportaciones dominicanas a Israel para los años 2013- 017, las cuales correspondieron a USD\$ 14,218,100.

Según las estadísticas reportadas por la República Dominicana las primeras exportaciones de *“Plomo, desperdicios y desechos”* a Israel datan del periodo 2006-2008, en el que se destacan solo las exportaciones de 2007 con USD 273 miles, pero cesan entre 2009 y 2011. Dicha partida retomó sus exportaciones en el periodo que comprende del año 2012 a 2016, con un comportamiento variable y una tasa de decrecimiento anual ponderada de un 8%.

Ocurre un caso similar al antes mencionado con las exportaciones de los *“Productos farmacéuticos” ; aparatos identificables para el uso de ostomía”*, puesto que las exportaciones de esta partida comenzaron en 2012, en el cual apenas representaba el 7.6% del total exportado; las mismas lograron crecer a una tasa promedio ponderada de 3% entre 2012 y 2016, sin embargo, en 2017 las exportaciones disminuyeron a un ritmo de 38.8%. Los años de mayor monto exportado para esta categoría de productos fueron 2013 y 2015, en los cuales los montos fueron de USD 8.8 y USD 8.4 millones.

Por otro lado, las exportaciones de “*Fruta, comestible; piñas, frescas o secas*” datan del 2005 donde apenas representaron el 1% del total de la oferta exportable a Israel, sin embargo esta categoría experimentó una tasa de crecimiento promedio ponderada de 60% en el periodo 2005- 2017, pasando a ser el tercer producto de mayor exportación en los últimos 5 años y el número uno para 2017. En este sentido, al evaluar las estadísticas de importaciones israelíes se concluye que Rep. Dominicana fue el principal exportador de piña a Israel en 2017.

Las exportaciones de “*Cigarros, cigarrillos y cigarritos; que contiene tabaco*” son las únicas exportaciones dominicanas a Israel que desde 2001 a 2017 se han mantenido constantes, aunque su porcentaje de participación sea mucho menor que las exportaciones de productos de plomo, farmacéuticos y piña. Las exportaciones de dicha partida durante los años 2001 a 2007 incrementaron a una tasa promedio ponderada de 51%, solo para tener en igual proporción (- 50%) durante los años 2008 y 2009, sin embargo, a partir del 2010 se comienza a observar una tendencia al alza de las exportaciones de la partida, con una tasa de crecimiento promedio ponderada de 9%, en el periodo que comprende los años 2010 a 2017.

Tabla 9: Productos importados por República Dominicana desde Israel periodo 2013 – 2017, valores USD Millones.

| Código Arancelario | Partida Arancelaria | Valores miles USD | Participación Comercial |
|---------------------------|--|--------------------------|--------------------------------|
| 84719 | Máquinas automáticas de procesamiento de | 38.4 | 14.00% |

| | | | |
|--------|--|------|--------|
| | datos; presentado en forma de sistemas. | | |
| 392690 | Plásticos; otros artículos N.E. | 35.5 | 13.00% |
| 120991 | Semillas de hortalizas, de los tipos utilizados para la siembra | 11.3 | 4.10% |
| 300490 | Medicamentos; que consiste en productos mixtos o no mezclados, para usos terapéuticos o profilácticos, envasados para la venta al por menor | 5.9 | 2.20% |
| 842481 | Aparatos mecánicos; para proyectar, dispersar o pulverizar líquidos o polvos, para uso agrícola u hortícola, ya sean manuales o no manuales | 4.9 | 1.80% |
| 250100 | Sal (incluida la sal de mesa y la sal desnaturalizada); cloruro de sodio puro, ya sea en solución acuosa o no. | 4.7 | 1.70% |
| 380892 | Fungicidas; puesto en formas o empaques para la venta al por menor o como preparaciones o artículos | 4.2 | 1.50% |
| 760720 | Aluminio; papel de aluminio, respaldado con papel, cartón, plástico o soportes similares. | 3.9 | 1.40% |

| | | | |
|--------|---|-----|-------|
| 852580 | Cámaras de televisión, cámaras digitales y videocámaras | 3.8 | 1.40% |
| 940600 | Edificios; prefabricado | 3.6 | 1.30% |

Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de UN Comtrade.

En los últimos 5 años correspondientes al periodo de 2013 a 2017 las principales partidas arancelarias importadas por Rep. Dominicana desde Israel correspondieron a: *“Máquinas automáticas de procesamiento de datos; presentado en forma de sistemas”* con una participación del 14%, *“Plásticos; otros artículos N.E”* con una participación de 13% y *“Semillas de hortalizas, de los tipos utilizados para la siembra”* el cual representó 4.1% del total exportado.

De acuerdo con las estadísticas reportadas por la República Dominicana las primeras exportaciones de *“Máquinas automáticas de procesamiento de datos; presentado en forma de sistemas”* desde Israel datan del año 2002, en el cual las importaciones fueron de apenas USD 50 miles, un monto poco significativo. El comportamiento de las importaciones de estas partidas para el periodo 2001-2017 es inestable, en el cual solo destacan las exportaciones de 2013, las cuales alcanzaron los USD 38 millones.

Por otro lado, el inicio de las importaciones de *“Plásticos; otros artículos no especificados”* desde Israel consta del año 2001 en el cual apenas representó el 0.2% del total de las importaciones, el mismo mantuvo una tendencia de crecimiento

acelerado de 47.6% hasta 2017, pasando a representar el 36.5% del total de las importaciones desde Israel para el 2017.

Un caso parecido al antes mencionado sucede con las importaciones de *“Semillas de hortalizas, de los tipos utilizados para la siembra”*, puesto que las importaciones de esta partida comenzaron en 2001, en el que representaba el 8.9% del total importado, el mismo mantuvo una tendencia de crecimiento sostenido de 9.6% hasta 2017, pasando a representar el 10% del total de las importaciones desde Israel para el 2017.

1.5. Oportunidades de negocios

Las oportunidades de desarrollo identificadas han sido las siguientes: considerar importar productos de valor agregado desde Israel, la capacitación técnica a dominicanos, posibilidad de poder exportar vía marítima y aérea en menor tiempo, así como fumigar las frutas en el puerto de destino para evitar que los productos agrícolas disminuyan el riesgo de perecer. Otra oportunidad mencionada, es que la industria de Israel puede ser un ejemplo para reenfocar los sectores productivos, industria y zonas francas a la creación de productos con mayor valor agregado que puedan interesar al mercado israelí en un futuro.

Desde la perspectiva israelí, se considera que las oportunidades de desarrollo están concentradas en el sector de tecnología, en la cual Israel es uno de los mejores en el mundo, el sector seguridad, tecnología agrícola y educación, a través de las becas Mashav. Otras oportunidades expresadas son el turismo religioso, por parte

de República Dominicana y turismo simple por parte de Israel, con el aumento de flujo de comercio por el proyecto de vuelos directos a Israel de la Junta de Aviación Civil.

Además, República Dominicana tiene la oportunidad también de convertirse en un HUB de Israel en el Caribe, para la distribución y producción especializada de tecnología israelí para el mercado de Latinoamérica, siendo esta una oportunidad de gran potencial para el país.

1.6. Acuerdos suscritos vigentes.

Vale resaltar que tanto la República Dominicana como el Estado de Israel gozan de los beneficios de la multilateralidad, ya que forman parte de la Organización Mundial del Comercio (OMC). En ese sentido, dentro del marco de la OMC, tienen ciertas obligaciones, como la aplicación de los principios de Nación Más Favorecida (NMF) y de Trato Nacional de manera recíproca.

Actualmente, la República Dominicana y el Estado de Israel no cuentan con un Acuerdo Comercial.

1.7. Evaluación del mercado y producto.

El sector productivo que más se ha visto beneficiado del intercambio comercial, así como de la inversión entre Israel y República Dominicana, ha sido el sector primario, tanto por las exportaciones agrícolas, que representan el 45% del total exportado,

las inversiones de capital israelí en el sector agrícola, como por la transferencia de conocimientos y tecnologías para el mejoramiento de procesos en dicho sector.

En la actualidad, ambas naciones mantienen el Acuerdo Bilateral de Cuarentena, por ello, se aplica un protocolo para el cultivo, manejo y exportación de las piñas dominicanas a Israel. En virtud de este acuerdo, existen solo 12 fincas, empacadoras y fumigadoras autorizadas por el Departamento de Sanidad Vegetal de la República Dominicana en conjunto con el Servicio de Inspección y Protección de Plantas de Israel (PPIS), para la exportación de piñas.

Las inversiones más notables en agricultura son las de Maguana Tropical y Fenix Trading. El primero, un proyecto en San Juan de la Maguana de producción de tomates cherry y cocos secos para distribución nacional y exportación a Israel. El segundo, una finca y empacadora de inversión capital dominico-israelí que exporta piñas y limones. Para su funcionamiento ambos utilizan la mano de obra local.

Además, República Dominicana exporta hacia Israel alrededor de US\$3.6 millones al año, sobre todo de piña fresca, un producto que ofrece al país una ventaja en ese mercado en comparación con otras naciones de América Latina.

Según Roberto Spinder (2020), presidente de la cámara de comercio israelí para América Latina, durante su participación en el conversatorio virtual “Exportaciones agropecuarias dominicanas a Israel, oportunidades de negocios” organizado por la Universidad APEC, la República Dominicana debe aprovechar el período septiembre 2020-2021 para potenciar las exportaciones de frutas y verduras hacia

Israel, ya que que cada siete años, ese país se toma un año sabático y deja descansar la tierra, por lo que opta por exportar esos productos, lo cual provoca un aumento en la demanda.

“Las personas que respetan la religión dejan descansar la tierra y no consumen frutas y verduras que han sido cultivadas en ese año en Israel, por lo que se abre esa oportunidad para la exportación de esos productos de todos los países del mundo, ya que depende del mercado internacional”, dijo Spinder. (Nova, 2020)

CAPÍTULO II:
PERFIL ECONOMICO DE LA PIÑA.

CAPÍTULO II: PERFIL ECONOMICO DE LA PIÑA

2.1 Conceptualización y Características.

La piña es el fruto de la planta conocida como Ananás; los portugueses continúan manteniendo este nombre originario que para los indígenas significa "fruta excelente". Su nombre científico es "ananás comosus".

Es una pequeña herbácea perenne con 30 o más hojas espinosas y puntiagudas que rodean un grueso tallo. El fruto de la piña se desarrolla a partir de pequeñas bayas fusionadas. Es grande y de forma ovoide, con una dura y espinosa cáscara cerosa compuesta por muchas secciones octogonales. La pulpa blanco amarillenta es dulce y ácida.

En la actualidad es una fruta altamente cultivada principalmente en América, África y Asia. Debido a sus características gastronómicas se ha convertido en uno de los productos originarios de América Latina que más éxito y aceptación ha tenido en Europa y en otras partes del mundo.

Es rica en vitamina C. Es diurético y muy recomendable en quienes padecen gota, artritis y celulitis. El consumo de manera regular de piña, ayuda a eliminar toxinas de nuestro organismo. Debido a esto, se recomienda incluir la piña en las dietas para adelgazar.

El fruto de la piña tiene propiedades que mejoran la circulación sanguínea, por lo que se recomienda que las personas que padecen de hipertensión, o presentan

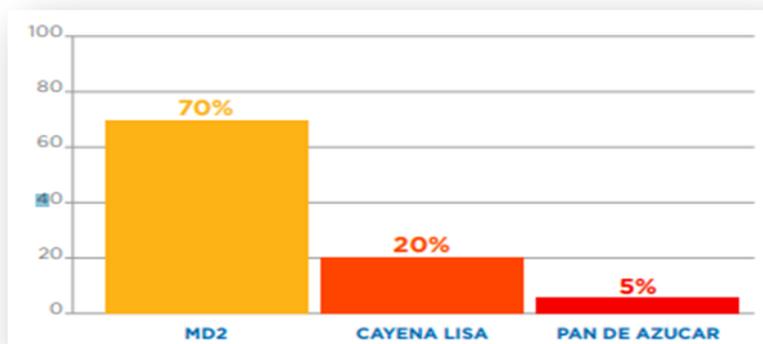
antecedentes familiares de trombosis o ataques cardíacos lo ingieran de forma frecuente.

La piña se caracteriza por su refrescante y delicioso sabor dulce con un toque ácido o cítrico. Muchas personas consumen este fruto después de una comida grande debido a que la misma ayuda en el proceso de digestión. Además, sirve como un ingrediente en la elaboración de platos alimenticios.

Se reconocen varios tipos de piña, pero las clases más conocidas son: Smooth Cayenne, (tamaño medio de forma alargada), Queen (tamaño pequeño y redonda. Muy buen sabor pero de poco jugo), Red Spanish (ideal para fabricar piña en conserva), Pernambuco (Brasil), Enanas (Baby Sudáfrica), Amazonas (Sudamérica, de tamaño grande y muy sabrosa).

En República Dominicana, las variedades más demandadas a nivel nacional son:

Gráfico 3: variedades más demandadas a nivel nacional.



Fuente: (CEI-RD, 2019)

2.1.1 Cultivo de la piña

La piña es una planta herbácea perenne con un sistema radicular superficial. Su reproducción se realiza por vía vegetativa. Los retoños (o bulbillos), producidos por la planta tras la fructificación, sirven para las nuevas plantaciones. Las coronas también pueden utilizarse, pero este procedimiento es más lento y menos productivo. Aunque en estado natural la piña puede producir varias frutas en los sucesivos ciclos de producción, la producción industrial necesita, por su parte, la plantación de un nuevo material vegetal después de cada ciclo. Dependiendo de las condiciones pedoclimáticas y las variedades, se extiende en promedio, de 14 a 20 meses a lo largo de tres etapas:

1. La plantación de los retoños y su crecimiento (de 6 a 7 meses);
2. La floración hasta la recolección (de 5 a 6 meses);
3. La producción de retoños para nuevas plantaciones (de 3 a 6 meses).

La condición esencial para su cultivo es la temperatura: no puede ser inferior a aproximadamente 25°C para garantizar un crecimiento normal de la planta y su fructificación. Sus necesidades de agua son moderadas, lo que explica que las plantaciones estén repartidas en las zonas intertropicales. (UNCTAD, 2017)

- **Recolección y transporte**

La recolección es principalmente manual. Los recolectores pasan entre las hileras y recogen las frutas, bien rompiendo el pedúnculo, bien cortándolo con una herramienta cortante. Las frutas se colocan en cajas de recolección o en mochilas

con alveolos independientes para cada fruta. Al final de cada hilera, se cargan en remolques y se conducen a las plantas de envasado. A menudo se aplica un tratamiento antifúngico para prevenir el posible desarrollo de moho.

En las grandes plantaciones de América Central, el procedimiento de recolección está más mecanizado. Un vehículo adaptado pasa por las parcelas, los recolectores siguen una hilera definida, extraen la fruta y la depositan en el transportador tractor que conduce las frutas hasta el borde de la parcela. Se colocan en cajas contenedor de madera de una capacidad de aproximadamente 2,5 toneladas que se llevan a las plantas de envasado o a los centros de transformación.

Las estructuras más tradicionales proceden por lo general envasando directamente la fruta en la parcela en cajas de calibres diferentes (entre 6 y 12 frutas). (UNCTAD, 2017)

2.2. Producción mundial de la piña.

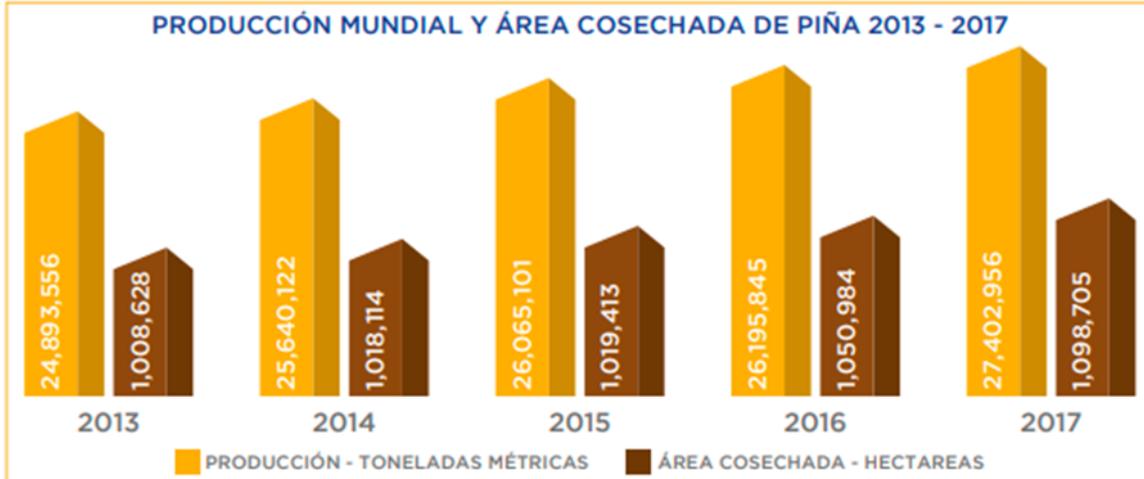
Según los registros de la FAO, en el año 2017, la superficie mundial dedicada al cultivo de la piña alcanzó una totalidad de 1, 098,705 hectáreas, siendo los siguientes países los mayores productores:

Ilustración 2: Producción mundial de piña.



Fuente: Cei-RD

Gráfico 4: Producción y cosecha.

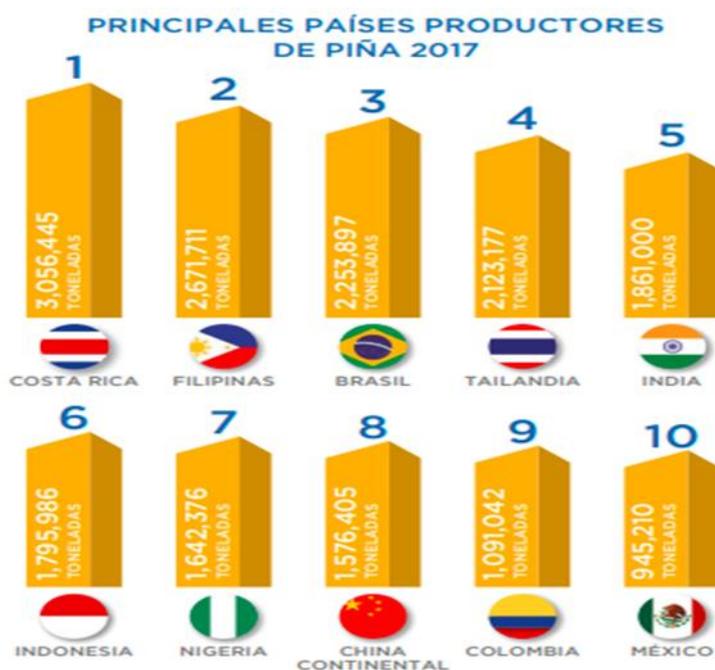


Fuente: Cei-RD

En el período 2013/2017, la producción de piña a nivel mundial ha ido en aumento, motivado por la creciente demanda de esta fruta. En el 2013 la producción mundial se situaba en 24.89 millones de TM y a partir de este año se observa un crecimiento continuo hasta los 27.40 millones de TM en el 2017. El crecimiento se sitúa en un 10% en el período.

Los principales países productores de Piña en el 2017 fueron Costa Rica, Filipinas, Brasil, seguido de Tailandia e India. A continuación se muestra un cuadro con los 10 principales países productores de piña con su producción en toneladas. (CEI-RD, 2019)

Gráfico 5: Principales países productores de piña.



Fuente: Cei-RD

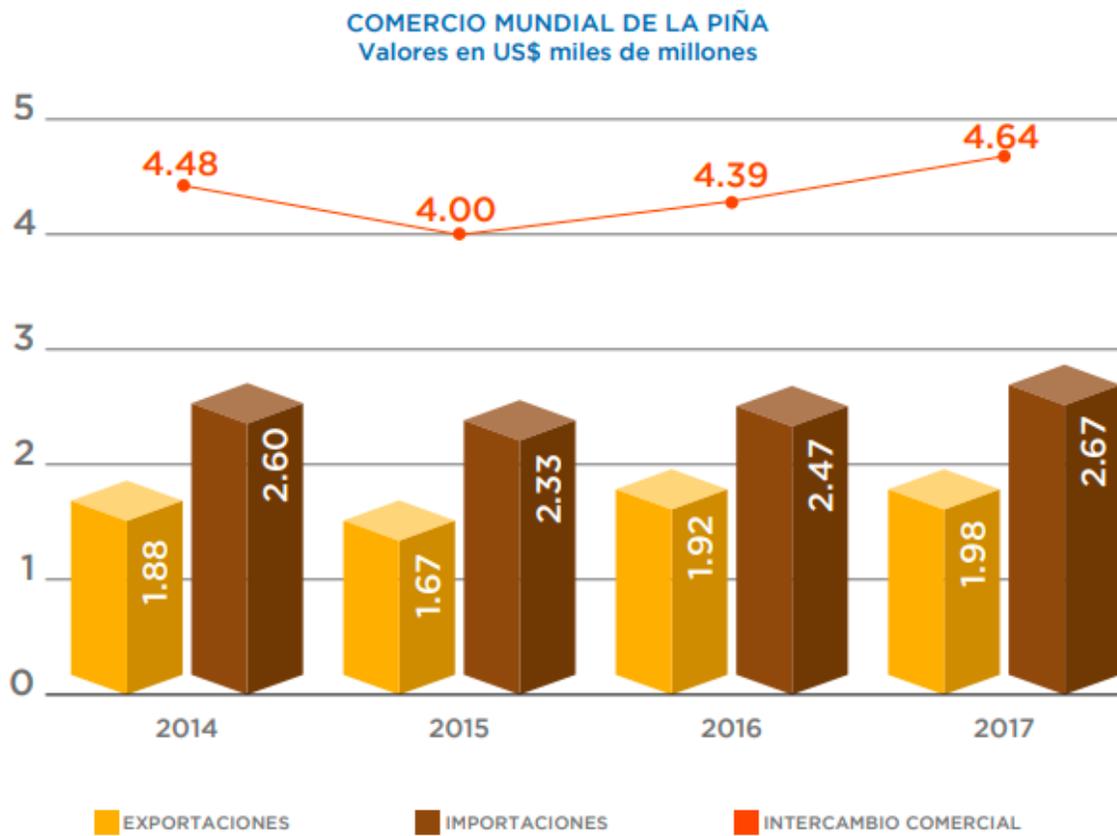
2.3 Mercado mundial de la piña.

El comercio de la piña con el mundo en el período 2014- 2017 totalizó US\$17.51 miles de millones, con una tasa de crecimiento promedio 1.25%. De este total, US\$7.44 miles de millones corresponden a exportaciones hacia el mundo, mientras que US\$ 10.07 miles de millones corresponden a importaciones del mundo, lo cual equivale a un déficit comercial para la piña de US\$ 2.63 miles de millones, es decir que el mundo importa más piñas de las que exporta.

Para el periodo de análisis, se observa el cambio registrado en las relaciones de comercio entre 2014 y 2017. Las exportaciones mundiales experimentaron un crecimiento promedio de 1.74% en los últimos tres años, mientras que las

importaciones aumentaron 0.89% en el mismo período. (CEI-RD, 2019)

Gráfico 6: comercio mundial de la Piña.



Fuente: Cei-RD

Tabla 10: Principales países exportadores.

Principales Países Importadores de Piña 2016-2018
(Valores en Miles de US\$)

| USA | PAÍSES BAJOS | REINO UNIDO | CHINA | ALEMANIA |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
| 2016 721.57 | 2016 170.31 | 2016 131.86 | 2016 109.43 | 2016 158.73 |
| 2017 749.41 | 2017 182.71 | 2017 148.24 | 2017 145.80 | 2017 144.13 |
| 2018 725.99 | 2018 259.03 | 2018 133.24 | 2018 182.73 | 2018 156.85 |
| PART. % 2017 28.12% | PART. % 2017 6.86% | PART. % 2017 5.56% | PART. % 2017 5.47% | PART. % 2017 5.41% |

Fuente: Cei-RD.

Estados Unidos es el país que más demanda el producto a nivel mundial, seguido de Holanda, Inglaterra, china y Alemania, respectivamente.

Tabla 11: Países exportadores de piña entre los años 2016-2018.

Principales Países Exportadores de Piña 2016-2018
(Valores en Miles de US\$)

| COSTA RICA | FILIPINAS | PAÍSES BAJOS | BÉLGICA | USA |
|---|---|---|---|---|
|  |  |  |  |  |
| 2016 905.31 | 2016 228.41 | 2016 227.41 | 2016 105.44 | 2016 101.48 |
| 2017 980.60 | 2017 201.09 | 2017 180.95 | 2017 110.43 | 2017 97.19 |
| 2018 - | 2018 191.98 | 2018 245.30 | 2018 108.43 | 2018 90.26 |
| PART. % 2017 49.53% | PART. % 2017 10.16% | PART. % 2017 9.14% | PART. % 2017 5.58% | PART. % 2017 4.91% |

Fuente: Cei-RD.

Costa Rica es el principal proveedor de la demanda global del producto, seguido de Filipinas, Holanda, Bélgica y Estados Unidos, respectivamente. (CEI-RD, 2019)

2.4 Producción de piña en la República Dominicana.

La producción de piña en la República Dominicana presenta un decrecimiento continuo en los años 2014 al 2016 pasando de 192,375 quintales en 2014 a 165,568 quintales en 2016. Se observa que para el 2017 la producción presentó un crecimiento de 2.31% y para el 2018 creció un 6% mostrando un valor de 179,502 quintales para este último año. En el siguiente gráfico se presenta la producción y los cambios que se han generado en los últimos cinco años.

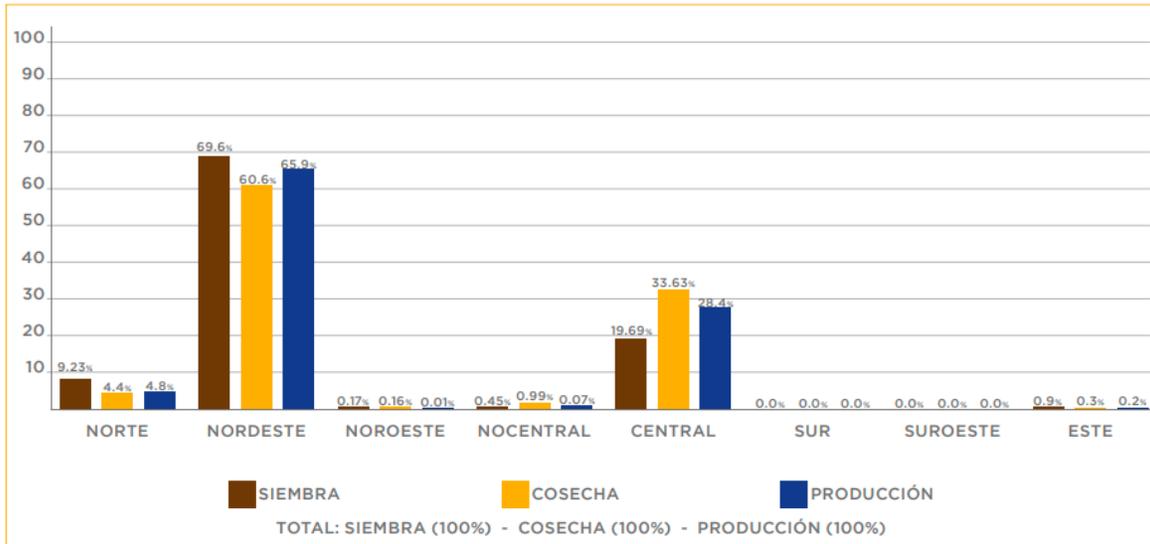
Ilustración 3: Producción nacional de piña.



Fuente: Cei-RD

Asimismo, el cultivo de piña en el país se concentra principalmente en las regiones agrícolas noreste y central las cuales en conjunto concentran más del 80% del total de la superficie cosechada de este producto.

Gráfico 7: Regiones productoras de piña.

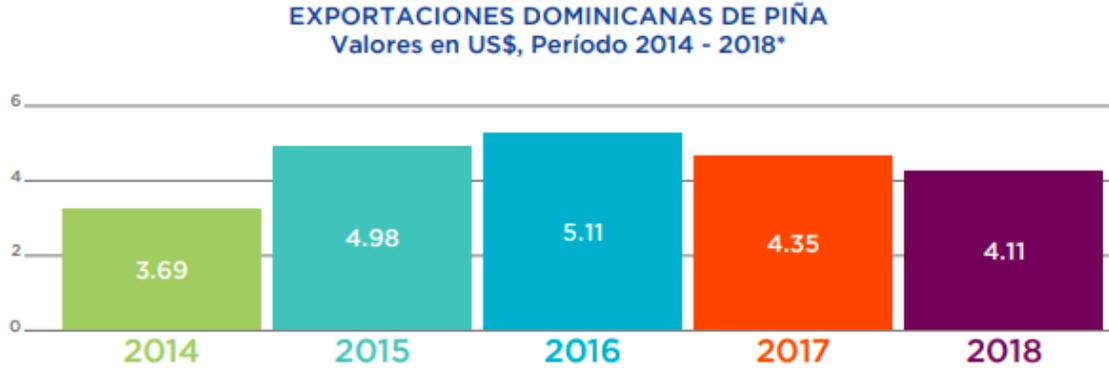


Fuente: (CEI-RD, 2019)

2.5 Exportación de piña en la república dominicana.

Entre el 2014 y 2018 las exportaciones de piña, han mostrado un significativo crecimiento, al pasar de US\$ 3.7 millones en el 2014 a US\$ 5.1 millones en el 2016. En el período en estudio resalta el aumento de las exportaciones de piña en el año 2015 de 54% con US\$4.9 millones en exportaciones. A partir del año 2016 las exportaciones han venido decreciendo, mostrando para el último año, 2018 un valor de US\$4.11 millones lo que representa una disminución de un 5% respecto al año anterior.

Gráfico 8: Exportaciones de piña entre los años 2014-2018.



Fuente: Cei-RD

Israel se ubica como el principal mercado para las exportaciones dominicanas de piñas. En el 2018, las exportaciones dominicanas de piñas hacia ese mercado representaron el 38.9%. Otros importantes mercados son Italia con el 12.9%, Puerto Rico 10%, Francia 8.7% y España con el 11.6%.



Fuente: (CEI-RD, 2019)

2.6 Aspectos relevantes para la viabilidad de la exportación.

- **Aspecto Legal.** Es necesario considerar el marco regulatorio en el mercado de origen y destino, para garantizar el cumplimiento de todos los requerimientos impuestos por las autoridades competentes.
- **Aspecto Económico.** Es necesario considerar todos los costos involucrados en la producción y proceso de exportación.
- **Aspecto Logístico.** Es necesario considerar la disponibilidad de cada eslabón de la cadena de suministros, para garantizar la nitidez del intercambio comercial
- **Aspecto Estratégico.** Es necesario determinar correctamente el plan de acción en todas las áreas involucradas, desde la compra de insumos para la producción hasta la estrategia de penetración de mercado.

En adición a lo anteriormente señalado, es importante realizar previamente un análisis de mercado para determinar la oportunidad de negocio existente para el determinado producto, para el mercado meta, en el destino seleccionado en base a la demanda.

CAPÍTULO III:
PLAN DE EXPORTACION HACIA ISRAEL.

CAPÍTULO III: PLAN DE EXPORTACION HACIA ISRAEL.

3.1. Propuesta de estrategia de internacionalización

Según Mintzberg (1973) el proceso de formación de la estrategia puede ser clasificado de tres maneras distintas: emprendedor, adaptativo y planeado siendo el último de carácter deliberado, mientras que los otros modos son calificados como emergentes. En el modo emprendedor, a favor de la empresa, se observa la toma de decisiones arriesgadas de un líder. En el modo planeado se utilizan análisis formales para planear estrategias explícitas e integradas para el futuro.

Finalmente, en el modo adaptativo la empresa se va amoldando al ambiente en pequeños pasos independientes. Melin (1992) define la estrategia de internacionalización como un proceso que acontece dentro de las empresas y se preocupa por las elecciones gerenciales de los modos de entrada y los mecanismos de coordinación.

El camino de la internacionalización está lleno de riesgos y cambios importantes en la estructura de las empresas, por eso la decisión tiene que estar basada en un buen análisis inicial que identifique los motivos para cruzar las fronteras y la elaboración de una acertada estrategia de internacionalización. Además, se han de establecer las medidas de control necesarias para que se puedan corregir a tiempo las acciones en las distintas variables del marketing mix.

Aunque no ocurre siempre, se ha observado empíricamente que las empresas suelen desarrollar una secuencia similar en el proceso de internacionalización:

Ilustración 4: Procesos de internacionalización.



Fuente: Espinosa, M. *Los procesos de internacionalización*, año 2009.

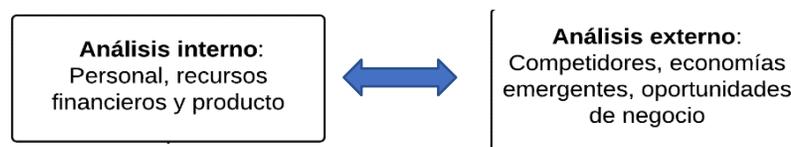
Aplicado al caso de estudio, para una empresa productora de Piña, se considera que se deben tomar en cuenta los siguientes aspectos:

Fase 1. Es una fase poco planificada, la empresa debe hacer incursiones en el mercado extranjero intentando minimizar el riesgo de las operaciones y con mucha cautela. El objetivo es censar el mercado para explotar las verdaderas oportunidades comerciales.

Fase 2. Es el momento en el que la empresa verdaderamente se plantea si está preparada para salir a vender al exterior. Comienza el análisis interno y externo que tendrá como resultado una radiografía de la empresa y de la relación con su entorno actual. Asimismo, comienza también la elaboración del plan de internacionalización.

En el análisis interno, la empresa debe evaluar si el personal directivo está preparado para las negociaciones internacionales, si podrá obtener los recursos financieros necesarios y si su producto puede ser competitivo o al menos conseguir ventajas respecto a los de la competencia en el país de destino. En los factores externos se analizan, sobre todo, a los competidores, posibles nichos u oportunidades de negocio y la evolución de las economías emergentes.

Ilustración 5: Proceso de análisis.



Fuente: Espinoza M. Procesos de internacionalización.

Fase 3 y 4. El plan de internacionalización es mucho más complejo, ya que la empresa quiere conseguir un mayor control sobre la distribución de su producto. Se tienen en cuenta todos los aspectos posibles para que el marketing mix se adapte a los recursos de la empresa y a las características del mercado seleccionado. Se tienen que valorar el máximo número de variables posibles para reducir el riesgo en el proyecto.

Análisis

Basado en lo anteriormente expuesto, se entiende que el empresariado del sector agrícola para la producción de piña debe dar paso, inicialmente, a su proceso de internacionalización, con un estilo adaptativo. En este sentido, para la primera fase (exportación ocasional) el equipo correspondiente identifica las oportunidades reales de negocios y a partir de entonces, para las fases 2-4, establecer con firmeza

las relaciones para el intercambio comercial.

Propuesta de marketing mix

Estrategia de Marketing

El enfoque mercadológico debe ser mantener convencido al sector empresarial israelí de la calidad y competitividad de la industria agrícola en la República Dominicana. Esto, a través de una presentación de negocios que refleje las estadísticas, procesos de producción y el posicionamiento dominicano en el mercado internacional de la piña. Todo esto, con la finalidad de competir contra Costa Rica, nación que sule la mayor parte de la piña importada por Israel.

Estrategia de distribución

El producto debe ser ofrecido directamente por la empresa, sin participación de terceros (al menos no sin previo aviso), para poder custodiar y garantizar el funcionamiento impecable de la cadena de suministros, por completo. Además, con la finalidad de proteger la integridad y mantener la privacidad de la información de la contraparte comercial.

Estrategia de Promoción

Se busca permanecer como principales proveedores de Tabaco para satisfacer la demanda del sector importador. La estrategia de promoción a ser utilizada será ambigua, es decir, con oportunidades tanto en el sistema Push (oferta) como en el

sistema Pull (demanda). Acompañado de una estrategia publicitaria personalizada, adaptada a las exigencias y preferencias del mercado Israelí.

Se considera prudente dedicar 90 días para dar promoción a través de los medios tradicionales de comunicación. Además, hacer uso de las redes sociales como medios de comunicación masiva, a través de patrocinios, y videos comerciales.

Estrategia de Precio

Para lograr el posicionamiento en el mercado de Israel, se considera la estrategia de penetración como la más adecuada. Debido a que se busca consolidarse en un mercado que ya tiene un vendedor habitual y la manera más conveniente es ofrecer menor precio y luego de fidelizar el mercado, ajustar de acuerdo con las posibilidades.

Enfoque Estratégico Win-Win

Se considera que la manera correcta para iniciar una negociación es: "Recabar y analizar información de la otra parte". Agrupar y analizar la mayor cantidad posible de información de la contraparte, preferiblemente previo al proceso de negociación. Toda información que haga comprender mejor a la otra parte sitúa a la contraparte en una mejor posición para negociar y poder crear un ambiente donde ambas partes se beneficien (cooperen), y sean mínimos los conflictos del intercambio comercial.

3.2. Marco legal regulatorio para la exportación

3.2.1. Normativas nacionales

LEY No. 84-99 SOBRE REACTIVACION Y FOMENTO DE LAS EXPORTACIONES.

Considerando que en el marco del proceso gradual de apertura y re-asesión de la economía en los mercados internacionales, es necesario eliminar el sesgo anti-exportador que se origina por el pago de los impuestos aduaneros sobre las mercancías incorporadas a los productos de exportación, dado que los mismos reducen la competitividad de la oferta exportable del país.

Además, que los instrumentos vigentes de política de apoyo a la actividad exportadora resultan inadecuados de conformidad a la situación actual y tendencia de la economía internacional; y finalmente, que es interés del Estado establecer nuevos mecanismos y modernizar los existentes a fin de propiciar una reactivación y expansión sostenida de las exportaciones de bienes y servicios y, por tanto, del crecimiento económico nacional. (DGII, 2017)

LEY 8-90 DEL 10 DE ENERO DE 1990 SOBRE FOMENTO DE ZONAS FRANCAS.

Con el objetivo fomentar el establecimiento de zonas francas nuevas y el crecimiento de las existentes, regulando su funcionamiento y desarrollo, definiendo las bases de identificación de metas y objetivos que sean de interés nacional, para lograr una adecuada coordinación de acción de los sectores públicos y privados a la consecución de los fines propuestos. (CEI-RD, 2017)

3.2.2. Normativas internacionales

EL ACUERDO GENERAL SOBRE ARANCELES ADUANEROS Y COMERCIO (GATT)

El Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), firmado el 30 de octubre de 1947, abarca el comercio internacional de mercancías. El funcionamiento del Acuerdo General es responsabilidad del Consejo del Comercio de Mercancías (CCM) que está integrado por representantes de todos los países Miembros de la OMC. Actualmente el presidente es Embajador José Luíz CANCELA GÓMEZ (Uruguay).

El Consejo del Comercio de Mercancías tiene 10 comités que se ocupan de temas específicos (agricultura, acceso a los mercados, subvenciones, medidas antidumping, etc.). También en este caso están integrados por todos los países Miembros.

Rinden asimismo informe al Consejo del Comercio de Mercancías el Grupo de Trabajo sobre las Empresas Comerciales del Estado y el Comité de Participantes sobre la Expansión del Comercio de Productos de Tecnología de la Información. (OMC, 2019)

3.3. Determinación de factibilidad de exportación

La siembra y cultivo de piña resulta atractiva para los agricultores debido a la fertilidad del suelo dominicano, además su precio suele mantenerse estable debido a los subsidios gubernamentales para intentar proteger a los pequeños agricultores.

A continuación, se presentan las consideraciones sobre la factibilidad de tabaco hacia costa rica, basado en los resultados obtenidos de la investigación:

- **Costos logísticos estimados.**

Tabla 12: Costos estimados.

| EXPORT FCL (INCOTERM FOB) - CONTENEDOR DE 20' REEFER | |
|---|-----------------------------------|
| POL | CAUCEDO, DO |
| POD | HAIFA, IL |
| COMMODITY | PIÑAS |
| T/T | 34 DIAS APROX |
| ROUTE | CAUCEDO - VALENCIA - HAIFA |
| CARRIER | HAPAG LLOYD |
| *DOCS - PER BL | USD 50.00 |
| *VGM - PER CONT | USD 75.00 |
| *CHASIS - PER DAY (MIN. 2 DAYS) | USD 36.00 |
| *DUA DE EXPORTACION | USD 10.00 |
| SEAFREIGHT 20'RF - PER CONT | USD 6,220.00 |
| TOTAL ITBIS | USD 201.78 |
| TOTAL EN DOLARES CON ITBIS INCLUIDO | USD 6,421.78 |
| TOTAL EN PESOS CON ITBIS INCLUIDO | DOP 366,041.46 |
| * Subject to 18% ITBIS | |
| ** Export costs don't include destination charges | |

Fuente. Elaboración propia.

Tabla 13: Costos estimados segunda parte.

| EXPORT FCL (INCOTERM FOB) - CONTENEDOR DE 40' REEFER | |
|---|-----------------------------------|
| POL | CAUCEDO, DO |
| POD | HAIFA, IL |
| COMMODITY | PIÑAS |
| T/T | 34 DIAS APROX |
| ROUTE | CAUCEDO - VALENCIA - HAIFA |
| CARRIER | HAPAG LLOYD |
| *DOCS - PER BL | USD 50.00 |
| *VGM - PER CONT | USD 75.00 |
| *CHASIS - PER DAY (MIN. 2 DAYS) | USD 36.00 |
| *DUA DE EXPORTACION | USD 10.00 |
| SEAFREIGHT 40' - PER CONT | USD 6,505.00 |
| TOTAL ITBIS | USD 201.78 |
| TOTAL EN DOLARES CON ITBIS INCLUIDO | USD 6,706.78 |
| TOTAL EN PESOS CON ITBIS INCLUIDO | DOP 382,286.46 |
| * Subject to 18% ITBIS | |
| ** Export costs don't include destination charges | |

Tabla 14. Costos estimados tercera parte.

| EXPORT FCL (INCOTERM EXWORKS) - CONTENEDOR DE 20' REEFER | |
|---|-----------------------------------|
| PICK-UP ADDRESS | LA ALTAGRACIA, REP DOM |
| POL | CAUCEDO, DO |
| POD | HAIFA, IL |
| COMMODITY | PIÑAS |
| T/T | 34 DIAS APROX |
| ROUTE | CAUCEDO - VALENCIA - HAIFA |
| CARRIER | HAPAG LLOYD |
| *DOCS - PER BL | USD 50.00 |
| *VGM - PER CONT | USD 75.00 |
| *CHASIS - PER DAY (MIN. 2 DAYS) | USD 36.00 |
| LOCAL DRAYAGE - PER CONT | USD 420.00 |
| *DUA DE EXPORTACION | USD 10.00 |
| SEAFREIGHT 20'RF - PER CONT | USD 6,220.00 |
| TOTAL ITBIS | USD 201.78 |
| TOTAL EN DOLARES CON ITBIS INCLUIDO | USD 6,841.78 |
| TOTAL EN PESOS CON ITBIS INCLUIDO | DOP 389,981.46 |
| * Subject to 18% Tax. | |
| ** Export costs don't include destination charges | |

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15: Costos estimados cuarta parte.

| EXPORT FCL (INCOTERM EXWORKS) - CONTENEDOR DE 40'REEFER | |
|---|-----------------------------------|
| PICK-UP ADDRESS | LA ALTAGRACIA, REP DOM |
| POL | CAUCEDO, DO |
| POD | HAIFA, IL |
| COMMODITY | PIÑAS |
| T/T | 34 DIAS APROX |
| ROUTE | CAUCEDO - VALENCIA - HAIFA |
| CARRIER | HAPAG LLOYD |
| *DOCS - PER BL | USD 50.00 |
| *VGM - PER CONT | USD 75.00 |
| *CHASIS - PER DAY (MIN. 2 DAYS) | USD 36.00 |
| LOCAL DRAYAGE - PER CONT | USD 420.00 |
| *DUA DE EXPORTACION | USD 10.00 |
| SEAFREIGHT 40' - PER CONT | USD 6,505.00 |
| TOTAL ITBIS | USD 201.78 |
| TOTAL EN DOLARES CON ITBIS INCLUIDO | USD 7,126.78 |
| TOTAL EN PESOS CON ITBIS INCLUIDO | DOP 406,226.46 |
| * Subject to 18% Tax. | |
| ** Export costs don't include destination charges | |

Fuente. Elaboración propia.

De acuerdo al análisis tabulado, se puede apreciar una estimación de costos de exportación bajo modalidades FOB y EXW. Ambas estructuras de costos se componen por los gastos portuarios fijos que son cobrados por la línea naviera (VGM y Doc Fee) y la terminal (chasis) y el costo de flete marítimo para contenedores refrigerados.

La diferencia entre los Incoterms FOB y la EXW es que en el primero el comprador (consignee) se encarga de pagar el flete marítimo y los gastos de destino, ya que el vendedor (shipper) absorbe los costos de origen y entre la mercancía en el puerto. Mientras que bajo el Incoterm EXW el comprador (consignee) es quien paga por todos los gastos generados desde la fábrica del vendedor (suplidor) hasta el puerto de destino, incluyendo el costo del transporte desde la fábrica del suplidor al puerto

(pick up). Dentro del desglose se encuentran algunos términos que han de ser explicado brevemente para mejor comprensión, como:

a) **VGM**: es la masa de la carga bruta certificada (que incluye el peso de todo el material de embalaje) más de la masa tarada del contenedor (el peso del contenedor vacío). De acuerdo con la reglamentación SOLAS, un contenedor con mercancía no puede cargarse en una embarcación sin tener antes la certificación del VGM.

b) **Doc Fee**: es un cargo por corte y manejo del Bill of Lading.

c) **Chasis Fee**: es la parte plana o “cama” que está conectado a un camión y se utiliza para transportar un contenedor de un lugar a otro.

d) **Dúa de exportación**: Es el formulario en el cual se consignan todos los datos de salida del producto.

En este sentido, es importante indicar que la exportación de productos perecederos debe llevar un tratamiento especial, con el fin de que la integridad de la mercancía sea conservada desde que sale de la planta del exportador hasta que llega a las instalaciones del importador.

Es esto por lo que al momento de solicitar booking a la línea naviera, el exportador debe ofrecer todos los detalles mínimos requeridos que debe llevar el contenedor para la exportación, tales como: *temperatura, ventilación y humedad*. Asimismo, como asegurarse de que el embalaje de la mercancía adecuada para el tiempo que va a durar el producto dentro del contenedor.

Para proceder con la exportación de piñas, al proveedor se le requieren una serie de documentos de suma importancia que acreditan la mercancía y son su garantía de salida del país, estos documentos son los siguientes:

1. Factura comercial.
2. DUA de exportación.
3. Certificado de preinspección, rastreo y origen de productos vegetales de exportación.
4. Certificado fitosanitario.
5. Bill of Lading.

Un dato importante para tomar en cuenta es el tamaño de contenedor a utilizar; que va a depender de la cantidad y peso de la mercancía a transportar, así como también del plan de cargue de contenedor que se tenga. Ya que debido al tipo de producto a exportar y su embalaje, se deben tomar en cuenta las siguientes variables:

- a) El volumen, medido en metros cúbicos (CBM)
- b) El peso, medido en kilogramos (KG).
- c) Si el embalaje de la mercancía permite que esta sea estibable o no.
- d) Partiendo de esta información, es relevante conocer la capacidad en volumen y peso que tienen un contenedor de 20' y 40'.

Tabla 16: Capacidad y volumen.

| CONTENEDOR DE 20' STANDARD | | |
|-----------------------------------|-------------------------|---------------------|
| TARA | CAPACIDAD CUBICA | PESO MAXIMO |
| 2,210 - 2,400 KGS | 33 CBM | 21,700 - 28,000 KGS |

| CONTENEDOR DE 40' STANDARD | | |
|-----------------------------------|-------------------------|---------------------|
| TARA | CAPACIDAD CUBICA | PESO MAXIMO |
| 3,630 - 3,740 KGS | 67 CBM | 26,740 - 26,850 KGS |

| CONTENEDOR DE 40' HIGH CUBE | | |
|------------------------------------|-------------------------|---------------------|
| TARA | CAPACIDAD CUBICA | PESO MAXIMO |
| 3,880 - 3,900 KGS | 76 CBM | 26,580 - 26,600 KGS |

Fuente. Elaboración propia.

De mucha relevancia es mencionar que producto de la pandemia ocasionada por el COVID-19, los precios en los fletes marítimos han estado presentando alzas imparable desde y hacia todos los países en el mundo. Lo que influye directamente en el precio de los productos que están siendo comercializados. Los expertos prevén que estos aumentos continúen por el resto del año 2021, ya que los mercados se encuentran desestabilizados y necesitan tiempo para recuperarse.

Análisis

Según se evidencia en las informaciones anteriormente proporcionadas, facilitadas por el departamento de pricing de una agencia consolidadora de carga, el costo logístico (estimado) de exportación de la piña con destino a Israel puede variar en función de los términos internacionales de comercio y el volumen del packing list (para fines de carga del contenedor); yendo desde los DOP 366,000 hasta los DPO 406,000 aproximadamente (sujeto a cambios en la tasa de conversión del dólar).

En cuanto al costo de producción de la piña, se encuentra entre US\$15,000 y US\$18,000/a, lo que resulta en un costo promedio de producción para una sola fruta de entre 12 y 15 DOP. Por su parte, según el ministerio de agricultura el precio de venta de la piña oscila los \$3500 DOP (grandes) y \$2000 (medianas) por cada 100 unidades.

Entonces, de forma concisa, se puede establecer que existe factibilidad para la exportación de piña de origen dominicano hacia el mercado Israelí. Puesto que:

- El país tiene la capacidad de producción suficiente, según lo ha ido demostrando en la última década.
- Existe un mercado meta (y una demanda) en Israel, debido a que Israel toma un año sabático por su religiosidad y se dedica exclusivamente a la importación.
- Resulta rentable la operación de negocios, de acuerdo a los márgenes que pueden obtenerse a razón de beneficio/costo.

Beneficios del intercambio.

La economía sector agrícola es un tema complejo, dada la cantidad de intereses de tipo económico que se mueven a su alrededor, especialmente para un escenario como el planteado en la investigación; donde existe un país con demanda existente que tiene un vendedor por excelencia (costa rica) y una contraparte que se está robando el protagonismo en el mercado destino. Sin embargo, es posible resaltar algunos beneficios en los cuales incurrirían las partes si se estrechara la relación comercial:

En el caso de la República Dominicana:

- **Impacto económico.** El fortalecimiento de las relaciones comerciales con Israel dinamizaría todavía más la industria agrícola para la producción de piña en el país y esto traería consigo una mayor recaudación de impuestos, así como un mayor flujo de divisas provenientes de la exportación.
- **Impacto en la empleomanía.** El aumento del flujo operacional de las zonas productoras de piña en el país generaría la necesidad de aumentar la cantidad de personas involucradas en los procesos productivos para la exportación.
- **Impacto Social.** Producto de la dinamización del mercado nuevas familias, principalmente en la zona rural, tendrían una forma de sustento, al trabajar en la tierra u otros procesos, que permitiría elevar su calidad de vida.
- **Aumento de la competitividad.** Naturalmente, competir en un mercado donde ya existen vendedores obliga la industria a evolucionar sus procesos

productivos para poder ser competitivos.

Del mismo modo, las capacidades técnicas del talento humano se verían afectadas positivamente pues adoptarían prácticas (principalmente tecnológicas, que es el fuerte de Israel), adquiridas a través del benchmarking, para garantizar el nivel de eficiencia neto deseado para toda la cadena productiva.

En cuanto a Israel:

- **Satisfacción de la demanda existente.** La demanda de piña en Israel es constante pues durante todo el año no tendrán producción. En este sentido, el acceso a la producción de alta calidad en la República Dominicana constituye una ventaja para este mercado pues tendrán productos de calidad.
- **Expansión de negocios.** Se entiende que si la calidad de los productos que la nación Israelí estaría recibiendo a un precio competitivo, podrían aprovechar este nuevo escenario para establecer nuevas relaciones comerciales con otros países de Latinoamérica (triangulación). Y por supuesto, tendrían libre acceso en la economía dominicana para aprovechar sus ventajas comparativas como su rol natural de HUB logístico para la región del Caribe.

Finalmente, se considera que existe factibilidad para la exportación y, por tanto, a partir de los resultados ofrecidos en este estudio, el empresariado del sector productor de piña debe hacer uso de su posicionamiento en el mercado mundial,

además de las excelentes relaciones diplomáticas de larga data, para atender la demanda existente en el mercado Israelí.

CONCLUSIONES

República Dominicana e Israel son países que, aunque muy diferentes por la ubicación que tiene cada uno, por su cultura, educación, economía y desarrollo, han mantenido durante años un lazo histórico de amistad y de cooperación, fruto del agradecimiento del pueblo israelí por la mano amiga brindada por la República Dominicana durante la Segunda Guerra Mundial y, que se ha fortalecido con proyectos mutuos en los sectores de tecnología y agricultura.

Las importaciones de piñas realizadas por República Dominicana hacia Israel son muy importantes frente al consumo, la nación exporta hacia Israel alrededor de US\$3.6 millones al año, sobre todo de piña fresca, un producto que ofrece al país una ventaja en ese mercado en comparación con otras naciones de América Latina.

Las zonas agropecuarias donde se produce piña, en mayor medida, en el país se concentran principalmente en las regionales del nordeste y central que, en conjunto, concentran más del 80% del total de la superficie cosechada de este producto.

Según la información recolectada, La variedad MD2 es la principal y la misma ha traído un incremento de la productividad de un 25%. Este tipo de piña tiene un peso promedio de 3.5 libras y se le vende al intermediario mayorista (transportista) a un precio promedio de 30-35 pesos. El calendario de cosecha va desde abril hasta mediados de julio, ya que existe una alta producción de piña. Por otra parte, desde mediados de julio hasta octubre existe escasez de piña.

Los frutos pequeños en Israel tienen mayor demanda debido a su alta concentración en vitaminas, son más prácticos de transportar y de consumir.

República Dominicana ha demostrado estar por encima de los demás países con exportaciones a Israel que oscilan entre los 144 millones de dólares hasta los 7,042 millones de dólares. Haciéndolo el país con mayor exportación de la región latinoamericana. Además, en referencia al caso particular de la piña, el país ya se consolida como el mayor exportador hacia Israel, incluso sobrepasando a Costa Rica quien es el mayor productor de piña en el mundo.

Las oportunidades de desarrollo identificadas han sido las siguientes: considerar importar productos de valor agregado desde Israel, la capacitación técnica a dominicanos, posibilidad de poder exportar vía marítima y aérea en menor tiempo, así como fumigar las frutas en el puerto de destino para evitar que los productos agrícolas disminuyan el riesgo de perecer. Otro hallazgo es que la industria de Israel puede ser un ejemplo para reenfocar los sectores productivos, industria y zonas francas a la creación de productos con mayor valor agregado que puedan interesar al mercado israelí en un futuro.

Además, República Dominicana tiene la oportunidad también de convertirse en un HUB de Israel en el Caribe, para la distribución y producción especializada de tecnología israelí para el mercado de Latinoamérica, siendo esta una oportunidad de gran potencial para el país.

La República Dominicana debe aprovechar el período septiembre 2020-2021 para potenciar las exportaciones de frutas y verduras hacia Israel, ya que que cada siete años, ese país se toma un año sabático y deja descansar la tierra, por lo que opta por exportar esos productos, lo cual provoca un aumento en la demanda.

La inversión israelí en República Dominicana es mínima si se considera el tamaño de la economía y la diversidad de sectores en los que se puede invertir y el monto de inversión proveniente de otros sectores. Por lo cual, el tamaño del aporte o el impacto real que genera esta inversión en la economía y sociedad dominicana es casi imperceptible. Aunque existe la presencia de importantes empresas de capital israelí en el país, la cantidad y tamaño de estas no es significativo. La cantidad de empleos que han logrado generar es mínima, en comparación con la necesidad existente. Un ejemplo de esto es el aporte de apenas 170 empleos directos que genera en zonas francas. Por otro lado, su contribución en conocimientos y avances tecnológicos si puede considerarse de relevancia, puesto que ha mejorado y eficientizando procesos, en especial para la -producción agrícola, implementando el sistema de riego y de invernaderos. En este sentido, se evidencia que existen fuertes oportunidades de mejora y aprovechamiento de las relaciones bilaterales entre ambas naciones.

En efecto, y basados en el estudio de investigación realizado, consideramos que existe factibilidad para la exportación de piña dominicana hacia Israel y, por tanto, a partir de los resultados ofrecidos en este estudio, el empresariado del sector

agrícola debe hacer uso de las relaciones existentes, y aprovechar el año sabático, para atender la demanda existente en el mercado Israeli.

RECOMENDACIONES

Las relaciones comerciales entre República Dominicana e Israel, hasta la actualidad han sido favorables, sin embargo, existen limitaciones que ponen en riesgo y que restringen el flujo comercial y de inversión. A continuación, se presentan las principales recomendaciones surgidas como fruto de los análisis, las cuales procuran el desarrollo y dinamismo dominico-israelí y se enfocan tanto en el sector privado como en el rol del estado dominicano como gestor de la política comercial nacional.

- Suscribir un acuerdo de cooperación económica que permita abaratar los costos, así como simplificar, en materia normativa, el intercambio bilateral y que el mismo sienta las bases para la firma de un posterior tratado de libre comercio.
- Realizar programas de concientización y preparación sobre las oportunidades de negocios existentes, que vayan dirigidos a los empresarios del sector.
- Crear plataformas virtuales de apoyo en conjunto con instituciones gubernamentales promotoras del comercio, tales como el CEI-RD y el MICRD, para los inversionistas y empresarios que busquen realizar operaciones de comercio transfronterizo.
- Promocionar a la república dominicana como el hub logístico del caribe para la distribución de bienes de capital israelí.

- Mejorar la eficiencia de los procesos aduaneros, por medio de la eliminación de la burocracia.
- Implementar planes de financiamiento a través de entidades como el BANDEX y ADOEXPO, para aquellas empresas que carecen de liquidez para inaugurar sus operaciones de exportación.
- Trabajo conjunto entre organismos estatales y los exportadores al momento de captar clientes internacionales, ayudando a estos últimos a participar en eventos relacionados con la promoción de las exportaciones. De esta manera se contribuye a reducir la informalidad en las relaciones comerciales de los exportadores dominicanos y los compradores internacionales.
- Establecer un plan de comunicación y revisión periódica de los hallazgos alcanzados.

A modo particular, para el caso de estudio:

- Agotar el plan de exportación de forma progresiva, adaptándose a los cambios y oportunidades emergentes.
- Manejar todos los asuntos con profesionalismo y transparencia.

Es así como, se considera que al tomar en cuenta estas recomendaciones los productores de piña podrían, de la mano de las autoridades institucionales competentes, fortalecer y potencializar las relaciones comerciales con el estado de

Israel.

BIBLIOGRAFIA

CEI-RD. (2019). *PERFIL PRODUCTO: PIÑA*. Recuperado el Abril de 2021, de PRODOMINICANA.GOB.DO:

https://prodominicana.gob.do/Documentos/BC_PERFIL%20PRODUCTO%20-%20pi%C3%B1a_V6.pdf

Nova, A. (26 de Mayo de 2020). *Eldinero.com*. Recuperado el 01 de Abril de 2021, de República Dominicana es el principal exportador de piña a Israel:
[https://eldinero.com.do/107890/republica-dominicana-es-el-principal-exportador-de-pina-a-](https://eldinero.com.do/107890/republica-dominicana-es-el-principal-exportador-de-pina-a-israel/#:~:text=Rep%C3%ABlica%20Dominicana%20exporta%20hacia%20Israel,otras%20naciones%20de%20Am%C3%A9rica%20Latina.)

[israel/#:~:text=Rep%C3%ABlica%20Dominicana%20exporta%20hacia%20Israel,otras%20naciones%20de%20Am%C3%A9rica%20Latina.](https://eldinero.com.do/107890/republica-dominicana-es-el-principal-exportador-de-pina-a-israel/#:~:text=Rep%C3%ABlica%20Dominicana%20exporta%20hacia%20Israel,otras%20naciones%20de%20Am%C3%A9rica%20Latina.)

UNCTAD. (2017). *Conferencia de las naciones unidas sobre comercio y desarrollo*. Recuperado el Abril de 2021, de unctad.org:

https://unctad.org/es/system/files/official-document/INFOCOMM_cp09_Pineapple_es.pdf

ANEXOS