



UNAPEC
UNIVERSIDAD APEC

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales
Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales

Tema:

**Modelo de negocios para implementación de plan logístico internacional
especializado para Pymes en República Dominicana**

Sustentada por:

Lixandra Salcedo	2013-0886
Ricardo Monegro	2013-1831
Amanda Lucía Gómez	2013-2412

Asesores:

Ariel Gautreaux (Conferencista)
Máximo Aníbal Feliz (Auxiliar)

**Monografía para optar por el título de Licenciatura en Negocios
Internacionales**

Distrito Nacional
Abril 2018

**Modelo de negocios para implementación de plan
logístico internacional especializado para Pymes en
República Dominicana**

Índice

Agradecimientos	I
Dedicatoria	III
Resumen	IV
Palabras clave	V
Introducción.....	VII
1 CAPITULO I Mercados internacionales meta	1
1.1 Diagnóstico de las Pymes.....	1
1.1.1 Pymes y sus aportes a la economía dominicana.....	4
1.1.2 Incorporación de las TIC en las Pymes.....	4
1.1.3 Uso de internet, pagina web y redes sociales.....	5
1.1.4 Uso de TIC para el manejo del negocio	6
1.1.5 Acceso al financiamiento para ser adquiridos para las pymes.....	7
1.1.6 Beneficios o incentivos ofrece el estado a las Pymes	8
1.1.7 Barreras a las que se enfrentas las pymes en el mercado local	11
1.1.8 Planteamiento diagnóstico de las Pymes	14
1.2 Identificación y clasificación de los mercados internacionales	15
1.2.1 Clasificación de mercados de acuerdo a sus principales productos demandados	17
1.3 Normas y requerimientos técnicos de acceso al mercado.....	29
1.3.1 Arancelarias	29
1.3.2 No arancelarias	30
1.3.3 Instituciones que proveen permisos para exportar	45
2 CAPITULO II Tratados de libre comercio y acuerdos comerciales	47

2.1	Tratados y acuerdos comerciales en República Dominicana	47
2.1.1	DR-CAFTA Acuerdo de libre comercio con Centroamérica y los Estados Unidos de América	48
2.1.2	AAE/EPA CARIFORUM – República Dominicana- Unión Europea	49
2.1.3	RD-Caricom Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana con la Comunidad del Caribe	50
2.1.4	RD-Centroamérica acuerdo de libre comercio República Dominicana y Centroamérica	51
2.1.5	RD-Panamá Acuerdo de alcance parcial	51
2.1.6	SGP Sistema generalizado de preferencias	52
2.2	Beneficios de los tratados de libre comercio y acuerdos comerciales vigentes en la República Dominicana para las Pymes	53
3	Logística internacional en las pymes de República Dominicana	57
3.1	Estrategias Recomendadas para Pymes en su Logística Internacional.....	57
3.1.1	Estrategia basada en tipo de transporte:	57
3.1.2	Incoterms en el proceso de Exportación	59
3.1.3	Métodos de Pagos como estrategia logística	60
3.1.4	Otras Estrategias	63
3.2	Análisis y modelo especializado de logística internacional para Pymes	64
3.3	Proceso y documentos para una exportación en República Dominicana	69
3.3.1	Documentos y requisitos en el momento de la exportación	70
3.3.2	Pasos para exportar a través de los siguientes Tratados y/o Acuerdos comerciales.....	71
4	Conclusión	IX
5	Recomendaciones.....	XII
6	Bibliografía.....	XIV

Agradecimientos

En primer lugar, quiero dar gracias a mi Dios porque Él es demasiado, solo su misericordia y gracia han permitido que hoy este aquí, por otro lado quiero agradecer de manera especial a mi papa, gracias a su disposición, amor y entrega me motive hasta el último momento para lograrlo de una forma impecable como el me enseña a diario, también quiero agradecer a mi mama, gracias a sus oraciones que me cubrieron día y noche, su cuidado y la delicadeza con la que me entendiste todo este tiempo, gracias a mis hermanos porque en momentos sin pedirlo estuvieron ahí ayudándome, agradezco además a mi novio porque desde que llegaste a mi vida una de las cosas que mejor has hecho es impulsarme y entenderme hasta que llego este día y por último, pero no menos importante gracias a mis compañeros de monografía por permitirme compartir esto con ustedes. Gracias a todos de corazón.

Lixandra Salcedo De león

Agradecimientos

Hoy quiero agradecer a Dios primero que todo, ya que él es el dueño y creador de nuestras vidas y el que nos muestra el camino justo a tiempo, no antes, también quiero agradecer a mi Esposo Fabio Arias quien ha sido mi apoyo en todo este proceso, sin la ayuda de él nada de esto hubiese sido posible, en las condiciones favorables como se me han presentado, también quiero agradecer a mi hija porque me ha tenido la paciencia suficiente, a la que le he robado tiempo valioso, pero quien ha comprendido que todos los esfuerzos y sacrificios que uno haga en la vida, más tarde en frutos serán recompensados. Mi familia a quien extraño con profundo sentimiento, quien a pesar de la distancia han creído en mí y sé que estarán orgullosos de mis logros y mis méritos. quiero agradecer a todos los maestros que pasaron por mi vida universitaria ya que cada uno ha dejado un aporte valioso para mi vida profesional. Infinitas gracias doy a Dios y a todos los seres humanos que han pasado por mi vida en estos 5 años de universidad, años en los que pude cumplir mis metas y lograr grandes cambios en mi vida...

Amanda Lucia Gómez

Dedicatória

Dedico esta monografía a todos los que confiaron en mi capacidad para lograrlo, en especial a mi abuelo Miguel, mi abuela Ramona (Nona) y mi abuela Agripina (Pina), que desde mi nacimiento siempre confiaron en la mujer que seria, esto es para ustedes, pero sobre todo a aquellos valientes que día tras día se levantan con el ánimo suficiente a emprender sin importar que recursos les haga falta, esto es para los micro, pequeños y medianos empresarios.

Lixandra Salcedo

Esta monografía va dedicada a mi esposo Fabio y a mi hija Laura ya que me han sabido dar la valentía necesaria y suficiente para salir adelante, porque ellos están apoyándome en cada segundo de mi vida y porque ellos han confiado en mis habilidades y mis capacidades para lograr este merito...

Amanda Lucia Gómez

El siguiente entregable es dedicado a mis Padres Ricardo y Marielena quienes me dieron su apoyo incondicional en las decisiones tomadas dentro de toda mi carrera universitaria. Además de su preocupación por el cual yo pudiera culminarla.

Ricardo Monegro

Resumen

Las Pymes en República Dominicana hasta ahora han ocupado el mayor porcentaje de empresas en dicho país y considerablemente se ha observado el potencial que tienen para ser Pymes exportadoras, luego de identificar esto y reconocer aquellos factores que influyen en el hecho de que estas empresas no se expandan al mercado exterior, hemos analizado y estudiado aquellos puntos principales que permiten que una pyme desarrolle una capacidad exportadora eficiente y optima, plasmado en un modelo de negocios basado en asesoría, el cual ofrece un esquema que le brinda los conocimientos a una pyme para que exporte mediante estrategias y una coordinación logística especializada para el tipo de empresa que es, también hallamos pautas interesante para el manejo de una pyme en temas de internacionalización pero sobre todo el impacto que guarda la ejecución de una buena logística interna y la importancia de la misma en la logística internacional.

Palabras clave

Pymes: La categoría de microempresas, pequeñas y medianas empresas (pymes) está constituida por las empresas que ocupan a menos de 250 personas y con un moderado volumen de facturación. (Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa, 2016)

Logística: Es la parte del proceso de gestión de la cadena de suministro encargada de la planificación, implementación y control eficiente del flujo de materiales y/o productos terminados, así como el flujo de información relacionada, desde el punto de origen hasta el punto de destino, cumpliendo al máximo con las necesidades de los clientes y generando los mínimos costos operativos. (Barbá, 2013)

Internacionalización: La internacionalización empresarial es el proceso en el que la compañía crea las condiciones para preparar la salida al mercado internacional, es la posibilidad de insertarse en dicho mercado o ampliar la vinculación al mismo. (Catalina Duarte, 2017)

Exportación de bienes: Es la salida de mercancías que consiste en las ventas, trueques, obsequios o donaciones entre el territorio económico de un país y el resto del mundo. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2017)

Negocios Internacionales: Los negocios internacionales se originan por todas las transacciones comerciales entre dos o más países, donde participan tanto las empresas privadas como las del sector gubernamental. (Saldarriaga, 2014)

Tratados de libre comercio: Es un acuerdo comercial el cual se lleva a cabo entre regiones o de manera bilateral y tiene como fin la ampliación de los mercados entre los países que firman dicho acuerdo y por ende puede abrir muchas más oportunidades de negocio e impulso a la economía, el beneficio

también influye por la reducción sustancial de los aranceles que normalmente se aplicarían a los bienes que se van a comercializar. (Inversian, 2016)

Balanza comercial: Diferencia entre las exportaciones e importaciones de bienes. Cuando el valor de las importaciones excede el valor de las exportaciones se dice que la balanza comercial está en déficit; cuando ocurre lo contrario, se dice que la balanza en superávit. (Departamento Administrativo Nacional de Estadística, 2017)

Globalización: Comprende un complejo proceso en el que se mezclan relaciones internacionales de múltiples tipos: comerciales, políticas, humanas, sociales, económicas, financieras, industriales, culturales y de cualquier otra categoría imaginable. (Rühlemann, 2016)

Introducción

Esta monografía describe la importancia que tiene para la República Dominicana el papel que ocupan las pequeñas y medianas empresas para el desarrollo económico del país, es así como hemos diseñado un Modelo de Negocio y Plan Logístico Internacional especializado para las Pymes.

Teniendo en cuenta el desarrollo que estas han tenido en los últimos años, los gobiernos de todo el mundo crean leyes especiales de incentivos y apoyo para ayudar a desarrollo de las mismas, pues los gobiernos han identificado que estas son la vía más despejada para lograr que el país tenga un buen rumbo hacia su desarrollo económico.

Es así como las Pymes dominicanas han generado el 57% de empleos con un aporte a la economía del 27% del PIB, además de generar empleos tanto directos como indirectos, también generan oportunidades de negocio en el área financiera, esto ayuda a la estabilidad social del país. Actualmente las Pymes dominicanas cuentan con un plan interesante de incentivos dados por el gobierno, y hay instituciones gubernamentales dedicadas a fortalecer las capacidades y vocaciones exportadoras que ellas poseen, sin embargo, la Pymes enfrentan grandes retos al momento de querer internacionalizar sus productos o sus empresas, pues desconocen información que es vital tanto para legalizarse, como para incursionar en el mundo exportador, pues deben poseer fortalezas y características para que su empresa sea sostenible en el largo tiempo.

Por esto nuestra monografía se basa en un Modelo de Negocio y Plan Logístico Internacional especializado para las Pymes, ya que de esta forma se puede brindar apoyo y resolver grandes incógnitas que las Pymes poseen, pues a través de este trabajo pudimos observar los obstáculos que ellas presentan donde uno

de los más relevantes es la falta de conocimiento para diseñar y crear estrategias que los guíen hacia una exportación exitosa, pues es importante destacar que la logística Internacional hoy en día es un elemento súper importante para el éxito de las empresas exportadores lo que le genera valor agregado a sus operaciones internacionales.

En este Modelo de Negocio, se diseñó un diagnóstico de la empresa el cual es importante y valioso ya que le ayuda a pyme a identificar si cumple con la capacidad y características necesarias y suficientes para adquirir este reto del mundo exportador, si le trae beneficios, si es rentable, y si posibilita sus oportunidades, pues no solo basta con tener una idea o un capital financiero suficiente, es importante la fuerte estructura interna que posea la empresa como capital humano, infraestructura, nivel gerencial, operativo y técnico, nuevos y modernos sistemas que le permitan desarrollar los productos más eficientemente, entre otros, pues con todo esto logrará enfrentar mucho más fácil los temas de política, religión, sociales, económicos que encuentre no solo en su país o mercado local, sino también en el mercado que desea conquistar.

Esta monografía consta de 3 capítulos desarrollados de la siguiente manera:

En el capítulo I se realiza el enfoque del diagnóstico de la empresa partiendo desde los aportes que han tenido las Pymes la economía dominicana, la importancia de la implementación y uso de las TIC en el desarrollo empresarial, el acceso al financiamiento e identificando las barreras, las leyes y los procedimientos que estas deben conocer para lanzarse no solo al mercado local, sino también internacional.

El Capítulo II se da una breve descripción de los tratados y acuerdo comerciales que tiene República Dominicana, los cuales son de gran apoyo para el comercio

de las Pymes, ya que a través de ellos se obtienen excelentes beneficios para la eliminación de barreras arancelarias y no arancelarias para los productos que se deseen exportar.

Por ultimo tenemos el Capítulo III en el cual se desarrolla el plan de logística internacional, basado en las estrategias que pueden y deben evaluar las Pymes a la hora de querer implementar un Plan Logístico Especializado, aquí se pueden observar los tipos de transporte, acceso a financiamiento, métodos y formas de pago, exportaciones directas o indirectas; también se encuentra el análisis y modelo especializado para las Pymes, así como todos los documentos necesarios para formalizar una empresa en República Dominicana y los documentos que se requieren para exportar.

1 CAPITULO I Mercados internacionales meta

1.1 Diagnóstico de las Pymes

Las Pequeñas y Medianas Empresas (Pymes) son aquellas empresas que cuenta con un número de trabajadores reducidos, de no más de 250 en total y sus ingresos son moderados. Las Pymes pueden variar según el país, pero normalmente su clasificación está asociada a la cantidad de empleados que contiene y al volumen anual de sus ventas.

Normalmente las Pymes, a pesar de tener influencia en el mercado de comercio se ven fuera del mercado industrial debido a que se requiere para ello grandes inversiones y porque según la ley el volumen de negocio y de personal debe ser considerable, si el mismo es superado, según legislaciones las microempresas pasan a ser pequeñas empresas y las medianas empresas a ser grandes empresas. Por lo que se dice que las Pymes tienen ya establecidas ciertas ventas anuales y cantidad de personal determinado. Las Pymes a pesar de tener ciertas limitaciones para incursionar a nivel industrial poseen ciertas ventajas, pero del mismo modo las desventajas.

Ventajas

- La relación con los clientes es más cercana y personalizada.
- Las ocupaciones laborales son menos estrictas, más amplias y abiertas a cambios.
- Mayor nivel de (know how) debido a la proximidad de los miembros con los procedimientos diarios de la empresa.

- La toma de decisiones estratégicas requiere menos tiempo debido a que son menos complicados los procesos de gestión.

Desventajas

- Al no tener gran amparo financiero, se les imposibilita emprender en negocios de gran magnitud.
- Están dadas a experimentar constantes cambios debido a que no cuentan con estatutos específicos y establecidos.
- Tienden a pasar desapercibidas por lo clientes, por lo que las campañas publicitarias deben ser realizadas constante y efectivamente.
- Requieren de una persistente verificación y revisión de sus estructuras debido a que puede haber pérdida del control organizativo dado a su naturaleza.

A pesar de las ventajas y desventajas que Las pequeñas y medianas empresas comparten, deben cumplir con ciertas características para que sean reconocidas como tal y se beneficien de algunos tratos preferenciales que les brinda el gobierno:

- El número de trabajadores que contiene va en crecimiento desde 16 hasta 250 empleados.
- Los propietarios son los propios administradores o dirigentes de la compañía.
- El capital de las Pymes es suministrado por una o dos personas que establecen una “sociedad”.
- Se encuentran en proceso de evolución, las pequeñas empresas procuran ser medianas y proyectan ser grandes.

- Su tamaño es pequeño o mediano en comparación con otras empresas que participan en el mercado.
- Reciben ciertas ventajas en materia fiscal por parte del gobierno.

Las Pymes se clasifican según el capital de las mismas, las operaciones y la cantidad de empleados que la misma requiera para su operación, estas se clasifican en tres categorías, basadas en el volumen de negocios y empleados que poseen.

Con la ley 187-17 que modificó la ley 488-08, la cual contiene el régimen de regulación para el desarrollo y competitividad de las Pymes, se logró una nueva clasificación sobre el valor de sus activos, lo que constituye que sean clasificadas como sus homologas de Centroamérica y así recibieran una categorización adecuada para obtener los incentivos de internacionalización, lo que las hace más competitivas tanto en los mercados locales como internacionales:

- **Microempresa.** Esta categoría engloba a las empresas con diez o menos trabajadores y con un volumen de negocios o un balance general inferior o igual a ocho (8) millones de pesos.
- **Pequeña empresa.** En esta categoría se incluyen todas aquellas empresas cuyo volumen de negocios o balance anual es igual o inferior a los 54 millones de pesos y tengan una cantidad de miembros menor de 50.
- **Mediana empresa.** Esta categoría comprender las medianas empresas, que no pueden tener más de 250 empleados y su volumen de negocio no puede ser mayor a los 202 millones de pess.

1.1.1 Pymes y sus aportes a la economía dominicana

Las ventas de las Pymes dominicanas representan el 58% del total, y contribuyen con cerca del 45% al Producto Interno Bruto nacional (PIB), generando más de 1.5 millones de empleos. Las cifras sobre los aportes de estas empresas en la economía dominicana las ofreció el señor Christopher Paniagua, vicepresidente ejecutivo senior de Negocios del Banco Popular Dominicano en el acto donde el Popular y la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD), dieron a conocer el Programa de Fortalecimiento Empresarial (PYME).

1.1.2 Incorporación de las TIC en las Pymes

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesarla para poder calcular resultados y elaborar informes. Algunos de los elementos más utilizados dentro del ámbito de las TIC son las computadoras, el teléfono fijo, los teléfonos celulares, y con mayor incidencia los teléfonos inteligentes y por supuesto el internet. Las TIC han transformado la manera de las personas relacionarse con el entorno, así como trabajar y gestionar recursos. Las TIC son un elemento clave para hacer que el trabajo sea más productivo: agilizando las comunicaciones, sustentando el trabajo en equipo, gestionando las existencias, realizando análisis financieros, y promocionando los productos y servicios en el mercado. Bien utilizadas, las TIC permiten a las empresas producir más cantidad, mayor calidad, y en menos tiempo. Permite a las Pymes ser más competitivas en el mercado, y además tienen el potencial de impactar positivamente en el crecimiento económico y el empleo a través del aumento de la eficiencia y la

productividad, dándole mayor oportunidad a sus propietarios/as de disponer de tiempo libre para otras actividades.

Las Pymes no tienen acceso a la Tecnologías de la Información y comunicación (TIC) debido a que en la actual las mismas no han diseñado un presupuesto de inversión para la implementación y adquisición de las mismas. Las pequeñas y medianas empresas no se han preocupado para mejorar sus sistemas arcaicos tecnológicos ya que los dueños de estas empresas se enfocan más en el mercado local que en la expansión de su mercado. De igual forma las pequeñas y medianas empresas no cuentan con el espacio para la instalación de equipos que mejoren su desempeño operativo.

1.1.3 Uso de internet, pagina web y redes sociales

La Encuesta Nacional de Hogares de Propósitos Múltiples (ENHOGAR 2013), da muestra de que el sector MIPYME ha estado haciendo uso de las nuevas formas para realizar comercio electrónico, tal vez a mayor o igual escala que los demás sectores económicos. El uso del internet como medio de compra, le puede dar a las empresas mejores alternativas e incluir ofertas de productos o servicios a su negocio. El realizar transacciones bancarias le da mayor nivel de organización a sus relaciones comerciales, aunque la mayor parte de las Pymes utilizan el internet para enviar y recibir correos, esto le facilita al dueño de negocio el intercambio comercial con sus clientes y suplidores.

¿Pero qué pasa con aquellas que poseen el potencial para exportar y no lo hacen? internet todas las micro unidades productivas, es el correo electrónico, puesto que un 47.3% de empresas declaró usarlo para estos fines; siendo las microempresas agropecuarias (80.2%) donde más extendido está este tipo de uso, seguido de las móviles (53%) y por último las fijas (46.3%). El otro uso que le dan los empresarios

al internet es para comprar bienes y servicios, en ese sentido las MIPYME fijas y móviles poseen un comportamiento similar, promediando un 21%. Por último, están las transacciones bancarias vía internet, donde apenas un 12.7% de los micronegocios declaró usar el internet, para realizar este tipo de gestiones. Ahora bien, observando los datos de la Encuesta Nacional de Actividad Económica (ENAE 2012), en lo referente a la realización de ventas y pedidos por internet, se aprecia que las medianas empresas formales tiene el mayor porcentaje tanto en realizar como en recibir pedidos por internet con 46,6% y 34,6% respectivamente; con menos porcentaje en la realización de pedidos se encuentran las pequeñas empresas formales con 42,5% y 31,8% para las micro empresas formales, en cuanto a recibir pedidos las pequeñas y las micro empresas están casi a la par con 29,4% y 30%.

1.1.4 Uso de TIC para el manejo del negocio

Un aspecto importante que aborda el Informe del Fondo para el Financiamiento de la Microempresa (FondoMicro2013), es el uso de las TIC para los procesos de venta, contabilidad y administración de las empresas. Tres de cada cuatro Pymes (75.5%) hace uso de una computadora para el manejo de su negocio, tanto en operaciones de ventas de bienes y servicios, como en la parte administrativa y contable de la empresa. Una de cada diez unidades (10.6%) dijo que solo utiliza equipos computarizados para registrar la contabilidad y las operaciones administrativas, mientras que un 2,4% solo lo emplea para llevar registros de sus ventas. Se constata que solo un 11,6% de las Pymes no se ayuda de equipos tecnológicos para sus negocios, llevando manualmente los registros de la empresa, lo que implica un incremento en costos y en tiempo.

El uso de las computadoras está más extendido entre las Pymes del sector comercial con un 80,4% tanto para registro de ventas como la contabilidad del

negocio y otros aspectos administrativos del negocio. Por su parte más empresas de servicios utilizan las computadoras para registro de asuntos administrativos o contabilidad del negocio (15,2%), en comparación con las empresas de manufacturas (6,5%) o de comercio (8,1%). Esto se debe a que regularmente las empresas comerciales controlan sus inventarios a la par que registran sus ingresos por ventas, en mayor medida que las empresas de otras actividades

1.1.5 Acceso al financiamiento para ser adquiridos para las pymes

En su proceso de desarrollo, las Pymes requieren una inyección de recursos externos para poder financiar sus operaciones de crecimiento y expansión en el mercado. En el país existe una experiencia acumulada en materia de financiamiento, que ha generado un conjunto de casos de éxito que hoy sirven como buenas prácticas. Sin embargo, todavía existen brechas de mejora que podrían optimizar las condiciones de financiamiento de las Pymes. Las agencias internacionales de desarrollo quieren financiar y promover a las Pymes de países en desarrollo, basados en el supuesto de que la falta de acceso al financiamiento es una de las principales restricciones para la expansión de este segmento (Glisovic y Martínez, 2012). Con respecto a este tema, la Encuesta Nacional de Pymes 2014 indica que el 33.6% de los microempresarios tenían préstamo al momento de la encuesta, mientras que 32.7% lo había obtenido en los últimos 12 meses. Asimismo, más de un 20% de los empresarios con crédito afirmaron tener más de uno, reflejando el acceso a diversas fuentes de financiamiento y la consecuente reducción de la capacidad de pago. En adición a esto, uno de cada diez dueños de microempresas afirmó que tenía compromisos crediticios que no eran del negocio, sino que se obtuvieron para financiar gastos del hogar. Un hallazgo importante es que se ha registrado un creciente nivel de bancarización de los microempresarios, pues el 52.5% de los que obtuvieron crédito lo hicieron de alguna institución formal. En ese sentido, se registró una reducción de la

participación de las fuentes informales de financiamiento como proveedores de crédito, en comparación con la participación que tenían en el año 2005. Los programas de apoyo financiero del gobierno también han aumentado su atención al segmento, ya que el 6% de los microempresarios que obtuvo crédito señaló que lo hizo por esa vía. Por su parte, las ONG y cooperativas financiaron al 14% de los dueños de negocios con diez o menos trabajadores en su planta.

1.1.6 Beneficios o incentivos ofrece el estado a las Pymes

El desarrollo de un país preme de la iniciativa de emprendedores de poner en función, impulsar y desarrollar su idea de negocio en un mecanismo viable no solo para lucrarse sino para la contribución a la evolución de la producción dominicana. Por lo que el Estado Dominicano ha creado diversos programas e instituciones para que las mismas brinden el apoyo suficiente para mejorar la capacidad productiva de dominicanos y dominicanas emprendedores. El Estado en su apuesta a la formalización, fomento del desarrollo económico y empresarial, crea un viceministerio dentro del Ministerio de Industria y comercio denominado Viceministerio de Pymes (Pymes) con el fin de incentivar a los emprendedores de registrar, formalizar e implementar sus ideas. Además, brindar apoyo a través de incentivos y programas lo cuales instruyen a estos nuevos empresarios a cómo aplicar estrategias de mejoras para el crecimiento de sus pequeñas empresas (Ministerio de Pequeña y mediana empresa, 2014).

A través del Viceministerio de Fomento a las Pymes se ofertan servicios de desarrollo empresarial, para que las pequeñas y medianas empresas, puedan no solo enfocarse en la funcionalidad del negocio sino también en la implementación de técnicas las cuales le sirvan de palanca para ser más competitivas ante otros agentes económicos. De igual forma estos programas ofertados por el ministerio su objetivo es la funcionalidad e integración de los recursos a disposiciones como

son los recursos tecnológicos, humanos y de capital disponibles de una manera eficiente y eficaz, para el desarrollo, crecimiento y mejoramiento de las Pymes. La creación de leyes como la Ley 488-08 (Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas), y la Ley 1-12 (Estrategia Nacional de Desarrollo 2030, las mismas establecen un marco legal para la promoción de la formalización, facilitación del acceso al financiamiento de proyectos, incentivos del Estado a las Pequeñas y Medianas Empresas, mediante programas de capacitación para emprendedores.

Con la creación y promulgación de la Ley 187-17 Régimen Regulatorio para el Desarrollo y Competitividad de las Micro, Pequeñas y Medianas empresas, se crea un ente legal que a través de la misma regulara el comportamiento de las Pymes, esta institución está adscrita al Ministerio de Industria y Comercio, El mismo se le denomino el Consejo Nacional de Promoción y Apoyo a la Micro, Pequeña y Mediana Empresa. A través de esta ley se crea el Fondo para la Micro, Pequeña y Mediana Empresa, este se encarga de evaluar empresas seleccionadas con el fin de medir los niveles de rentabilidad y viabilidad de los proyectos a emprender por nuevos empresarios, para así promover el financiamiento de estos proyectos de llevarse a cabo (Gobierno Dominicano, 2008).

“La promoción del desarrollo económico local en República Dominicana” (Viceministerio de Pequeñas y Medianas Empresas, 2014). El ministerio de Industria y Comercio a través del viceministerio PYME promueve el desarrollo local en República Dominicana a través de acuerdos para la impartición de talleres para el cultivo de productos agrícolas en distintas provincias del territorio nacional. De igual forma, se realizaron estudios para la identificación de las oportunidades y debilidades de las distintas localidades de provincias productoras para así implementar en conjunto con la ayuda de representantes de países de

Centroamérica, planes de gestión para mejorar y desarrollar este sector productivo.

De igual modo se desarrollaron programas para promover el fortalecimiento de mecanismos de asociación a nivel productivo, tales como los clústeres con los cuales un conjunto de empresas se une para brindarse soporte entre ellas para cubrir las deficiencias que tengan y llevar así un producto terminado. Esto puede verse en el sector productivo en industrias de Limpieza; papel, cartón y grafica; pastas y galletas alimenticias; belleza; cacao y derivados; plástico; cultural y ron. Claro ejemplo de esto es el proyecto denominado “Diseño, Desarrollo e Implementación de una Estrategia Global de Calidad del Clúster Dominicano de Productos de Belleza” el mismo financiado por el Banco Interamericano de Desarrollo (Viceministerio de Pequeñas y Medianas Empresas, 2014). Con este proyecto se busca la mejora de la percepción del cacao dominicano y sus derivados, demostrar la calidad de los productos nacionales de cacao y sus derivados, adopción de medidas de mejora de calidad por parte de las empresas dentro de este sector, la creación de módulos de capacitación para lograr la certificación del cacao y sus derivados.

Programas de incentivo para la innovación industrial. La firma de convenios con el Banco Interamericano de Desarrollo y la Asociación de Industrias de la República Dominicana, estos para financiar la contratación de servicios de empresas de consultoría y además de adquirir bienes para que las pequeñas y medianas empresas mejores en cuanto a competitividad. El mismo se basa en una mejora y desarrollo de modelos de negocios que se basen en la rapidez y flexibilidad. Asistencia técnica por parte de profesionales contratados a través de distintas instituciones gubernamentales para impartir los conocimientos necesarios a emprendedores dominicanos de cómo realizar asociaciones, usar

tecnologías e implementar estrategias para competir con empresas locales y poder introducirse a un mundo globalizado a través de mejoras de exportación.

Fomento a las exportaciones, es una de las metas propuestas en la Estrategia Nacional de Desarrollo, lo cual requiere de la transformación estructural económica lo cual llevara a un crecimiento sostenible. El mismo solo se cumplirá si los productores dominicanos se enfocan en la diversificación y sofisticación de la producción (Viceministerio de Pequeñas y Medianas Empresas, 2014), es necesario fortalecer los servicios de apoyo que promuevan la producción e incentivar a la creación de productos de exportación, crear y desarrollar un ambiente de factibilidad y promoción a la inserción de industrias dominicanas a mercados extranjeros de manera competitiva y sostenibles. El programa cuenta con el financiamiento de CAF, Banco de Desarrollo de América Latina, con el objetivo de “desarrollar metodologías de apoyo para la internacionalización de productos dominicanos”, incrementar capacidades e inculcar en el empresariado dominicano formas de internacionalización, apoyo de la demanda de servicios de empresas consultoras en temas de internacionalización para brindar apoyo a Pymes cuyos productos estén a niveles de ser exportados.

Programas de incentivo para la producción sostenible y responsabilidad social empresarial. Inculcar en los productores dominicanos mediante talleres la cooperación para así las actividades comerciales se lleven a cabo en prácticas de gestión que aboquen por el crecimiento económico, pero de igual modo estas actividades se lleven a cabo de manera menos perjudicial al medio ambiente.

1.1.7 Barreras a las que se enfrentan las pymes en el mercado local

Todas las empresas, independientemente de su tamaño, se ven afectadas por situaciones del entorno o de la propia empresa, cuyo efecto podrá ser mayor o

menor dependiendo de sus características y de la industria. Este tema es de vital importancia para encausar adecuadamente las políticas públicas orientadas a apoyar a las Pymes y fomentar el crecimiento del empleo. En el marco de la Encuesta Fondo Micro 2013 se indagó en torno a las principales dificultades que afectan las operaciones de las Pymes.

Los resultados reflejan que el 18.8% de las Pymes afirmó que su empresa no enfrenta ninguna dificultad para realizar sus operaciones, sin presentarse cambios significativos según sea la condición de formalidad o informalidad de la empresa.

Un dato a destacar es que un mayor porcentaje de empresas más jóvenes (21.7%) consideran que no enfrentan ningún tipo de dificultad en comparación con las empresas más antiguas (17%). De manera similar, más empresas del sector comercio afirmaron no enfrentar dificultades (20.9%), mientras que este porcentaje fue menor para las empresas que operan en el sector servicios (18.1%) o manufactureras (15.8%). En promedio, las cinco principales dificultades señaladas por las Pymes están relacionadas con la situación económica (19.6%), aspectos financieros (12.6%), factores de índole administrativa (10.5%), el problema de la energía eléctrica (9.6%) y aspectos legales y laborales (9.3%). No obstante, la importancia que tienen estos factores en el desempeño de la empresa varía según las características de las Pymes, particularmente su condición de formalidad, los años que tienen operando y la actividad a la que se dedican, así como también las características del propietario, específicamente el género y el nivel educativo del propietario.

Es importante señalar que la Encuesta FondoMicro 2013 fue realizada durante los meses de marzo a julio de 2013, en momentos en que se observaba una fuerte desaceleración de las actividades económicas, producto de la reforma tributaria de principios de ese año y de un conjunto de medidas aplicadas por el gobierno

para restringir el gasto, tanto público como privado. Como resultado, durante el primer trimestre de 2013, la economía dominicana apenas creció en un 0.3%, muy por debajo del 3.8% del crecimiento experimentado durante el primer trimestre de 2012. En ese escenario, la situación económica cobra una relevancia particular, sobre todo para las empresas que se dedican a actividades comerciales, pues el 26.4% señaló ese motivo como el mayor obstáculo del negocio.

También este factor tuvo relevancia para las Pymes manufactureras y de servicios, pero en menor proporción (20.2% y 12.6%, respectivamente). El sector manufacturero señaló como principales dificultades el acceso a recursos financieros, el suministro y costo de energía eléctrica, y las situaciones de carácter legal y laboral. Para estas empresas tiene mayor relevancia el tema financiero, pues su ciclo de producción y venta es más largo, y, por tanto, demandan recursos para mantenerse operando mientras transforman la materia prima en productos terminados y los colocan en el mercado. Para las empresas de comercio tienen importancia esos mismos factores, aunque en proporciones diferentes. Por su parte, las Pymes de servicios consideran que los problemas con la infraestructura del negocio (11.3%) son obstáculos para su crecimiento y expansión, tales como insuficiencia de parqueos y locales inadecuados, para una óptima atención al cliente, entre otros.

Otras de las barreras que las Pymes enfrentan es la carencia de recursos y de innovación. La innovación y la creación de productos proviene de la educación que tengan las personas debido a que los mismos provienen del análisis de algún problema que afecta a la sociedad y del desarrollo de soluciones a la problemática en cuestión. Es por esto que el estancamiento de las empresas dominicanas en la producción de productos terminados que son utilizados como insumos para la producción de otros productos. Debido a que los productos dominicanos se basan más en la producción de commodities o materias primas.

Las Pymes enfrentan un sin número de barreras que imposibilita la el debido desarrollo y expansión de las Pequeñas y Medianas Empresas tales como:

- Limitación financiera
- Falta de personal preparado
- Dificultad para identificar clientes potenciales, socios y oportunidades de negocio en otros países
- Desconocimiento para obtener información sobre mercados internacionales
- Contingencias
- Aranceles
- Barreras administrativas

1.1.8 Planteamiento diagnóstico de las Pymes

Las Pymes son empresas que cuentan con no más de 250 trabajadores en total y una facturación moderada. Las Pymes del sector exportador Actualmente, las principales son oro, tabaco laminado, equipos de protección de baja tensión e instrumentos médicos, aunque en los últimos años el país ha diversificado su oferta exportadora, con productos no tradicionales. Los productos industriales son los que gozan de mayor posicionamiento en los mercados internacionales, estos representan ganancias por el orden de los US\$ 7,417.5 millones durante el 2015, según datos del Banco Central. En este sector converge la producción de textiles, productos eléctricos, artículos de joyería y conexos, productos farmacéuticos, calzado, fabricación de equipos médicos y quirúrgicos. El desarrollo de las infraestructuras, al igual que la apertura con diversos acuerdos comerciales, ha hecho de las exportaciones un sector económico dinámico que desafía continuamente su capacidad de producción.

¿Pero qué pasa con aquellas que poseen el potencial para exportar y no lo hacen?, El éxito económico de República Dominicana ha convertido a la promoción de las exportaciones en una política fundamental de su estrategia de desarrollo. Los efectos que la apertura comercial y la notoria expansión de las exportaciones han tenido sobre el crecimiento económico dominicano. El mejor momento para exportar es ahora. Existen ventanas de oportunidades actualmente que deben de aprovechar con el fin de asegurar una buena posición en mercados determinados. Cuando se exporta no se compite con una empresa o con un mercado, sino con el mundo. Por lo tanto, se debe estar dispuestos a ser creativos, proactivos y a manejarse con los mayores estándares.

El resultado de la incorporación de las Pymes en el sector exportador es una serie de destinos donde puede hacer negocios y diversificar los riesgos, pero el país debe ser proactivo en la apertura de nuevos mercados. Centroamérica posee un gran potencial, se han identificado oportunidades en materia de servicio logístico y transporte marítimo a tarifas competitivas. Además, con Centroamérica tenemos un acuerdo de libre comercio, al igual que en algunas islas del Caribe a través de Caricom, y esto le da acceso a la República a países libre de aranceles para una gran variedad de productos dominicanos, potencializando de esta manera las ganancias para las Pymes. Aquellas empresas que no han sido incorporados a este sector se quedan estancadas en el mercado local, privándose de la oportunidad de diversificar su mercado, maximizar sus ganancias y por ende aumentar su cartera de clientes.

1.2 Identificación y clasificación de los mercados internacionales

El éxito de una empresa se ve altamente influenciado por sus estrategias, el hecho de que las Pymes tomen la decisión de internacionalizar sus productos o servicios es un desafío que a su vez carga consigo mucho riesgo, sin duda es una

oportunidad de crecimiento pero al mismo tiempo la competencia se vuelve aun mayor, aunque de manera más profunda al iniciar este proceso, las Pymes deben tomar distintos factores en cuenta y analizar bien los pasos a dar, internacionalizarse implica transformación y adaptación en el nuevo mercado, y para lograr esto es importante reconocer el mercado donde iniciar, este es el primer paso para obtener buenos resultados, es un paso que aparte de garantizar rentabilidad les proporciona una reducción de costos muy significativa si se sabe ejecutar. (Escuela de Negocios de PwC Argentina, 2014)

Este primer paso conlleva analizar si su producto o servicio tendría una buena demanda en más de un mercado internacional, es decir, que si la demanda potencial de compra en ese mercado justifica el esfuerzo comercial, (Michael R. Czinkota, 2013) una vez concreta esto, una próxima recomendación que se guarda para las Pymes al momento de seleccionar un destino estratégico para internacionalizarse es que dependiendo su producto inicien con un mercado parecido al mercado local y en la misma zona geográfica, por ejemplo: si la pyme se encuentra en República Dominicana es recomendable que inicie con un país que se encuentre en Centroamérica o el caribe.

En el caso de República Dominicana, este país tiene una excelente ubicación geográfica, atractivo para muchos y de suma utilidad para el comercio en todo el Caribe, Centroamérica, América del Sur y América del norte, esto a la misma vez provoca que este cuente con estos bloques geográficos para comercializar sus productos y todo se lo deben a esta gran ventaja geográfica.

De acuerdo con el UPS Business Monitor™ Export Index Latin America 2017 (BMEI, por sus siglas en inglés) un 47% de las Pymes de América está buscando nuevos proveedores internacionales, esto reafirma que las Pymes de República

Dominicana tienen una gran oportunidad en su zona geográfica. (UPS Business Monitor™, 2017)

Por lo que hemos tomado la decisión de desarrollar con los destinos El Caribe, Centroamérica y Estados Unidos, una tabla que identifique el top de los productos más importados por y las ventajas que las Pymes tendrían al escoger esos bloques geográficos como mercado meta dando así una referencia de la manera en que las Pymes pueden identificar sus oportunidades de negocios en el exterior, identificando de acuerdo a las recomendaciones, donde tienen más oportunidad de comercializar eso que ofrecen.

1.2.1 Clasificación de mercados de acuerdo a sus principales productos demandados

La importancia de conocer hacia donde arrojan las importaciones de distintos mercados ayudan al exportador a tener un eje más claro de hacia qué mercado quiere dirigir su producto, por ejemplo, si en Jamaica se produce azúcar y lo sitúa como su principal producto, les aseguro que las importaciones de azúcar allá es muy mínima pues la población jamaicana tiene la posibilidad de satisfacer su demanda con la producción local, este es el enfoque que deseamos que las Pymes tengan en cuenta, es por eso que de acuerdo a los bloques geográficos mencionados anteriormente, El Caribe, Centroamérica y Estados Unidos, estaremos evaluando los principales productos que los países dentro de estas regiones importan.

1.2.1.1 El Caribe

Esta zona geográfica está compuesta por Antigua y Barbuda, Bahamas, México, Barbados, Belice, Colombia, Costa Rica, Cuba, Dominica, Granada, Guatemala,

Guyana, Haití, Honduras, Jamaica, Nicaragua, Panamá, República Dominicana, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía, Trinidad y Tobago, Venezuela, Surinam, El Salvador que son naciones independientes y otras naciones dependientes como Anguila, Aruba, Islas Vírgenes Británicas, Isla de Navaza, Islas Caimán, Isla de Saba, Curazao, Bonaire, Islas Turcas y Caicos

Puerto Rico, Sint Maarten, San Eustaquio, San Martín, San Bartolomé, Islas Vírgenes de los Estados Unidos, Martinica, Montserrat, Guayana Francesa, Guadalupe, estos países se dividen entre los que están en las Antillas mayores, las Antillas menores y otros que a pesar de estar situados en América central o América del sur tienen costa perteneciente al Caribe.

Ahora bien, definamos porqué es beneficioso exportar al Caribe.

En primer lugar, alrededor de la República Dominicana hay 27 islas caribeñas a las cuales los exportadores dominicanos tienen acceso y más de 15 líneas navieras las cuales operan con frecuencia semanal y dan la facilidad del tránsito de mercancía en tan solo un día, también tan solo los países que integran el bloque económico, social y político denominado Comunidad del Caribe (Caricom), tienen la oportunidad de acceder alrededor de ocho millones de consumidores. Esta cifra es aún mayor si se agregan los países que no son miembros del colectivo.

Actualmente también la República Dominicana sostiene un acuerdo con los países miembros de la comunidad del Caribe (Caricom) donde la misma tiene la posibilidad de realizar comercio con estos países con los siguientes lineamientos, si se trata de los Países de Mayor Desarrollo de la Caricom los bienes dominicanos que cumplan con las reglas del tratado entran libres de aranceles.

Mientras que con los de Menor Desarrollo los productos dominicanos tienen que pagar el arancel de Nación Más Favorecida.

Dentro de los productos más destacados para exportar esos países son gallos y gallinas de especies domésticas (20%), gansos domésticos (10%), grañones y sémola de arroz (8%), granos de cebada (4%) y las raíces de achicorias (3%), además también las preparaciones alimenticias que se encuentra en el top de oportunidades comerciales para todos los países, excepto Guyana y Surinam. República Dominicana exportó esta clase de productos por un monto de US\$34,7 millones en 2015. Así también sucede con los medicamentos y los productos plásticos. (CEI-RD, 2017)

En la tabla a continuación, estaremos visualizando un top de los 5 productos más importados en las 5 economías más desarrolladas después de República Dominicana pertenecientes al Caricom.

Gráfico 1: Tabla de productos más importados en Trinidad y Tobago

Trinidad y Tobago	Producto	Comercio Potencial
	Medicamentos	US\$ 168,804
	Preparaciones alimenticias	US\$ 146,887
	Artículos de plástico y manufacturas	US\$ 73,157
	Placas, láminas, hojas y tiras, de plástico, reforzadas, estratificadas combinadas de forma similar con otras materias.	US\$ 62,347
	Bombonas “damajuanas” botellas, frascos y artículos símil. para transporte o envasado, de plástico	US\$ 61,493

Fuente: Informe CEI-RD

Gráfico 2: Tabla de productos más importados en Jamaica

Jamaica	Producto	Comercio Potencial
	Medicamentos	US\$ 168,691
	Preparaciones alimenticias	US\$ 146,868
	Artículos de plástico y manufacturas	US\$ 47,198
	Sacos “bolsas”, bolsitas, y cucuruchos, de plásticos (exc. de polímeros de etilenos)	US\$ 46,049
	Cajas de papel o cartón corrugado	US\$ 41,929

Fuente: Informe CEI-RD

Gráfico 3: Tabla de productos más importados en Barbados

Barbados	Producto	Comercio Potencial
	Preparaciones alimenticias	US\$ 74,243
	Instrumentos y aparatos médicos	US\$ 27,034
	Artículos de plástico y manufacturas	US\$ 26,093
	Vinos de uvas frescas	US\$ 25,397
	Productos de panadería, pastelería y galletería	US\$ 21,221

Fuente: Informe CEI-RD

Gráfico 4: Tabla de productos más importados en Guyana

Guyana	Producto	Comercio Potencial
	Bombonas “damajuanas”, botellas, frascos y artículos similares para transporte o envasado, de plástico	US\$ 42,535
	Instrumentos y aparatos médicos	US\$ 22,439
	Galletas dulces	US\$ 22,361
	Productos de panadería y repostería	US\$ 20,423
	Papel higiénico	US\$ 18,533

Fuente: Informe CEI-RD

Gráfico 5: Tabla de productos más importados en Surinam

Surinam	Producto	Comercio Potencial
	Cajas de papel o cartón corrugado	US\$ 168,691
	Medicamentos	US\$ 146,868
	Galletas dulces	US\$ 47,198
	Preparaciones de belleza, maquillaje y para el cuidado de la piel	US\$ 46,049
	Papel higiénico	US\$ 41,929

Fuente: Informe CEI-RD

1.2.1.2 Centroamérica

Este bloque geográfico está compuesto por Belice, Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá, con el cual tenemos un alcance potencial a 48 millones de personas, además de que los exportadores en República Dominicana guardan grandes ventajas por los distintos acuerdos que conectan a este país con los países de Centroamérica.

Dentro de las ventajas que se sostienen como resultado de exportar a esa región tenemos que este mantiene una gran diversificación en sus exportaciones, además tienen una tendencia al desarrollo y la conectividad en aspectos logísticos, también es un mercado que aparte de su proximidad geográfica con el país, son mercados grandes, muy similares y con gran facilidad de acceso. (CEI-RD, 2017)

A continuación, los productos donde la República Dominicana tendría gran oportunidad en los países de Centroamérica.

Gráfico 6: Tabla de productos más importados desde Centroamérica

Principales Productos Agrícolas y Agroindustriales	Principales Productos Industriales
Preparaciones Alimenticias	T-Shirts y Camisetas
Aguacates	Instrumentos Médicos

Cervezas	Calzados
Galletas Dulces	Pantalones
Harina de Trigo	Vajillas de Plásticos
Salsa de Tomate	Mezcla de Sustancias Odoríferas
Ron	Disyuntores
Tabaco	Barras de Hierro o de Acero
Tomates	Placas, Laminas de Polímero
Bebidas no Alcohólicas	Preparaciones de Maquillaje
Plátanos	Cajas de Papel o Cartón
Alimentos para Animales	Cemento Portland

Fuente: Informe CEI-RD

1.2.1.3 Estados Unidos

Es un país constituido por 50 estados, soberano y constituido en república federal, a pesar de no ser un país culturalmente similar a la República Dominicana, es un país que posee mucha población de migrantes dominicanos, de los 325 millones de habitantes, hay 1.8 millones dominicanos lo que representa por una vía una buena oportunidad para los productos dominicanos allá, además de que ambos países tienen un lazo bien importante mediante el acuerdo actualmente en vigencia DR-CAFTA.

Dentro de los estados que más importan en Estados Unidos están: California, Texas, Michigan, Illinois, New Jersey y New York, donde en estos últimos dos se concentra gran número de dominicanos, además de este país tener una ubicación estratégica con República Dominicana donde cualquier exportación en tan solo un día puede llegar a su destino, estamos hablando de un país con una economía muy estable y con una organización gubernamental muy significativa, lo cual le ofrece a nuestros pequeños exportadores seguridad. (Checo, 2017)

A continuación, se muestra una tabla con la lista de productos dominicanos más importados por los Estados Unidos.

Gráfico 7: Tabla de productos más importados desde Estados Unidos

PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN HACIA EEUU	PRINCIPALES PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN HACIA EEUU – REGIMEN NACIONAL
Cigarros	Azúcar de Caña o Remolacha Pura
Artículos de Joyería	Formas Semielaboradas de Oro
Disyuntores Eléctricos	Cacao en Grano
Instrumentos Médicos	Compresores de Aire de vehículos
Aparatos Médicos de Transfusión	Vajillas de Plásticos
T-shirt y Camisetas de Algodón	Pimienta
Cacao en grano	Los demás Azucares de la Caña
Ron	Cigarritos
Calzado	Artículos de Joyería
Bebidas no Alcohólicas	Preparaciones de Maquillaje

Fuente: Informe CEI-RD

1.3 Normas y requerimientos técnicos de acceso al mercado

Los requerimientos técnicos de acceso al mercado consisten en una serie de normas, leyes y requisitos que implementa el gobierno del mercado que se pretende conquistar, estas normas, leyes o requisitos fueron diseñadas para que los productos provenientes de otros mercados ingresen a los países en condiciones no discriminatorias, es decir, deben tener igualdad de condiciones que los productos nacionales.

Con estas normas, leyes o requisitos, los gobiernos pretenden estimular y proteger la producción nacional, disminuir las importaciones, incentivar la inversión extranjera directa, reducir la dependencia de proveedores extranjeros, incentivar las exportaciones, disminuir los problemas de balanza comercial, entre otros, dentro de estas normas se pueden encontrar condiciones arancelarias y no arancelarias, las cuales son de suma importancia y se deben conocer muy bien ya que son exigidas por cada mercado objetivo.

1.3.1 Arancelarias

Esta hace referencia a todos aquellos cobros correspondientes a impuestos y costos aduanales a los que debe ser sometido un bien o servicio importado.

El propósito de estos aranceles es elevar el costo de los productos importados, de tal forma que no puedan hacerles competencia a los productos nacionales, este valor se liquida sobre el CIF y es asumido por el importador, normalmente se denominan aranceles y otros impuestos aduanales, estos pueden clasificarse de la siguiente forma.

- Arancel Ad-valorem: Es un arancel que se establece de acuerdo al valor de la mercancía declarada
- Arancel específico: Este arancel se cobra de acuerdo al peso, cantidad o número de unidades de la mercancía importada
- Arancel mixto: Este arancel se aplica una parte con arancel Ad-Valorem y otra parte arancel específico.

1.3.2 No arancelarias

Es un método diferente al de los aranceles e impuestos, que se le impone a las mercancías y servicios procedentes del exterior, dentro de los cuales se encuentran los siguientes:

1.3.2.1 Obstáculos técnicos al comercio

El artículo 20 del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) permite a los gobiernos adoptar medidas que afecten al comercio con el fin de proteger la salud y la vida de las personas y de los animales o preservar los vegetales, a condición de que no sean discriminatorias ni se utilicen como un proteccionismo encubierto. Hay además dos acuerdos específicos de la OMC que tratan de la inocuidad de los alimentos, la sanidad de los animales y la preservación de los vegetales, y de las normas sobre los productos en general. Ambos intentan determinar los medios de satisfacer la necesidad de aplicar normas y, al mismo tiempo, evitar el proteccionismo encubierto. Estas cuestiones están adquiriendo más importancia a medida que se van suprimiendo los obstáculos arancelarios. En ambos casos, si un país aplica normas internacionales, es menos probable que sea impugnado jurídicamente que si establece sus propias normas El Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio (OTC) trata de asegurar que los reglamentos, las normas y los procedimientos de

prueba y certificación no creen obstáculos innecesarios. (Organización Mundial del Comercio, s.f.)

1.3.2.2 Requisitos fitosanitarios:

Los requisitos Fitosanitarios son aplicados a todos aquellos productos vegetales de exportación los cuales deben garantizar el cumplimiento de los requisitos fitosanitarios del país de destino al cual se dirige el embarque o envío, de acuerdo a las obligaciones establecidas en el comercio internacional;

En República Dominicana la División de Cuarentena del Departamento de Sanidad Vegetal del Ministerio de Agricultura es el encargado de realizar estas inspecciones fitosanitarias y su objetivo es determinar la existencia de plagas, enfermedades u otro agente patógeno en los envíos de origen vegetal. (www.agricultura.gob.do, s.f.)

El departamento de sanidad vegetal es el encargado de aprobar y certificar los conceptos de los certificados fitosanitarios de las partidas de plantas, productos y subproductos de origen vegetal que se van a exportar, así como su empaque y medios de transporte, pues estos deben cumplir con las especificaciones dadas por el país importador, si el país importador requiere el certificado fitosanitario, el Ministerio de Agricultura designara un funcionario para que realice la inspección previa al empaque de tal forma que se pueda expedir el certificado Fitosanitario

Para la obtención del certificado fitosanitario de exportación, el exportador debe conocer y cumplir previamente los requisitos o protocolos establecidos por el país importador. Estas medidas se aplican tanto a los productos nacionales como a los importados.

Requisitos específicos:

Estos varían de acuerdo al país importador, un acuerdo existente entre los países signatarios de la OMC, se establecen reglas básicas internacionales, las cuales garantizan que las medidas sanitarias y Fitosanitarias no sean extremas de tal forma que solo beneficien al productor interno.

Para que este sistema sea más regulado, los organismos nacionales encargados de las notificaciones pueden consultar el Sistema de Presentación de Notificaciones MSF (SPS NSS) para cumplimentar y presentar las notificaciones MSF en línea

También se encuentra disponible el SPS IMS, que es el sistema que contiene una base de datos completa la cual permite a los usuarios buscar todas las medidas sanitarias y fitosanitarias notificadas y las preocupaciones comerciales específicas planteadas en el Comité MSF. Los usuarios también pueden buscar información en las Autoridades Nacionales de Notificación y Puntos de Información de MSF, así como en otros documentos relacionados con MSF distribuidos en la OMC.

El Acuerdo Sobre la aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias, establece claramente que estas medidas son bilaterales y se deben establecer en los acuerdos y tratados comerciales que entre los países interesados se firmen; así mismo reafirma que no debe impedirse a ningún miembro adoptar medidas necesarias que protejan la vida, la salud de las personas, de los animales y para preservar los vegetales, siempre y cuando estas medidas no incluyan medidas arbitrarias de protección con las cuales se impida el comercio internacional.

En este acuerdo también se reconoce que los países miembros en desarrollo pueden presentar tropiezos para el cumplimiento de estas medidas sanitarias y Fitosanitarias que establezcan los países miembros importadores, lo cual les impediría acceder al libre mercado, por lo que estas medidas básicas que se encuentran en la norma internacional, tratan de ayudar a los países en desarrollo para que no se encuentren en desventaja frente a los importadores.

El acuerdo contiene en sus artículos disposiciones generales, Derechos y Obligaciones básicos, Armonización, Equivalencia, Evaluación del riesgo y determinación del nivel adecuado de protección sanitaria y fitosanitaria, Asistencia técnica, Transparencia, Procedimientos de control y de Administración, entre otros.

Ámbito local

La República Dominicana en su sistema sanitario y fitosanitario tiene tres barreras o puntos de inspección, con lo cual previene la introducción de plagas y enfermedades al territorio nacional:

- 1) Sistema de Protección Sanitaria y Fitosanitaria en Puertos, Aeropuertos y Pasos Fronterizos;
- 2) Sistema de Vigilancia y Capacidad Diagnóstica para Detectar Plagas, Enfermedades y Problemas Sanitarios; por último,
- 3) Sistema de la Capacidad de dar Respuesta ante el surgimiento de situaciones de Emergencia Sanitaria o Fitosanitaria.

Este es un trabajo que República Dominicana ha venido desarrollando con gran esfuerzo y de manera sostenida, para lograr el fortalecimiento del sistema de protección sanitaria y fitosanitaria, los cuales se ven reflejados principalmente en su primera barrera de defensa. Teniendo en cuenta que la segunda y tercera barreras han tenido múltiples dificultades por varias razones, es que se han reforzado los esfuerzos por fortalecer la primera barrera, de este modo, han logrado evitar la introducción de plagas, enfermedades o problemas de salud al territorio nacional.

Ámbito internacional

Como Miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), República Dominicana hace parte del Acuerdo de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias de la OMC, así como también hace parte de la Convención Internacional de la Protección Fitosanitaria (CIPF), de la Organización Mundial de Sanidad Animal (OIE) y del Codex Alimentarius. Como país miembro de estas organizaciones y a través del Comité Nacional para la Aplicación de las Medidas Sanitarias y Fitosanitarias (CNMSF) da seguimiento a los compromisos adquiridos por el país en materia sanitaria y fitosanitaria, promoviendo la creación de mecanismos que faciliten su cumplimiento.

Asimismo, la República Dominicana es parte del Tratado de Libre Comercio con los Estados Unidos y los países de Centroamérica (DR-CAFTA), así como del Acuerdo de Asociación Económica (EPA, por sus siglas en inglés), entre otros acuerdos, convenios y tratados bilaterales y regionales, en los que el tema sanitario y fitosanitario conlleva la adecuada vigilancia e implementación de estas medidas de acuerdo con las normativas internacionalmente aceptadas. (CNMSF, s.f.)

1.3.2.3 Inocuidad, higiene y calidad de los alimentos

La inocuidad de los alimentos hace referencia a los alimentos que no son capaces de causar daño alguno a la salud del ser humano, teniendo en cuenta el alcance y desarrollo global que ha tenido el comercio internacional se ha hecho necesario establecer políticas de inocuidad y calidad de los alimentos para proteger la salud de los consumidores.

La inocuidad de los alimentos está considerada como una cuestión de salud pública para todos los países, por lo que se han extremado las medidas de control, teniendo en cuenta que miles de millones de personas han resultado afectadas a consecuencia de enfermedades transmitidas por patógenos microbianos, biotoxinas y componentes químicos presentes en los alimentos.

El termino inocuidad en los alimentos se entiende como todo aquel alimentos o componente alimenticio que no pueda poner en riesgo la salud del consumidor, así pues, un alimento inocuo no puede causar ningún daño al ser humano, por lo tanto el objetivo de establecer esta esta medida no es negociable bajo ninguna circunstancia, por otro lado se tiene término control de calidad, término que en realidad es subjetivo teniendo en cuenta que esta varía de acuerdo a las percepciones del consumidor, dentro de la calidad de los productos podemos encontrar algunas características negativas, tales como, descomposición, olores desagradables, decoloración del producto, contaminación, entre otros, también hay factores positivos como el origen o naturaleza del producto, aroma, textura, método de preparación del producto, entre otros.

Es así como los consumidores cada vez son más exigentes y muestran mayor interés en la forma como se elaboran, producen y se comercializan estos alimentos, por lo que están cuestionando a sus gobiernos y exigiéndoles a ejercer

mayor control de los mismos, por todo esto, es que la FAO, Organización de la Naciones Unidas para la Agricultura y la alimentación, y la OMS Organización Mundial de la Salud, han mostrado gran interés en desarrollar y promover sistemas nacionales de control en los alimentos que estén basados en directrices y principios de carácter científico y que abarque todos los canales de la cadena logística alimentaria, para los países en desarrollo el reto es mucho más grande cuando de mejorar en este aspecto se trata, puesto que exige un fuerte compromiso político y normativo. Una de las causas por las cuales se ve obstaculizado el control de los alimentos en los países es la fragmentación de la legislación y las jurisdicciones, y las deficiencias en vigilancia y seguimiento y cumplimiento de las normas. (www.fao.org, 2003)

Esto se puede evidenciar en los países en desarrollo, ya que generalmente las Pymes desconocen aún los primeros pasos que les allanen el camino a la internacionalización, no sólo en República Dominicana el acceso a la información es limitado, también en otros países como el Salvador, en el cual, cerca de 200 empresarios a los que les presentaron una guía práctica sobre requerimientos de exportación de los alimentos de la FDA, manifiestan tener este problema, lo que les limita las oportunidades de acceso a mercado (DICA-Dirección de Innovación y Calidad, s.f.)

El objetivo general de las autoridades nacionales para el control de los alimentos en pro de preservar la salud pública debe estar enfocado a la creación de estrategias de control de los alimentos que prevengan el fraude, el engaño, evitar la adulteración de los alimentos para así fomentar transparentemente el comercio. (www.fao.org, 2003)

1.3.2.4 Requisitos de marcado y etiquetado

Los requisitos de Marcado y Etiquetado son una tendencia que se ha venido implementando, teniendo en cuenta que los consumidores día tras días desean enterarse de los componentes que trae cada producto que consumen, es así como este etiquetado constituye el primer medio de comunicación entre los actores de la cadena logística alimentaria, desde su fabricante, exportador, importador y distribuidor hasta llegar al consumidor final.

El Codex Alimentarius o Código de Alimentación, es el organismo o comité internacional más alto en materia de normas alimentarias, fue creado en el año de 1963 durante la Conferencia Mundial de la Salud, el Codex Alimentarius está conformado por los Miembros de la ONU y además de asociaciones internacionales, representantes de consumidores y otras instituciones que manifiestan interés en participar del grupo; este comité trabaja de la mano con la FAO y La OMS, y se encarga de implementar el Programa sobre las Normas Alimentarias, tiene como objetivo proteger la salud de los consumidores y evitar que se hagan prácticas desleales de tal forma que afecten el comercio de alimentos.

EL Codex Alimentarius proporciona orientación al consumidor sobre el etiquetado general de los alimentos, así como las declaraciones de las propiedades saludables y garantiza al consumidor que lo que está comprando es realmente lo que dice la etiqueta.

A continuación, se relacionan los textos completos sobre Etiquetado de Alimentos – Revisión 2001 y sus respectivos enlaces como método de consulta que El Codex Alimentarius ha elaborado.

- Norma General Del Codex Para El Etiquetado De Los Alimentos Preenvasados. (Codex Alimentariux, 1985) ¹
- Norma General Del Codex Para El Etiquetado De Aditivos Alimentarios Que Se Venden Como Tales. (Alimentariux, 1981) ²
- Norma General Para El Etiquetado Y Declaración De Propiedades De Alimentos Preenvasados Para Regímenes Especiales. (Codex Alimentariux, 1895) ³
- Directrices Generales Del Codex Sobre Declaraciones De Propiedades (Codex Alimentariux, 1991) ⁴
- Directrices Del Codex Sobre Etiquetado Nutricional. (Codex Alimentariux, 1998)⁵
- Directrices Para El Uso De Declaraciones Nutricionales. (Codex Alimentariux, 2001) ⁶
- Directrices Generales Para El Uso Del Término "Halal" (Codex Alimentariux, 1997) ⁷

En el siguiente enlace ⁸ se encuentran todas las Normas Oficiales disponibles emitidas por el Codex Alimentariux, se pueden encontrar cerca de 221 Normas, 78 Directrices, 53 códigos de prácticas, descargables en diferentes idiomas (Codex Alimentariux)

¹ <http://www.fao.org/docrep/005/y2770s/y2770s02.htm#TopOfPage>

² <http://www.fao.org/docrep/005/y2770s/y2770s03.htm#bm3>

³ <http://www.fao.org/docrep/005/y2770s/y2770s04.htm#fn12>

⁴ <http://www.fao.org/docrep/005/y2770s/y2770s05.htm#fn16>

⁵ <http://www.fao.org/docrep/005/y2770s/y2770s06.htm#fn17>

⁶ <http://www.fao.org/docrep/005/y2770s/y2770s07.htm#fn23>

⁷ <http://www.fao.org/docrep/005/y2770s/y2770s08.htm#fn27>

⁸ <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/codex-texts/list-standards/es/>

Etiquetado en Estados Unidos

Los alimentos vendidos dentro de los Estados Unidos deben ser seguros, saludables y debidamente etiquetados, la Administración de Drogas y Alimentos (FDA) es responsable de garantizar que estos factures se cumplan, esto se aplica tanto para los productos elaborados a nivel nacional como para los productos provenientes del exterior. La Ley Federal de Alimentos, Drogas y Cosméticos (Ley FD&C) y la Ley Justa de Empaquetado y Rotulación son las reglas federales que rigen los productos alimenticios conforme a la jurisdicción de la FDA.

La Ley sobre Etiquetado de Productos Nutritivos y Educación (NLEA), sancionada como enmienda a la Ley FD&C, exige que la mayoría de los alimentos incluyan un etiquetado de información nutricional, y que las etiquetas de alimentos que contienen afirmaciones sobre el contenido de nutrientes y determinados mensajes sobre salud cumplan con requisitos específicos. (Food & Drug Administration)

A continuación, se relaciona una guía con una serie de preguntas establecidas por la (U.S. Food & Drug Administration) en su guía práctica de etiquetado, la cual, debemos tener presente en el momento de elaborar una etiqueta para la venta o exportación de un producto que desee introducirse a Estados Unidos:

- 1) **¿Dónde se deben colocar las declaraciones de las etiquetas en los envases y paquetes?** Existen 2 formas de etiquetar paquetes y envases:
 - Se colocan todas las declaraciones de etiqueta requeridas en el panel frontal de la etiqueta, también llamado (el panel de exhibición principal o PDP) o
 - 1) Se puede colocar las declaraciones de etiqueta específicas en el PDP y los otros etiquetados en el panel de información (el panel de etiqueta

ubicado a la derecha del PDP, el cual ve el consumidor con el producto enfrente).

- 2) **¿Qué son los PDP y los PDP alternativos?** EL PDP es la parte de la etiqueta que está más expuesta a la vista del consumidor en el momento de la compra. La mayor cantidad de envases están diseñados con dos o más superficies diferentes que permiten exhibir el PDP. Éstos son los PDP alternativos.
- 3) **¿Qué declaraciones de etiqueta deben aparecer en el PDP?** Se debe colocar en el PDP o el PDP alternativo la declaración de identidad o el nombre del alimento y la declaración de cantidad neta (la cantidad del producto).
- 4) **¿Qué panel de etiqueta es el panel de información?** Es el panel que está ubicado a la derecha del PDP, como se exhibe al consumidor.
- 5) **¿Qué es el etiquetado del panel de información?** Esta hace referencia a las declaraciones de etiqueta que generalmente deben colocarse juntas, sin ningún material intermedio y sobre el panel de información.
- 6) **¿Qué tamaño de tipografía, prominencia y notoriedad se requiere?**
 - a. Etiquetado del panel de información, se debe utilizar letra imprenta o tamaño de tipografía prominente, notorio y fácil de leer.
 - b. La altura de las letras no debe ser superior al triple del ancho y deben contrastar lo suficiente con el fondo para que puedan leerse con facilidad.

- c. Los tamaños de tipografía más pequeños pueden utilizarse en el etiquetado del panel de información para paquetes de alimentos muy pequeños, según se establece en 21 CFR 101.2(c) y (f)
- 7) **¿Cuál es la prohibición contra el material intermedio?** El material intermedio es la información que no es requerida por la FDA, por lo tanto, su uso es prohibido (por ejemplo, el código de barra UPC no es un etiquetado requerido por la FDA).
- 8) **¿Qué nombre y dirección deben figurar en la etiqueta?**
- a. Nombre y dirección del fabricante, empacador o distribuidor. Si menciona el nombre del fabricante, deberá estar acompañado por una frase que relacione la firma con el producto.
 - b. El domicilio.
 - c. La ciudad o el pueblo
 - d. El estado (o el país, si reside fuera de los Estados Unidos).
 - e. El código postal (o el código de correspondencia utilizado en otros países, a excepción de los Estados Unidos). 21 CFR 101.5

En la página de (U.S Food & Drug Administration), se pueden observar cada uno de los requisitos que deben cumplir los productos fabricados e importados en los Estados Unidos.

1.3.2.5 Requisitos de empaque, embalaje y transporte

Uno de los aspectos importantes a tener en cuenta para la distribución física internacional del envío de mercancías es el empaque y embalaje, para que esto sea exitoso, es indispensable que el fabricante o exportador conozcan las normas técnicas o tecnicismos del empaque y embalaje con el fin de evitar o prever futuros impases que le pueden causar incluso la pérdida de oportunidades de negocio.

Cada vez los embalajes son más modernos por lo que se debe estar a la vanguardia de las novedades, pues a demás, de proteger el producto y preservar su vida útil, le brinda un valor agregado a corto y largo plazo al productor o exportador, lo que lo hace más atractivo para el distribuidor y consumidor final.

Los empaques y embalajes deben cumplir con los requisitos de calidad, manipulación, distribución, tendencias modernas y normalización entre otros aspectos. Los destinos con altos estándares de exigencia son los países industrializados, pues estos están habituados a empaques con altos niveles de funcionalidad, seguridad, diseño y desarrollo, por lo tanto, el empresario debe adaptarse a las preferencias de los consumidores.

Empaque:

Se entiende por empaque todo elemento fabricado con materiales de cualquier naturaleza que se utilice para contener, proteger, manipular, distribuir y presentar un producto (desde insumos y materias primas hasta artículos terminados), en cualquier fase de la cadena de distribución física. El empaque también es conocido bajo el término: envase, y la utilización de

cualquiera de estos dos conceptos es válido. (Camara de Comercio de Bogotá)

Embalaje:

Se entiende como cualquier medio material destinado a proteger una mercadería para su expedición (manipuleo, carga y descarga, transporte interno e internacional, entre otros), y/o su conservación en depósitos o almacenes. (Camara de Comercio de Bogotá)

Clasificación de los empaques:

- **Empaque Primario:** es el contenedor o empaque que tiene contacto directo con el producto, se puede decir que es la primera unidad de protección de un producto, la cual debe cumplir el objetivo de contener, identificar y proteger el producto, debe ser adecuado a la necesidad del consumidor teniendo en cuenta su ergonomía, tamaño, seguridad y calidad, cumpliendo también las normas técnicas de etiquetado.
- **Empaque Secundario:** También se conoce con el nombre de empaque colectivo, este contiene al empaque primario y le brinda protección o exhibición adicional.
- **Empaque terciario:** Conocido como embalaje, este debe ser lo suficientemente resistente ya que es el encargado de proteger, distribuir y unificar el producto a lo largo de la cadena logística. Lo que implica un alto nivel de resistencia, pues debe soportar carga de arrume requerida, también hay que marcarlo y rotularlo de tal forma que facilite su direccionamiento, localización e identificación. (Procolombia, 2016)

Normativas generales a empaques y embalajes

Teniendo en cuenta que la gran diversidad y extensas normas que existen, se recomienda al exportador que en primera instancia consulte las normas vigentes del país de destino, con esto, puede darse una idea de las características generales del sistema de empaque y embalaje que debe utilizar, en segunda instancia debe consultar las la normativa nacional relativa a empaque y embalaje y en cualquier caso puede consultar las normas ISO, ya que son organismos de normalización y abarcan campos extensos sobre lo particular.

Las normas relativas a empaques y embalajes se tratan temas tales como:

- Tipos de empaque

- Mecanismos de cierre
- Compatibilidad de los materiales de envase con los productos a contener, en especial los alimentos, bebidas y farmacéuticos.
- Compatibilidad con contenedores, estibas y elementos de transporte.
- Ensayos para control de calidad de los materiales y envases.
- Especificaciones de los materiales de envase.
- Rotulado y etiquetado de empaques y embalajes, entre otras.

En página web www.iso.org o en el www.icontec.org se pueden adquirir todas las normas ISO relacionadas con el tema de empaque y embalaje. Las adquisiciones de estas normas tienen costo.

1.3.2.6 Normas de origen

Las reglas de origen que constan los tratados y acuerdos comerciales hacen referencia a los requisitos que tienen que cumplir los productos nacionales para que puedan ser considerados originarios, por lo que se verán beneficiados de rebajas arancelarias, esto hace que los productos sean más competitivos en los mercados de destino.

Las normas de Origen van a depender del mercado al cual va dirigida la exportación esta, por lo tanto, el exportador debe adjuntar el certificado de origen si el país importador así lo exige

- a) **Centroamérica:** Certificado de Libre Comercio entre República Dominicana y Centroamérica.
- b) **Panamá:** Certificado de Origen Tratado Comercial entre la República Dominicana y la República de Panamá.
- c) **El Caribe:** Certificado de Origen CARICOM.

- d) **Estados Unidos:** SGP Form A, Caribbean Basin Trade Partnership Act (CBTPA).
- e) **La Unión Europea:** Certificado de Circulación de Mercancías EUR-1, SGP Form A.
- f) **Canadá, Japón, Suiza, Noruega, Europa Oriental, Nueva Zelanda y Australia:** SGP Form A
- g) **Todos los países:** Certificado de Origen de la República Dominicana.

1.3.3 Instituciones que proveen permisos para exportar

En el proceso de exportación se requiere de permisos o certificaciones para poder entrar la mercancía a determinados mercados. Estos documentos se utilizan para garantizar la calidad de los productos, de manera que cumplan con las leyes de los países importadores.

Las siguientes organizaciones dominicanas son las encargadas para hacer todo tipo de consultadas por los exportadores cuando se desee exportar algún producto.

- 1.3.3.1** Ministerio de Agricultura. Para exportar productos de origen pesquero, vegetal y animal.
- 1.3.3.2** Ministerio de Salud Pública (MSP). Otorga los permisos para la venta de bebidas, bienes farmacéuticos y alimentos.
- 1.3.3.3** Ministerio de Energía y Minas (MEM). Permisos de productos mineros.
- 1.3.3.4** Instituto Nacional del Tabaco (Intabaco). Exportación de tabaco
- 1.3.3.5** Instituto Azucarero Dominicano (Inazucar). Exportación de Azucar
- 1.3.3.6** Consejo Dominicano del Café (Codocafé). Café.

1.3.3.7 Comisión de Cacao. Es la entidad encargada de proveer los permisos y certificaciones para transar cacao en el exterior.

Teniendo en cuenta que hay tanta diversidad de permisos, se recomienda a las Pymes que realicen consultas e indaguen en cada una de las instituciones una vez tengan identificado producto que desea exportar.

2 CAPITULO II Tratados de libre comercio y acuerdos comerciales

2.1 Tratados y acuerdos comerciales en República Dominicana

Los Tratados de Libre Comercio son acuerdos vinculantes que se hacen entre dos o más países con el fin de acordar preferencias arancelarias y eliminar barreras u obstáculos que permitan desarrollar el comercio de bienes y servicio. Generalmente con los tratados de libre comercio los países logran dinamizar su economía así como profundizar la integración económica de los mismos, además de las barreras arancelarias y no arancelarias, los Tratados de Libre Comercio incluyen temas como propiedad intelectual, normas de origen, servicios financieros, comercio electrónico, solución de controversias y otro tipo de aspectos normativos relacionados al comercio, estos no tienen fecha de finalización, por lo que son perpetuos, perduran en el tiempo.

Los Tratados de Libre Comercio son estrategias comerciales a largo plazo que pactan los gobiernos con el fin de consolidar mercados y así desarrollar una oferta exportable competitiva, esto hace que se reduzca la tasa de desempleo, que el país invierta en tecnología y desarrollo y que a sea más competitivo.

La reducción de barreras arancelarias se evidencia paulatinamente y en el largo plazo, mientras esto sucede, lo que hace es que, en esos años de desgravación arancelaria, el país que se encuentre en desventaja pueda desarrollar estrategias de producción, adquirir maquinaria y tecnología avanzada, aprovechar a adquirir productos a menor costo, de tal forma que le permitan producir de una forma más eficiente y logre ser más competitivo frente a otros mercados. (CEI-RD, 2017)

2.1.1 DR-CAFTA Acuerdo de libre comercio con Centroamérica y los Estados Unidos de América

En agosto de 2004, la República Dominicana firmó un Tratado de Libre Comercio con Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y los Estados Unidos de América, el mismo entró en vigencia para la República Dominicana en marzo de 2007. Este tratado incluye compromisos en materia de inversiones, liberalización de comercio de servicios, acceso a mercados, propiedad intelectual, políticas de competencia, comercio electrónico, entre otros. (CEI-RD, 2017)

Este tratado busca la libre comercialización de bienes y servicios entre los países participantes del mismo, este es antecedido en 1984 por la existencia del programa que beneficiaba con aranceles preferenciales otorgados unilateralmente por los Estados Unidos a los países de Centroamérica y la Cuenca del Caribe, denominado Iniciativa de la Cuenca del Caribe (ICC), luego llegando a efectuarse la firma del DR-CAFTA en el año 2004 el cual haría permanente los beneficios previamente pautados en el ICC. (PORTAL DE TRANSPARENCIA FISCAL , 2017)

El tratado cuenta con 22 capítulos, en los cuales se mencionan temas como: comercio de bienes, inversión, comercio de servicios, contratación pública de bienes y servicios; administración del tratado y de asuntos institucionales; y otros temas que no forman parte del área comercial más son relacionados con los bienes que se comercian bajo el DR-CAFTA, en particular propiedad intelectual, normas laborales y normas ambientales. (CEPAL, 2007)

Actualmente las exportaciones de República Dominicana han incrementado, pues mantiene un comportamiento donde el 93% de sus exportaciones van dirigidas a los Estados Unidos, por otro lado, la República Dominicana ha logrado diversificar

los productos que exporta hacia Estados Unidos, que pasaron de 207 en el 2007 a 223 en el 2015 y ya en temas de aranceles, los mismos se han reducido a un 90%. (Lilian Tejeda, 2017)

2.1.2 AAE/EPA CARIFORUM – República Dominicana- Unión Europea

Acuerdo de integración económica suscrito por los países del CARIFORUM y los países miembros de la Unión Europea, fue firmado en fecha 15 de octubre de 2007 y entró en vigor en fecha 1 de enero de 2008. Este acuerdo sustituye el régimen de preferencias unilaterales que otorgaba la Unión Europea a esta región como parte del bloque de países ACP, por un régimen de comercio recíproco, compatible con las normas de la Organización Mundial del Comercio (OMC). (CEI-RD, 2017)

Dentro de los países participantes de este acuerdo tenemos a: Bélgica, Austria, Bulgaria, Chipre, Croacia, República Checa, Dinamarca, Estonia, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Rumania, Eslovaquia, Eslovenia, España, Suecia, Reino Unido, Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Haití, Jamaica, Santa Lucía, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas, Surinam, Trinidad y Tobago y República Dominicana. (PORTAL DE TRANSPARENCIA FISCAL , 2017)

Los capítulos que posee podemos encontrar temas basados en la innovación, comercio de mercancía, comercio de servicios, las inversiones, la adjudicación de contratos públicos y la propiedad intelectual. (Beato, 2011)

En la actualidad gracias a las facilidades que ha traído este acuerdo la República Dominicana es el primer vendedor de plátano y guineo orgánico a Suecia; el

segundo a Reino Unido y el cuarto a Alemania, así es el principal exportador de ron a España, el tercero de cacao a Bélgica y el cuarto a Francia, además otras mercancías que se exportan a UE como instrumentos médico-quirúrgicos, farmacéuticos, calzados, cigarros, ferroníquel, entre otros. (El nuevo diario, 2018)

2.1.3 RD-Caricom Acuerdo de Libre Comercio República Dominicana con la Comunidad del Caribe

Este acuerdo fue suscrito el 22 de agosto de 1998, entró en vigor para República Dominicana el 1 de diciembre de 2001. El acuerdo incluye libre acceso a los mercados, eliminación de barreras no arancelarias al comercio, establecimiento de normas de origen, armonización de normas sanitarias y fitosanitarias; liberación progresiva del comercio de servicios, liberación de los movimientos de capital, promoción y protección a la inversión, entre otros.

En este acuerdo participan Barbados, Guyana, Jamaica, Surinam, Trinidad y Tobago, Antigua y Barbuda, Belice, Dominica, Granada, Montserrat, San Kitts y Nevis, Santa Lucía, San Vicente y Las Granadinas y República Dominicana.

El programa de liberalización del comercio de mercancías se realizará tomando en cuenta las diferencias entre República Dominicana y los países de menor desarrollo del CARICOM.

Actualmente la República Dominicana ha incrementado sus exportaciones a un 28.8% en los últimos cinco años, de acuerdo a estadísticas oficiales divulgadas en el marco de un evento regional que se celebra en Georgetown, Guayana. También se expresó que en el período comprendido entre 2009-2016, las exportaciones dominicanas al Caribe totalizaron US\$1,075 millones al cierre del 2016. Además, se registró una balanza comercial positiva en promedio de US\$

52.5 millones, fruto de este proceso de apertura comercial iniciado hace más de 15 años con la región. (Ministerio de Industria y Comercio y Mipymes, 2017)

2.1.4 RD-Centroamérica acuerdo de libre comercio República Dominicana y Centroamérica

Suscrito en fecha 16 de abril de 1998 por Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y la República Dominicana. Su entrada en vigencia para la República Dominicana con los demás países se completó a finales de 2002. A partir de la entrada en vigencia de este acuerdo, las partes se comprometieron a garantizar el acceso a sus respectivos mercados mediante la eliminación total del arancel aduanero al comercio sobre bienes originarios, con algunas excepciones. Existen productos que no estuvieron sujetos al libre comercio, sino que continuaron sujetos a los aranceles establecidos, es decir sujetos a la tasa de la nación más favorecida. (CEI-RD, 2017)

Este acuerdo tiene como objetivo estimular la expansión y diversificación de productos comercializados entre las partes, eliminar de manera recíproca las barreras comerciales además de también promover la inversión entre las naciones participantes, Este acuerdo cuenta con 20 capítulos. (PORTAL DE TRANSPARENCIA FISCAL , 2017)

2.1.5 RD-Panamá Acuerdo de alcance parcial

La República Dominicana es signataria de un acuerdo comercial con la República de Panamá. El mismo fue suscrito el 17 de julio de 1984, y entró en vigencia el 2 de noviembre de 2003. Mediante este acuerdo entran 103 productos dominicanos libre de arancel a Panamá. Asimismo, la República Dominicana permite la entrada libre de aranceles de 101 productos panameños, además existe una lista de

productos manufacturados en las Zonas Procesadoras para la Exportación o Zonas Francas. El reglamento de aplicación contempla la posibilidad de incluir más productos para que se beneficien del libre comercio.

Se llama Acuerdo de Alcance Parcial RD-Panamá debido a que los productos que se encuentren en las listas positivas pueden entrar al llamado “puente del mundo” libre de impuestos aduaneros además también los productos fabricados en zonas francas que estén especificados en la lista de bienes manufacturados bajo ese régimen tienen derecho al disfrute de los privilegios que otorga este acuerdo. (CEI-RD, 2017)

En la actualidad ambos países sostienen una ampliación del acuerdo para incluir más productos, pues en vista de la gran oportunidad que presentan ambos países con este acuerdo han tomado la decisión, el ultimo registro fue dado por la cancillería panameña donde sale a relucir que en el año 2016 el comercio entre ambos países alcanzo los 553 millones de dólares. (EFE, 2017)

2.1.6 SGP Sistema generalizado de preferencias

El Sistema Generalizado de Preferencias o SGP como lo define sus siglas, es un programa de preferencias arancelarias otorgadas por los países industrializados a los países en vía de desarrollo, son preferencias unilaterales y tiene en si el objetivo de aumentar los ingresos de exportación y acelerar su crecimiento económico.

Los países otorgantes del mismo son: Bulgaria, Canadá, Japón, Noruega, Suiza, Rusia, Turquía, Nueva Zelanda, Australia y la Unión Europea.

Este programa surge en el 1964 en la I Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y Desarrollo (UNCTAD) celebrada en Suiza, más entro en vigencia el 1ro de julio del año 1971, tiene como principios además la no reciprocidad y la no discriminación. (SOFOFA, 2016)

2.2 Beneficios de los tratados de libre comercio y acuerdos comerciales vigentes en la República Dominicana para las Pymes

Producto de la globalización los países y sus economías están entrelazadas, lo que causa que la acción de un país repercute en otro y viceversa. Todo esto ha llevado a que los países contraigan acuerdos comerciales unos con otros. Permitiendo con esto el tránsito de productos entre las fronteras de los países. Con la entrada de nuevos bienes y servicios el mercado tuvo más opciones de compra, ya sea a un menor costo o una mayor calidad de los ya existentes.

Por otro lado, estos acuerdos entre países, y las nuevas aperturas de las fronteras para el tránsito de productos, hizo que las empresas se aprovecharan de este fenómeno que estaba pasando de manera global. Las empresas con la internacionalización de los mercados obtienen ventajas como productivo, comercial, financiero y de recursos humanos.

La República Dominicana cuenta con 5 tratados y acuerdos comerciales, y un sistema generalizado de preferencias donde se presenta posibilidades de beneficios para las empresas de la República Dominicana, a continuación, se detalla los beneficios de cada de los acuerdos que ha contraído el país con distintos países:

- Tratado de libre comercio comunidad del Caribe – República Dominicana

- Facilidad de movimiento dentro de las fronteras de los países signatarios de este tratado de productos, personas e inversiones.
 - Eliminar barreras que obstruyan el comercio, las mismas pueden ser arancelarias y no arancelarias.
 - Tasa de la Nación más Favorecida es aplicada a los productos elaborados dentro de las Zonas Francas de los países que participan en este acuerdo, y sean transportado a los países homólogos signatarios.
- Tratado de libre comercio Centroamérica – República Dominicana
 - Introducción al mercado de Centroamérica con libre acceso y tránsito de productos establecidos dentro del tratado.
 - Promover la libre competencia entre los miembros del tratado del libre comercio.
 - Reducir y finalmente eliminar las barreras que obstaculizan el tránsito de inversiones y capital humano.
 - Ampliar las opciones de financiamiento e inversión para empresas que deseen operar bajo este acuerdo.
 - Acuerdo Parcial República Dominicana – Panamá
 - Cuenta con productos específicos de doble vía los cuales cuentan con arancel cero.
 - Coexistencia de productos determinados de una vía desde la República Dominicana hacia la República de Panamá donde son tratados libres de arancel.

- Tratado de libre comercio Estados Unidos, América Central y República Dominicana (DR-CAFTA)
 - Ampliar el mercado y multiplicidad de productos comercializados entre las partes.
 - Reducción y/o eliminación de los obstáculos técnicos del comercio, además de las barreras arancelarios y no arancelarios.
 - Incrementar las oportunidades de negocios para los inversionistas, donde puedan alocar sus inversiones en negocios con mayor rentabilidad.
 - La promulgación y acoplamiento de los derechos de propiedad intelectual en los países miembros del tratado.
 - Impulsar, diseñar y aplicar procedimientos de forma eficiente para la solución de conflictos entre los integrantes del acuerdo.
 - Establece la admisibilidad de mercancías bajo Admisión Temporal de Mercancías para los productos plasmados en el Capítulo 3 del presente tratado.

- Acuerdo Asociación Económica con la Unión Europea - CARIFORUM
 - Reducción de la pobreza a través de una asociación comercial mediante intercambios de productos, personal capacitado y capital de forma sostenible con orientación a la protección del medio ambiente.
 - Aumentar y promover la integración regional, cooperación económica ente los países del CARIFORUM
 - Optimar la política comercial y las negociaciones entre los Estados miembros del CARICOM y los países de Europa

- Mejorar las condiciones de inversión en los países que forman parte del CARICOM mediante capacitación y la buena administración de las Finanzas Públicas y Privada.
- Sistema Generalizado de Preferencias
 - Tratamiento Preferencial a los productos establecidos los cuales parten desde las partidas al 25 al 99 del SIGA.
 - Los productos agrícolas poseen trato preferencial bajo este sistema.
 - Reducir las Barreras Arancelarias para el libre intercambio de Mercancía. (Beato Alba, 2017)

3 Logística internacional en las pymes de República Dominicana

3.1 Estrategias Recomendadas para Pymes en su Logística Internacional

Gracias a los avances en los métodos de transporte, la conexión entre los distintos países se ha convertido en un asunto de horas. Este mismo fenómeno se vive en el mundo de los negocios.

Existen distintos tipos de estrategias dependiendo el método a utilizar:

3.1.1 Estrategia basada en tipo de transporte:

- Vía Marítima: El transporte por vía Marítima consiste en transportar bienes o personas, en este caso bienes para comercializar de un país a otro por las vías del mar.

Las ventajas que ofrece este tipo de transporte son:

- Mayor Volumen se puede transportar
- Los fletes marítimos son más baratos que los aéreos

Dependiendo el volumen de la mercancía a embarcar se optará por opciones FCL (full container Load) o LCL (less container load), este último tipo de embarque se suele denominar como un embarque consolidado y se

utilizará siempre que se necesite enviar bajo volumen de mercancía y que el cliente en destino no tenga gran urgencia de la misma.

- Vía Aérea: El transporte aéreo consiste en transportar de un país a otro o de una región a otra, personas o mercancía por los aires mediante la utilización de aviones.

Este tipo de transporte cuenta con ciertas ventajas entre las cuales podemos citar:

- Seguridad
- Corto tiempo de transito
- Múltiples salidas a la semana

Este tipo de transporte suele ser utilizado en ocasiones de urgencia, ya que se necesita la carga de forma rápida y segura en el lugar de destino u en ocasiones en las cuales el peso de la carga es pequeño.

- Transporte Terrestre: El transporte terrestre es todo aquel medio de transporte que utiliza la superficie terrestre para llevarse a cabo.

Este tipo de transporte suele utilizar Camiones; carros; ...

El mismo suele ser utilizado para:

- Llegar a lugares en los cuales no existe un puerto cerca

- Ahorrar costos (en caso de ciertas aerolíneas suelen distribuir la carga en países como Estados Unidos desde un aeropuerto al otro vía Camión, ya que la conexión dependiendo de la distancia puede tener mejor venta en los fletes terrestres).

3.1.2 Incoterms en el proceso de Exportación

Los Incoterms o International Commerce Term, son un conjunto de términos establecidos por la Cámara internacional del Comercio en Paris con la finalidad de determinar las responsabilidades y riesgos en los que incurren tanto los importadores como los exportadores a la hora de efectuar transacciones internacionales. Existen 13 términos divididos en 4 clases (E (Salida); F (Sin pago del transporte principal); C (Con pago del Transporte Principal) y D) (Llegada) y su última revisión se efectuó en el año 2013.

Los distintos incoterms los cuales se pueden utilizar como estrategias para la logística:

- EXC (Ex Works): franco fábrica o libre fabrica.
- FCA (Free Carrier): Libre transportista.
- FAS (Free Alongside Ship): Libre al costado del buque.
- FOB (Free On Board): Libre a bordo.
- CFR (Cost and Freight): Costo y flete.

- CIF (Cost Insurance and Freight): Costo, seguro y flete.
- CPT (Carriage Paid To): Transporte Pagado hasta.
- CIP (Carriage, Insurance Paid to): Transporte, seguro pagado hasta.
- DAF (Delivery at Frontier): Entregado en frontera.
- DES (Delivery Ex-Ship): Entregado sobre el Buque-Puerto de destino
- DEQ (Delivery Ex-Quay): Entregado sobre el Muelle-Puerto de destino
- DDU (Delivery Duty Unpaid): Entregado en Destino-Derechos no pagados
- DDP (Delivery Duty Paid): Entregado en Destino-Derechos pagados.

De los cuatros grupos de incoterms los más utilizados son los FOB y CIB, debido a la responsabilidad que acuerdan asumir el comprador y el vendedor al momento de la negociación. (Beato Alba, 2017)

3.1.3 Métodos de Pagos como estrategia logística

Los métodos son de gran importancia en la estrategia de la logística internacional debido a que esto determina la ventaja que como exportador debes tener para efectuar la operación con éxito y de forma que la satisfacción sea de ambas partes participantes en el proceso. Dentro de los métodos de pagos más utilizados en el proceso de exportación se encuentran:

- Carta de Crédito:

La carta de Crédito es un instrumento de pago el cual es independiente del contrato de que dio origen a la relación entre las partes negociantes.

- Crédito Documentado Irrevocable:

El banco emisor se compromete, junto al importador, a proceder con el pago de la operación al momento del cumplimiento de los términos de contrato frente al exportador.

- Crédito Documentario Transferibles:

Este documento permite al beneficiario de los fondos, transferir el crédito a uno o más segundos beneficiarios.

- Crédito Documentario Intransferible:

No permite la transferencia de los fondos a terceros, sino más bien el beneficiario original es el único que puede proceder con la recepción de los fondos.

- Crédito a la Vista:

Pago al contado que se le es otorgado al vendedor una vez presentados los documentos al momento del embarque.

- Crédito a Plazo o Crédito de Aceptación:

En este se establecen los plazos de pago ya sean a (30/60/90/180) días según se acuerde durante la fase de negociación.

- Crédito Irrevocable No Confirmado:

El banco del exportador sería el corresponsal del banco donde se abrirá el crédito, y al momento de que el mismo indique el cumplimiento del contrato se procera a realizar la transferencia de los fondos.

- Crédito Documento Irrevocable y Confirmado:

El banco que realiza la notificación se une con el banco que emitirá el crédito y el importador a realizar el pago de la carta de crédito.

- Pagos Contra Documento:

En esta operación existe una confianza entre el comprador y el vendedor, y es donde el comprador realiza el pago del 100% del producto, confiando que el vendedor realice la operación satisfactoriamente. (Leal Jimenez, et al., 2012)

3.1.4 Otras Estrategias

- **Exportaciones Directas:**

Las exportaciones directas son aquellas que se realizan cuando el proveedor del producto/servicio y/o exportador se establece en el país donde dirigirá su producto y realiza toda la logística internacional.

- **Exportaciones Indirectas:**

Al contrario de las exportaciones indirectas estas se basan en la exportación de los bienes tangibles y/o intangibles a través de un tercero, es decir, existe un agente el cual realiza todos los tramites de lugar para efectuar el traslado de la mercancía desde el mercado de origen al mercado destino.

- **Joint Venture:**

Se refiere al acuerdo realizado entre dos entidades donde deciden agrupar sus recursos para el cumplimiento de un objetivo mediante un proyecto o una actividad de negocios. Dentro de esta modalidad ambas partes son responsables de las ganancias, perdidas y costos asociadas al desarrollo del negocio. La idea a ser desarrollada se realiza bajo una modalidad de contrato donde está separado del patrimonio y otros intereses de la actividad propia de los participantes en el venture (Investopedia, LLC, n.d.)

- **Clusters:**

Los Clusters son estrategias implementadas por las empresas de un mismo sector de desarrollo las cuales unen sus operaciones para realizar

economías de escalas para minimizar costos operativos, y poder cumplir con las obligaciones futuras garantizando la eficiencia al momento de ofertar el producto terminado a los clientes

3.2 Análisis y modelo especializado de logística internacional para Pymes

Hoy en día unos de los mayores obstáculos que enfrentan las Pymes para la ejecución de una exportación son basados en la logística, pues aquí reluce una falta de conocimientos que los limita a ejecutar sus proyectos con las estrategias y pautas adecuadas, lo cual puede provocar riesgos muy costosos, pues el valor que posee ejecutar los procesos de manera eficiente se convierte en la base para poder tener una buena presencia internacional sin obstáculos, más existen factores que traen consigo las Pymes que pueden impedir que esto sea posible, pero a la misma vez son el canal indicado para que las Pymes obtengan una excelente logística internacional. (Patricia Cano Olivo, 2014)

A continuación, estaremos observando aquellos elementos que aportan a la implementación de una operación logística ágil y eficiente, pero antes es importante tomar en cuenta que para poder efficientizar los procesos logísticos externos de una pyme, es esencial que esta cuente con una logística interna bien automatizada, es lo que arrojan los expertos en la actualidad y es la base de eso que estaremos dando las pautas necesarias para que las Pymes puedan lograr su objetivo ya que de esa manera manteniendo una buena logística interna y mejorando sus de procesos puede permitir que satisfagan al mercado internacional.

Iniciando con la estructura organizacional de una pyme y consigo la gestión de sus procesos, es importante tomar en cuenta el orden que establezcan y las funciones para automatizarlas, apoyándose de nuevas estrategias y tecnologías

de la información, por otro lado, la prioridad de este punto se basa en la manera en que se ejecuta la cadena de suministro, permite que las empresas tengan sus productos o servicios listos para entregar en el menor tiempo, además si a esto le sumamos una buena gestión de procesos, tenemos como resultado un producto con una buena calidad lo cual reduce contratiempos en la logística, como devolución o aun peor, perder clientes y quedar con mal ojo en el mercado internacional.

Luego es importante analizar la calidad del capital humano que posee la pyme, pues es necesario que el personal que se encarga de la logística este actualizado con los procesos que llevaran a cabo, en caso de que la empresa cuente con el personal necesario para estos procesos se les recomienda una previa capacitación antes de ejecutar cualquier plan de exportación de manera que estos se van a nutrir de las estrategias que se van a implementar de acuerdo a la asesoría para agilizar la exportación y en gran manera esto reducirá riesgos en la logística evitando cargos innecesarios por fallos en los procesos logísticos, en caso de que la pyme no cuente con personal para este proceso, se le recomienda solicitar los servicios de una empresa que ofrezca outsourcing en temas de logística internacional, esto va a eficientizar mucho la logística de la exportación y permitirá a la pyme concentrarse más en los procesos que apropien calidad en el producto y los procesos de investigación de mercado, marketing y ventas.

Por otro lado muy ligado a los procesos tenemos las métricas para la logística, las cuales les permitirán a las Pymes tener un control más afinado y así obtener grandes resultados, es básicamente monitorear distintos indicadores clave dentro de los procesos de la empresa, desde el punto en que se realiza un pedido, hasta el escenario donde se entrega, todo esto incluye indicadores tanto externos como internos, a continuación se ve en la tabla los indicadores básicos e importantes

con los detalles específicos de lo que se va a medir, las buenas puntuaciones en cada uno da como resultado una logística practica y factible.

Gráfico 8: Indicadores Generales Para Métricas

Externos	Fiabilidad	Capacidad para ejecutar las tareas como se espera (p.ej., predictibilidad de los resultados de los procesos).	• Cumplimiento perfecto del pedido. • Entregas completas. • Entregas a tiempo.
	Capacidad de respuesta	Velocidad con que se realizan las tareas o con que la cadena de suministro proporciona los productos.	• Tiempo del ciclo de pedidos. • Tiempo del ciclo de entregas (incluye tiempos de transporte). • Tiempo del ciclo planificación.
	Agilidad	Capacidad para responder a las influencias externas, respondiendo a cambios en el mercado, para ganar o mantener la posición competitiva.	• Flexibilidad de la cadena de suministro. • Adaptabilidad de la cadena de suministro.
Internos	Costos	Costos de ejecución de los procesos de la cadena de suministro, incluyendo costos laborales, de materiales, de gestión y de transporte de materiales y productos.	• Costos de bienes vendidos. • Costo.
	Activos	Capacidad para utilizar eficientemente los activos. Las estrategias de gestión de activos incluyen la reducción de inventarios y el <i>insourcing</i> vs. <i>outsourcing</i> .	• Días de inventario. • Porcentaje de utilización de capacidades. • Tiempo de ciclo <i>cash to cash</i>.

Fuente: Informe BID

Entendiendo todo esto, es importante tener en cuenta la época en que vivimos y como la tecnología se ha convertido en un gran aliado de la globalización, la misma ha puesto en marcha sistemas que permiten al comercio internacional estar más conectado y sobre todo en la automatización de la logística, primero tomando en cuenta a la hora de hacer un pedido, hoy en día la tecnología de información ayuda a tener esos datos de stock necesarios totalmente actualizados, esto evita contratiempos y hace que la logística que se emplea sea de una manera más organizada, también dentro de la logística que se da de manera externa en la distribución es un poco complejo llevar una planificación y control de las rutas de transporte y de los proveedores logísticos asociados, es por eso que se requieren de herramientas de visibilidad global, un soporte tecnológico que permita tener más control y saber la condición en cada momento y la situación de cada distribución.

Grandes como por ejemplo SAP hoy en día permiten que la logística sin tantos recursos fluya de la manera correcta, automatizando procesos desde el pedido, almacén, distribución y entrega, es decir toda la cadena.

En si las métricas y las TIC, dan gran solución al impulso de una logística internacional con bajo costo y totalmente automatizada, pero estos procesos para que sigan dando buenos frutos deben ser evaluados constantemente, por lo que se recomienda llevar un sistema de evaluación de desempeño, para poder alinear a todos los departamentos de la pyme de acuerdo al objetivo que se quiere cumplir y de esa forma obtener resultados de calidad.

Otro de los impulsores estratégicos para la competitividad logística de una empresa es su capacidad de generar estrategias de colaboración con otras organizaciones en su cadena de suministro o incluso con competidores.

Existe lo denominado colaboración horizontal y colaboración vertical, lo que se busca en ambas es que la empresa reconozca desde el diseño del producto hasta el proceso logístico donde les hace tracción en su cadena y desplegar políticas de colaboración, en relación al tamaño de las Pymes encontrar la posibilidad colaborar tanto con los servicios como también con materiales y componentes.

En el caso de las Pymes las políticas de colaboración han resultado ser de gran utilidad, ya que una de las grandes limitaciones que enfrentan es no tener siempre la oportunidad de desarrollar economía de escala a la hora de contratar servicios logísticos. Dicha limitación no solo se refleja en los costos sino también que va muy ligado a la variabilidad de la demanda y la planificación de los recursos que se necesitan.

Tal se expresa en el ejemplo planteado por el informe de Logística como Factor de Competitividad realizado por el Banco Interamericano de Desarrollo (2011) donde un conjunto de pequeños productores agrícolas, que no trabajan en colaboración, tienen que reservar por anticipado los contenedores para exportar su producción, cada uno de ellos debe estimar su demanda y en función de la calidad de ésta, conocida por ejercicios similares de años anteriores, optar entre reservar en exceso, para asegurarse de que podrá exportar toda la producción, o bien asumir el riesgo de quedarse corto y no poder enviarla en su totalidad. Cuando este ejercicio se lleva a cabo en forma conjunta entre un número suficiente de proveedores, no sólo se logra un costo menor por contenedor, sino que se puede trabajar con un stock de seguridad muy inferior para garantizar un mismo nivel de cobertura de la producción. (Kirby, 2011)

Pero ahora recopilando todo el análisis realizado anteriormente, el modelo en propuesta para optimizar la logística de las Pymes consiste en una aplicación de aquellos elementos que permiten una organización y estrategias para la logística

interna de la empresa, impactando así su logística externa y obteniendo como resultados una satisfacción del servicio al mercado internacional en cuestión.

En el cuadro siguiente se presentaras esas medidas a tomar para obtener una logística eficiente y ágil para una pyme.

Gráfico 8: Propuesta Basada En Modelo Logístico

Propuesta de Plan logístico especializado para Pymes
- Análisis de la cadena de suministro y optimización de esta para alinearla con los objetivos y las estrategias de la pyme. - Desarrollo de un enfoque de gestión de procesos, y alineación de la organización con dichos procesos. - Desarrollo de sistemas propios de indicadores. - Desarrollo de un esquema de formación y evaluación del desempeño del personal de la organización. - Adopción de soluciones TIC, en los ámbitos de planificación y ejecución logística. - Fomento, desde las asociaciones sectoriales, de la consolidación de cargas entre pymes y la creación de centrales de compra de servicios logísticos.

Fuente: Elaboración Propia

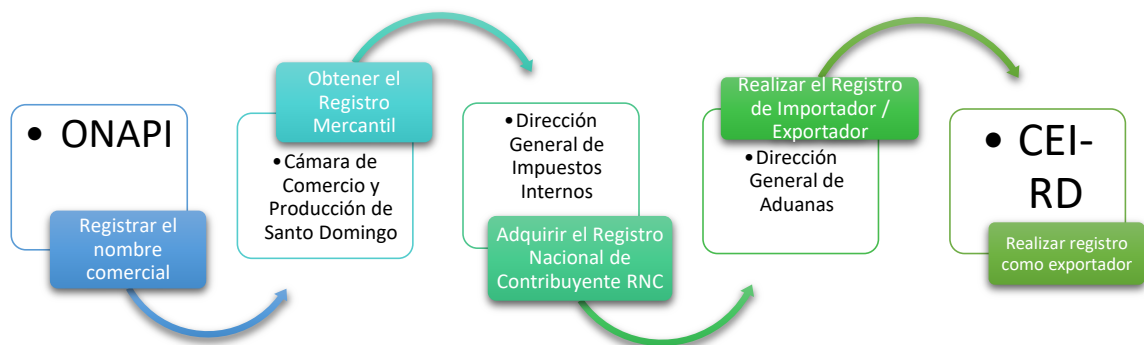
3.3 Proceso y documentos para una exportación en República Dominicana

Las exportaciones en la República Dominicana se encuentran reguladas por organismos nacionales, los cuales están encargados de hacer cumplir las normas y requerimientos internacionales que deben poseer los productos de exportación, las normas y requerimientos internacionales han sido diseñados para lograr un comercio justo, eliminar las barreras no arancelarias y unificar conceptos

generales sobre la venta, distribución, normas de origen, propiedad intelectual, entre otras.

Así como existen requisitos internacionales, también existen leyes locales las cuales deben ser cumplidas por las empresas que deseen exportar y para esto, las empresas exportadoras deben conocer el marco, legal, económico, educativo e incluso el marco religioso, no solo del mercado objetivo, sino del, mercado local.

Para esto las empresas deben estar formalizadas legalmente y para esto deben seguir los siguientes pasos:



3.3.1 Documentos y requisitos en el momento de la exportación

- ✓ Registro del Nombre en ONAPI
- ✓ Registro en la Cámara de Comercio y Producción
- ✓ Registro Nacional del Contribuyente (RNC)
- ✓ Registro como Exportador

- ✓ Factura Comercial
- ✓ Formulario DUA
- ✓ Certificado de Origen
- ✓ Vistos Buenos
- ✓ Lista de Empaque
- ✓ Póliza de seguro
- ✓ Lista de Empaque o "Packing List"
- ✓ Documento de Embarque, este puede ser Marítimo (Bill of Lading o AirWail)
- ✓ Certificado Fitosanitario
- ✓ Certificado Zoosanitario
- ✓ Certificado Sanitario

Algunos de estos documentos van a depender de las exigencias que tenga que cumplir el producto de acuerdo al mercado importador

3.3.2 Pasos para exportar a través de los siguientes Tratados y/o Acuerdos comerciales

En cualquiera de las exportaciones que se deseen realizar a través de los acuerdos comerciales las empresas se deben poner en contacto con el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), ya que allí ofrecen la asesoría técnica necesaria sobre el tratamiento especial que tienen los productos que se desean exportar a través de cualquier tratado. (CEI-RD, 2017)

Documentos Requeridos para la exportación por Acuerdo comercial

Requisito	Caricom	Centroamérica	SGP	DF-CAFTA	Panamá-RD
Contactar al CEI-RD	✓	✓	✓	✓	✓
Cumplir con Normas de Origen	✓	✓		✓	✓
Llenar Certificado de Origen	✓	✓		✓	✓
Validación Certificado de Origen	✓	✓	✓	✓	✓
Verificación Lista de Productos de doble vía, Una vía					✓
Factura Comercial	✓	✓	✓	✓	✓
Documentos de embarques	✓	✓	✓	✓	✓
Certificado de Origen Forma A			✓		

Fuente: Elaboración Propia

4 Conclusión

Una vez realizada esta investigación pudimos observar lo siguiente:

- 1) Para que las Pymes puedan iniciar su proceso de exportación es importante realizar un diagnóstico de la empresa, el cual le ayuda a evaluar el entorno genérico y específico de acuerdo a su sector productivo, así como también del interior de su misma empresa, éstas deben analizar los recursos y las capacidades pudiéndose comparar con sus competidores. Este diagnóstico de la empresa puede llevarse a cabo con la ayuda de consultores expertos o con las entidades públicas de fomento a las pymes como por ejemplo el Ministerio de Industria y Comercio a través de su división de fomento MIPYMES, Así será fácil elaborar una matriz FODA preliminar que ayudará a determinar las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, que tenga la Pyme y de este modo se pueda planificar de una forma más detallada el proceso preliminar de internacionalización.
- 2) Pudimos evidenciar que las Pymes dominicanas, así como las Pymes de América Latina, poseen un alto potencial de producción lo que constituye un importante aporte al desarrollo económico mundial, pues estas representan cerca del 90% de empresas de América Latina, sin embargo, al existir tanto informalismo en el sector, es muy complejo cuantificar el aporte real de estas a la economía mundial y nacional. Del mismo modo, es difícil obtener información actualizada, ya que los últimos informes existentes están basados en las encuestas ENHOGAR 2013 y Fondomicro 2013.

- 3) En el momento de elegir un mercado meta hay un sinnúmero de factores que deben ser evaluados y considerados como por ejemplo el índice de riesgo país, similitudes culturales y demográficas, tamaño del mercado, fluctuación de la moneda, entre otros, esto va a determinar las estrategias de entrada que deben utilizar las Pymes y así determinar cuál es el que mejor le conviene, algunas de las estrategias de entrada podrías ser, Alianzas con empresas locales, Joint Venture, Subcontratación, Inversiones directas, exportación directa o indirecta, entre otros, otro factor importante a evaluar es el costo del transporte, pues este no debe presumir un valor muy alto del precio de venta.
- 4) Se debe seguir considerando un factor de suma importancia los esfuerzos que está haciendo el Ministerio de Industria y Comercio para el desarrollo de las Pymes a través de los centros MIPYME, pues estos les brindan servicios para mejorar la productividad, gestión empresarial e innovación, lo anterior le genera un alto valor agregado a las mismas, y así puedan desarrollar su capacidad exportadora y relaciones comerciales de éxito.
- 5) En general las Pymes carecen de información veraz y fidedigna que les permita llevar a cabo procesos de internacionalización, por lo que se les dificulta el englobe de todo este proceso y muchas prefieren desistir en el intento, pues un proceso de internacionalización requiere esfuerzos elevados y el retorno es a largo plazo, una parte importante de esto es la documentación que se requiere para la exportación, pues aquí es donde la Pyme enfrenta grandes problemas ya que cuando vende algún producto al exterior, este no está adecuadamente preparado con las normas de calidad requeridas por el mercado importador, esto genera tiempos de pérdida que son valiosos a la hora de la venta.

- 6) En términos de logística, cabe destacar que es uno de los factores que determinara el éxito de la operación, las Pymes deben emplear mecanismos de control en la estructura general empresarial, cadena de valor y todo aquello que conlleva la cadena de suministro, esta abarca una serie de pasos o actividades relacionadas con la gestión de productos, es decir, desde el proceso de fabricación o extracción del material hasta llegar al consumidor final, las pymes deben elegir y coordinar una serie de elementos tales como: medios de transporte óptimos, consolidadores de carga, almacenaje, documentación, stocks, empaquetados, embalaje, agentes aduanales, entre otros.

5 Recomendaciones

1. Se recomienda que las Pymes realicen su diagnóstico de la empresa, con un asesor externo especializado, ya que este diagnóstico les ayudará a crear un plan logístico especializado, que le ayudará a encaminar los objetivos que busca la empresa, si bien un buen diagnóstico y un diseño de plan de internacionalización no garantiza el éxito del proceso, éste puede mitigar el riesgo, reducir las amenazas del mercado local y puede prevenir errores de valiosa importancia. También este diagnóstico le sirve para apoyar las acciones con las oportunidades y fortalezas que tenga y refuerce sus mismas debilidades.
2. Se recomienda a las Pymes que se formalicen, ya que de este modo podrán acogerse a los incentivos que da el gobierno en sus planes de apoyo, esto permite que puedan ampliar sus mercados, mejorar sus prácticas de elaboración de productos, elevar su capacidad productiva, su eficiencia, y tendrán fácil acceso al financiamiento, para así continuar siendo pieza importante en el desarrollo económico del país. Es importante tener bases de datos actualizadas y con información fidedigna.
3. Es recomendable para las Pymes que utilicen una estrategia de ingreso a mercado conservadora, teniendo en cuenta que existe un sinnúmero de oportunidades, la Pyme debe evaluar la estrategia que más se adapte a sus capacidades, todo va a depender del objetivo que esta busque y si le es favorable o no y sobre todo que sea sostenible en el tiempo, teniendo en cuenta que el panorama para las Pymes dominicanas exportadoras es muy prometedor, y que los importadores a nivel mundial buscan cada día nuevos proveedores internacionales que puedan suplir sus necesidades, tanto para la adquisición de materias primas como productos terminados, las Pymes deben enfocar sus esfuerzos para una óptima exportación..

4. Se recomienda que las Pymes se acojan a los programas de apoyo que ofrece el Gobierno a través del Ministerio de Industria y Comercio, y las leyes de incentivos a las Pymes, a los planes de capacitación que ofrece el CEI-RD y que hagan uso de los Tratados y Acuerdos comerciales que posee la República Dominicana, ya que, a través de todos ellos, pueden lograr aumentar su competitividad y tener participación los mercados locales y los internacionales.
5. Se hace necesario que las Pymes cuenten con un servicio de asesoría especializada que les permita el fácil acceso a toda información y que les ayude con los trámites, procesos y documentación requerida, ya que esto ha sido un grave obstáculo que presentan las pequeñas y medianas empresas a la hora de exportar, teniendo en cuenta que en los procesos intervienen distintos organismos gubernamentales, locales como internacionales, lo que les resulta complejo la recolección de información, centralizada, completa y actualizada, esto ayudaría a eficientizar sus procesos.
- 7) Las Pymes no están preparadas para asumir altos costos que requiere un esquema logístico de exportación, por lo que se recomienda que haga uso de los sujetos transitarios para realizar labores como gestión de aduanas, consolidación o des-consolidación de mercancías, así como otros servicios logísticos para el almacenaje, gestión de stock, empaquetados, distribución embalajes, entre otros, pues estas actividades le generan costos fijos altos que no estaría bien asumirlos desde la puesta en marcha, adicional tiene la tranquilidad y seguridad de que estará gestionado por operadores especializados.

6 Bibliografía

CEI-RD. (2017). *¿Como exportar a Centroamerica?* Santo Domingo: CEI-RD.

CEI-RD. (Noviembre de 2017). *¿Como exportar al Caribe?* Santo Domingo. Obtenido de CEI-RD: |

CEI-RD. (29 de Noviembre de 2017). *Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana*. Obtenido de <https://cei-rd.gob.do/2017/11/29/foro-sobre-comercio-en-el-caribe-brinda-herramientas-exportadores-dominicanos/>

Checo, A. (2017). *¿Por qué exportar a los Estados Unidos?* Santo Domingo: CEI-RD.

Escuela de Negocios de PwC Argentina. (2014). *PcW Argentina*. Obtenido de <https://www.pwc.com.ar/es/asesoramiento-a-Pymes/assets/document/pwc-internacionalizacion-de-las-Pymes.pdf>

Metro. (29 de Noviembre de 2017). *Publimetro*. Obtenido de <https://www.metrord.do/do/noticias/2017/11/29/competitividad-senala-las-oportunidades-para-exportar-hacia-el-caribe.html>

Michael R. Czinkota, I. A. (2013). Marketing Internacional. En I. A. Michael R. Czinkota, *Marketing Internacional* (págs. 22-23). Mexico, D.F.: Cengage learning Editors, S.A.

UPS Business Monitor™. (28 de Junio de 2017). *Export Index Latin America 2017*. Obtenido de file:///C:/Users/lixa/Downloads/BMEI%202017_Full%20Report_SPA-FINAL-06-28-2017%20UPDATED.pdf

Acento. (2014, 07 29). Las Pymes de RD y el resto de Latinoamérica carecen de recursos y de innovación. Distrito Nacional, Santo Domingo, República Dominicana.

Comercio, M. d. (n.d.). *Pymes*. Retrieved from Pymes:
<http://www.gob.do/index.php/component/k2/item/88-micro-pequenas-y-medianas-empresas-miPymes>

DGII. (2008, diciembre 30). *DGII*. Retrieved from DGII:
<https://www.dgii.gov.do/contribuyentes/miPymes/Documents/Ley-488-08.pdf>

Estadísticas, O. N. (2017, febrero 16). *ONE*. Retrieved from ONE:
<http://www.one.gob.do/Estadisticas/363/boletines-observatorio-miPymes>

Gobierno Dominicano. (2008, Diciembre 30). *Pymes*. Retrieved from Pymes Web Site:
<http://Pymes.do/static/media/attachments/Ley-488-08.pdf>

HOUDAYER, L. (2017). *República Dominicana LIVE* . Retrieved from
<http://www.República-dominicana-live.com/República-dominicana/proceso-para-constituir-una-compania-República-dominicana.html>

Marina Ortiz, M. C. (2014). *Fondomicro*. Retrieved from
http://Pymes.do/static/media/attachments/Encuesta_Pymes_Fondomicro_2013.pdf

Ministerio de Pequeña y mediana empresa. (2014). *Sobre nosotros: Pymes*. Retrieved from
Pymes Web site:
http://Pymes.do/static/media/attachments/Informe_de_Gesti%C3%B3n_2014.pdf

MiPyme. (2015, Agosto 7). *Mi Pyme*. Retrieved from <http://Pymes.do/static/media/attachments/Boletin04-ObservatorioPymes-TIC.pdf>

Porta, M. (2012, Marzo). *Monografías*. Retrieved from <http://www.monografias.com/trabajos12/pyme/pyme.shtml#ixzz4aVil145h>

Portal Oficial del Estado Dominicano. (n.d.).

Presidencia de La República Dominicana. (2016, Junio). *Presidencia de la República*. Retrieved from Presidencia de la República Web site: <https://presidencia.gob.do/noticias/14-millones-de-miPymes-aportan-el-385-al-pib>

Pymes. (2014). *Pymes*. Retrieved from Pymes: http://Pymes.do/static/media/attachments/Informe_de_Gesti%C3%B3n_2014.pdf

Viceministerio Pequeña y Mediana Empresa. (2014). *Informe de Gestion 2014*. Santo Domingo.

Visceministerio de Pequeñas y Medianas Empresas. (2014). *Pymes*. Retrieved from Pymes Web Site: http://Pymes.do/static/media/attachments/Informe_de_Gesti%C3%B3n_2014.pdf

Beato Alba, N. (2017). Apuntes Comercio con la República Dominicana. In N. Beato Alba, *Apuntes Sobre el Comercio Internacional y Aduanas* (pp. 208-226). Santo Domingo: Alfa y Omega.

Beato, N. (23 de Noviembre de 2011). *Acento*. Obtenido de <https://acento.com.do/2011/opinion/202410-el-epa-un-acuerdo-comercial/>

CEI-RD. (2017). *Acuerdo de Asociación Económica entre la Unión Europea y los países Caríforo*. Santo Domingo: CEI-RD.

CEI-RD. (2017). *Acuerdo de Libre Comercio entre la República Dominicana, Estados Unidos y Centroamérica*. Santo Domingo.

CEI-RD. (2017). *Acuerdo de Libre Comercio entre República Dominicana y Centroamérica*. Santo Domingo: CEI-RD.

CEI-RD. (17 de Octubre de 2017). *Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana*. Obtenido de Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana: <https://cei-rd.gob.do/2017/10/17/6-acuerdos-comerciales-disponibles-para-los-exportadores-de-rd-cei-rd/>

CEPAL. (2007). *CEPAL*. Obtenido de <https://www.cepal.org/es/publicaciones/5001-dr-cafta-aspectos-relevantes-seleccionados-tratado-reformas-legales-que-deben>

EFE, A. (29 de Abril de 2017). *Noticias SIN*. Obtenido de <https://noticiassin.com/2017/04/rd-y-panama-pactan-negociar-ampliacion-de-acuerdo-de-alcance-parcial/>

El nuevo diario. (09 de marzo de 2018). *El nuevo diario*. Obtenido de <https://elnuevodiario.com.do/micm-informa-platano-cacao-y-guineo-organico-son-principales-productos-de-exportacion-a-europa/>

Lilian Tejeda. (06 de Noviembre de 2017). *Listin Diario*. Obtenido de <https://www.listindiario.com/economia/2017/11/06/489349/el-93-de-las-exportaciones-del-pais-va-a-estados-unidos-dentro-del-dr-cafta>

Ministerio de Industria y Comercio y MiPymes. (31 de Marzo de 2017). *MICM*. Obtenido de <https://micm.gob.do/noticias/crecen-exportaciones-dominicanas-al-caricom-en-un-28-8>

PORTAL DE TRANSPARENCIA FISCAL . (2017). *PORTAL DE TRANSPARENCIA FISCAL* . Obtenido de PORTAL DE TRANSPARENCIA FISCAL : <http://transparenciafiscal.gob.do/en/web/transparenciafiscal/dr-cafta>

SOFOFA. (2016). *SOFOFA*. Obtenido de <http://web.sofofa.cl/comercio-exterior/certificacion-de-origen/normas-de-origen/sgp/>

CEI-RD. (17 de Octubre de 2017). *Centro de Exportación e Inversión de las República Dominicana*. Obtenido de <https://cei-rd.gob.do/2017/10/17/6-acuerdos-comerciales-disponibles-para-los-exportadores-de-rd-cei-rd/>

Beato Alba, N. (2017). Los Incoterm. En N. Beato Alba, *Apuntes Sobre el Comercio Internacional* (págs. 35-37). Santo Domingo: Edision Alfa y Omega.

Leal Jimenez, A., E., C., Navarro, M., Fuentes G., F. J., Sanchez, C. M., & Rastrollo L., M. J. (2012). *Manual de Comercio Internacional*. Isla de la Cartuja: Agencia Andaluza de Promocion Exterior, S.A.

Peris-Ortiz, M., Rueda-Armengot, C., & Benito-Osorio, D. (s.f.). *Internacionalizacion: Metodos de Entrada en Mercados Exteriores*. Valencia, Valencia, España.

Beato Alba, N. (2017). Los Incoterm. En N. Beato Alba, *Apuntes Sobre el Comercio Internacional* (págs. 35-37). Santo Domingo: Edision Alfa y Omega.

Leal Jimenez, A., E., C., Navarro, M., Fuentes G., F. J., Sanchez, C. M., & Rastrollo L., M. J. (2012). *Manual de Comercio Internacional*. Isla de la Cartuja: Agencia Andaluza de Promocion Exterior, S.A.

Peris-Ortiz, M., Rueda-Armengot, C., & Benito-Osorio, D. (s.f.). *Internacionalizacion: Metodos de Entrada en Mercados Exteriores*. Valencia, Valencia, España.

Investopedia, LLC. (n.d.). *About Us: Investopedia, LLC*. Retrieved from Investipedia
Web site: <https://www.investopedia.com/terms/j/jointventure.asp>

ANEXOS



Fuente: <http://magudefe.blogspot.com/2013/05/logistica-430812.html>

Materiales utilizados en la elaboración de empaques para alimentos frescos y procesados. Ventajas y desventajas de cada uno

Material	Principales ventajas	Principales desventajas
<i>Cartón corrugado</i>	• Buena resistencia al aplastamiento. • Facilidades de impresión. • No ocupa mucho espacio de almacenamiento porque se puede guardar doblado. • Buena relación costo/calidad. • Se puede reciclar.	• La humedad puede cambiar sus propiedades mecánicas. Una manera de evitar este daño es utilizar cartón cubierto de cera. • Las cajas de cartón tienen baja resistencia, comparadas con otro tipo de cajas.
<i>Madera</i>	• Material de alta resistencia a golpes, agua y humedad. • Se puede reutilizar.	• El costo. • La resistencia no es homogénea. • Su almacenamiento demanda más trabajo y espacio.

Fuente: <http://palpex.blogspot.com/2010/10/procesos-agroindustriales-logistica-y.html>

Material	Principales ventajas	Principales desventajas
<i>Metálico</i>	• Buena resistencia mecánica. • Mínima interacción química entre este tipo de envase y los alimentos. • Buena estabilidad y hermeticidad. • Buena opacidad (no deja pasar la luz).	• Como los envases son preformados, se incurre en mayores gastos de transporte y almacenamiento, por su gran volumen. • Se ofrecen de manera estandarizada.
<i>Papel</i>	• Ideal para la impresión. • Fácil de moldear. • Fácil de almacenar. • Se puede reciclar.	• Poco eficiente como barrera a líquidos, aceites y grasas. • Altamente higroscópico (capacidad de absorber el agua).
<i>Plástico</i>	• Mínima interacción química entre el envase y los alimentos. • Poco peso, flexibilidad y versatilidad. • Buena resistencia mecánica. • Se puede reciclar.	• Permeabilidad a gases y radiaciones. • Problemas de termoestabilidad.
<i>Vidrio</i>	• Material limpio, puro, e higiénico; es inerte e impermeable para los fines cotidianos. • Resiste la presión interna y las altas temperaturas. • Puede apilarse sin aplastarse. • El consumidor puede ver el contenido y verificar la apariencia del producto.	• Peso y volumen considerable, lo que puede dificultar el almacenamiento. • Fragilidad.
<i>Compuestos (formados por dos o más materiales)</i>	• Se adaptan a las necesidades específicas del producto, resaltando las cualidades de los materiales que los conforma.	

Fuente: Elaborado por Daniel Rodríguez.

Fuente : <http://palpex.blogspot.com/2010/10/procesos-agroindustriales-logistica-y.html>

DECLARACION UNICA ADUANERA
(DUA)[illegible]



REPÚBLICA DOMINICANA

SECRETARÍA DE ESTADO DE AGRICULTURA

DEPARTAMENTO SANIDAD VEGETAL

DIVISION DE CUARENTENA VEGETAL

OFICINA DE SANIDAD VEGETAL

NUMERO RECIBO INGRESO

Nº 2551

Fecha _____

**CERTIFICADO FITOSANITARIO
IMPORTACION**

El abajo firmante _____

Inspector de Sanidad Vegetal en _____

después de haber examinado cuidadosamente el cargamento CERTIFICA: que los productos enumerados a continuación: _____

contenedor No. _____

_____ exportado por _____

_____ de _____

consignados a: _____ de _____

llegados por _____

en fecha _____ se encuentran libres de enfermedades, plagas y sustancias extrañas perjudiciales a la agricultura, conforme a nuestras leyes vigentes.

OBSERVACIONES: _____

Inspector de Cuarentena Vegetal

DRAFT BILL OF LADING

SEABOARD MARINE

SHIPPER / REMITENTE: RON SANTO DOMINGO AV. BOLIVAR # 807 SANTO DOMINGO, DOMINICAN REPUBLIC 809-273-3871 RNC: 101696368		BOOKING NUMBER / BILL OF LADING # DOM4370333A SMLU4370333A		EXPORT REFERENCES:	
CONSIGNEE / CONSIGNADO A: RUMAKO 1900 BOUL. DES LAURENTIDES LAVAL, QUEBEC L7M 2Y5 CANADA		FORWARDING AGENT DOMINICAN INTERNATIONAL FORWARDING REGINA KOENIG #8 ENSANCHE PARAISO, SANTO DOMINGO DOMINICAN REPUBLIC			
NOTIFY PARTY / DESDE NOTIFICACION DE LLEGADA A: CH ROBINSON 2100 AVENUE REVERCHON SUITE 132 DORVAL, QUEBEC, CANADA ATTE.: PAULA WICKENHEISER / TEL.: 51-48562595 paulawickenheiser@chrobinson.com		SPECIAL INSTRUCTIONS/ RUTA DOMESTICA / INSTRUCCIONES			
VESSEL / VAPOR MARINIA		VOYAGE 9		PT. OF LOADING RIO HAINA	
PORT OF DISCHARGE NEWARK, NJ		PLACE OF DELIVERY MONTREAL		TYPE OF MOVE / TIPO DE MOVIMIENTO PORT TO RAMP	
MARKS & NUMBERS		NO. OF PKGS/TYPE OF PKG		DESCRIPTION OF PACKAGES AND GOODS	
SMLU7915865 G2038638		1 1X40'ST		1X40'ST SAID TO CONTAIN: 2350 CARTONS WITH BOTTLE OF RUM 1 BOX CONTAINS 12 BOTTLES OF 750 ML	
TOTAL NO. OF PKGS. 1 CONTAINER				TOTAL GROSS 23,500.00 KGS	
				TOTAL MEASUREMENT 38.79 M3	
PAYABLE AT: MONTREAL				BOOKING / BILL OF LADING # SMLU4370333A	
PREPAID:				DATE: 3-Apr-18	
COLLECT: X					
FREIGHT: US\$ 2,100.00					

State: STG, DOM.

3/18/2016

Remit Payment

Export Coordinator