



UNAPÉC
UNIVERSIDAD APEEC

Decanato de Ciencias Económicas y Empresariales

Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales

Monografía para Optar por el título de:

Licenciatura en Negocios Internacionales

TITULO:

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE NEUMÁTICOS USADOS
HACIA ALEMANIA.**

SUSTENTANTES:

Steven Manuel Tejeda Garot	2008-0113
Johan Samuel Galván Peña	2009-1675
Darby Enmanuel Suazo De León,	2013-0876

ASESORES:

**Lill Cruz
Ramón Hernández**

**Santo Domingo, República Dominicana
Junio 2019**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE NEUMÁTICOS USADOS
HACIA ALEMANIA.**

Agradecimientos

Ante todo, agradecer a Dios que me permitió culminar este capítulo de mi carrera profesional, Él se mantuvo fiel a mi lado, dándome fuerzas para no rendirme.

Mi trabajo de monográfico lo dedico a mis padres, en especial a mi madre quien aposto a mí en todo momento y siempre se mantuvo constante con sus sabias palabras “Lo que se comienza se termina”.

También quiero agradecer a, Yeidry Baez, Andry Perez, Alexander Guzman, resaltando a Raidhy Herrera, Kemuel Terrero, Stephanie Been, quienes siempre estuvieron ahí apoyándome sin importar la hora. Por último, al profesor Ángel Camacho, quien me abrió la mente y me ayudo a ser un mejor estudiante al exigir la milla extra.

Steven Tejada

*Primero que nada, quiero agradecer a **Dios**, por permitirme estar y ser la persona que hoy en día soy, por brindarme las oportunidades y moldear mi futuro de la manera correcta, por esto y mucho más estaré eternamente agradecido*

*Este trabajo final y todo mi esfuerzo y entrega para culminar esta carrera de Negocios Internacionales quiero dedicársela y por igual agradeceré a mis Padres, **Daniel Suazo Tejada** y **Altagracia De León**, por darme todo lo que me hizo falta para poder concentrarme en mis estudios, por brindarme su cariño, su comprensión, un hogar donde puedo descansar y enfocarme en mis objetivos, contando siempre con el amor y el apoyo incondicional de ambos. Este logro no hubiese sido posible sin la ayuda de ambos, estaré eternamente agradecido no solo por ayudarme a cumplir mis objetivos, sino por todo lo que hacen por mí. Son mi más grande orgullo y poder entregarles mis objetivos profesionales y mi crecimiento como fruto de todo lo que hacen por mí me llena de alegría. Muchas Gracias*

*También quiero agradecer todo el apoyo de mis hermanos: **Rosmery Suazo** y **Daniel Suazo**. Siempre pude contar con ambos para cualquier situación, son parte importante de mi crecimiento académico y son mis primeros objetivos a alcanzar en cuanto al ámbito profesional. Les agradezco infinitamente todo el apoyo que me ha brindado, sin duda son los hermanos que cualquier hermano menor quisiera tener y contar.*

Quiero agradecer a todos los compañeros que pude conocer gracias a UNAPEC, y por cada granito de arena que cada uno de ellos aportó en mi crecimiento académico pero sobre todo quiero agradecer a esa amistad que obtuve para quedarse, mi amigo y

hermano **Jasson Susana**. Dentro de los mejores logros que APEC pudo otorgarme sin duda tu amistad fue uno de ellos.

También quiero agradecer a todas mis amistades que siempre han estado conmigo toda la vida brindándome su apoyo y estando allí para mí siempre que los necesite: **Joaquín Paniagua , Manuel Inoa, Steven Inoa, , Jeancarlos Jiménez**. Gracias mis amigos por todo.

Quiero agradecerte también a ti **Nathalia Quezada**, por ser quién eres, por estar allí, por siempre darme tu apoyo en todo sin importar la dificultad, por ser esa persona que llego a mi vida para darle ese cambio positivo que le hacía falta, Dios sabe cuánto deseo que sigas creciendo y que deseo contigo seguir escribiendo más capítulos como este donde ambos podamos lograr nuestros mayores deseos y anhelos. Gracias por la sabiduría que me brindas siempre, por siempre enseñarme que todo se debe hacer con honestidad y que el apoyo mutuo y la comprensión son esenciales para lograr nuestros objetivos tanto para nuestra relación como para nuestra profesión. De igual forma quiero agradecer a toda tu familia, por su recibirme y darme la oportunidad de poder estar contigo y haber formado en ti una persona verdaderamente maravillosa.

A todos mis profesores, por brindarme todas sus enseñanzas y experiencias de manera incondicional y llevar mis capacidades más allá de lo que yo pensaba que podían llegar. Gracias por mejorar mis aptitudes y darme lo que se necesita para ser un excelente profesional.

*Quiero por último agradecer de forma muy particular al Scotiabank, pero más específicamente a las personas que dentro de la institución me dieron la primera oportunidad de un empleo que me ayudo a poder financiar todos mis estudios y a crecer como un profesional apto y capaz. **Carolina Sánchez** mi primera jefa/líder que siempre me brindó su apoyo y me dio las oportunidades que necesite para estar hoy en día en la posición que estoy, estaré eternamente agradecido contigo. Gracias. Y a mi equipo actual dentro de la institución, mi actual jefe **Juan Matos** por brindarme la oportunidad de ser parte de su equipo y a todos mis compañeros del equipo de contabilidad: **Andrés, Eneifer y Emmanuel.***

Darby Suazo

Le agradezco a mi madre, enseñarme que en la persistencia es que esta el éxito. A los maestros apasionados por su profesión, por demostrar que enseñar con amor tiene mayores resultados que con dureza. A mis familiares y amigos por ayudarme a entender con lecciones de vida que no importa la dificultad del reto mientras tengas a alguien a tu lado que te ayude a levantarte y continuar.

Más que nada a Dios, por ser mi norte, por estar albergado en mi corazón y por ser el único que sabe la verdad de lo que ha sido alcanzar esta meta.

Johan Galvan

ÍNDICE

INTRODUCCION	13
--------------------	----

CAPÍTULO I - GENERALIDADES DE LA FACTIBILIDAD Y EXPORTACIONES

1.1. Comercio	2
1.1.1. Comercio Internacional	3
1.1.2. Comercio Exterior	3
1.2. Exportación	4
1.2.1. Tipos de exportación.....	6
1.2.2. Exportación indirecta.....	6
1.2.3. Exportación Directa.....	8
1.3. Regímenes Aduaneros de Exportación.....	9
1.4. Razones para exportar	11
1.5. Aranceles	13
1.5.1. Derecho aduanero/ arancel.....	13
1.5.2. Etiquetado.....	15
1.5.3. Regulaciones sanitarias	16
1.5.4. Normas técnicas	16
1.5.5. Regulaciones ambientales	17
1.5.6. Normas de calidad	17
1.6. Clasificación	18
1.7. Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías.....	18
1.8. International Commerce Terms.....	19
1.8.1. Incoterms	19

1.8.2. Importancia de los Incoterms en las transacciones internacionales	20
1.9. Formas de pago internacional.....	22
1.9.1. Carta de crédito	22
1.9.2. Pago en efectivo por adelantado	23
1.9.3. Giro o letra de cambio.....	23
1.9.4. Cuenta abierta	23
1.9.5. Venta a consignación o contra comercio	23
1.10. Definición de un plan de negocios.....	23
1.11. Modelo de plan de negocios de exportación Bancomext 2000	24
1.11.1. Resumen ejecutivo.....	24
1.11.2. Descripción del negocio	25
1.11.3. Análisis del mercado	27
1.11.4. Cuerpo directivo	27
1.11.5. Operaciones.....	28
1.11.6. Riegos Críticos.....	29
1.11.7. Proyecciones financieras	30

CAPÍTULO II – USO DE LOS NEUMATICOS USADOS EXPORTADOS HACIA ALEMANIA

2.1. Origen del neumático	32
2.1.1. El caucho	34
2.1.2. El caucho en la República Dominicana.....	35
2.2. Búsqueda de soluciones útiles	37
2.3. Datos Estadísticos a nivel mundial.....	37
2.3.1. Posibilidades tecnológicas de reutilización y valorización de NFU	38

2.4. Sistemas de tratamiento para los NFU.....	39
2.5. Uso de neumáticos para convertirlos en energía eléctrica.....	40
2.6. Caracterización del mercado de los neumáticos y sus residuos	40
2.6.1. Ciclo de la vida de los neumáticos.....	42
2.7. Uso de los neumáticos usados en Alemania.....	44
2.7.1. Transformación de neumáticos usados en petróleo	46

CAPITULO III- ANALISIS DEL COMERCIO EXTERIOR DOMINICANO

3.1. Origen de las exportaciones en la República Dominicana	48
3.2. Financiamiento del comercio en la República Dominicana	49
3.3. Contexto Regional de la República Dominicana	53
3.4. Evolución de las exportaciones en la República Dominicana	54
3.5. La balanza comercial de la Republica Dominicana.....	55
3.6. Exportaciones desde República Dominicana a Alemania	56

CAPÍTULO IV - OPERACIONES LOGÍSTICAS DE EXPORTACIÓN EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

4.1. Barreras comerciales	64
4.1.1. Barreras arancelarias.....	64
4.1.1.1. Tipos de aranceles	66
4.1.2. Barreras no arancelarias.....	69
4.2. Transporte.....	71
4.2.1. Transporte terrestre	72
4.2.2. Transporte aéreo	73
4.2.3. Transporte marítimo.....	73

4.3. Costos logísticos	74
CONCLUSIONES.....	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	81

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Ventajas y desventajas de la exportación indirecta	7
Tabla 2. Ventajas y desventajas de la exportación directa	8
Tabla 3. Funcionamiento de Incoterms	21
Tabla 4. Estimaciones disponibles del volumen de NFU generados en varios países.	37
Tabla 5. Componentes de un Neumático (% en peso)	41

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Mayores Fabricantes de Neumáticos a Nivel Mundial	33
Gráfico 2. Usos de los neumáticos usados en Alemania.	45
Gráfico 3. Exportaciones Dominicanas según régimen.	49
Gráfico 4. Sistema Financiero Dominicano	52
Gráfico 5. Exportaciones a Europa: Principales Socios Comerciales	57

RESUMEN

La fabricación constante de neumáticos y la dificultad para desecharlos después de usados, constituye uno de los problemas medioambientales más serios de los últimos años en el mundo. Deshacerse de forma limpia de los neumáticos inservibles no es fácil. Por ejemplo, en los rellenos sanitarios, por su forma, se acumulan gases, y estos emergen a la superficie, rompiendo las membranas. La quema directa provoca la emisión a la atmósfera de gases y partículas nocivas, y como la combustión en hornos de alta calidad que garanticen un mínimo de emisiones tiene alto costo, año tras año, toneladas de neumáticos acaban abandonados en campos y cunetas, o almacenados en vertederos.

Los objetivos del proyecto son comenzar a desarrollar una solución ambiental para los neumáticos en desuso en el país y encontrar algún modelo de negocio que permita transformar los neumáticos desechados en materia prima para nuevos productos.

Para ello, se examinarán las aplicaciones tecnológicas existentes para la implementación de las técnicas conocidas y las más recientes, sus condiciones y repercusiones, tanto medioambientales como económicas, lo cual posibilitaría la ejecución de un proyecto innovador de aprovechamiento de residuos.

Palabras Claves: Neumáticos, combustibles, NFU.

INTRODUCCION

En la actualidad las empresas comercializadoras de llantas han ido aumentando paulatinamente, a pesar de la gran competencia que existe, República Dominicana cuenta con un amplio sector de empresas dedicadas a la comercialización de llantas nacionales e importadas. Tomando en cuenta que el mercado de neumáticos es extenso, tanto así que los neumáticos son importados desde otros países como México, Estados Unidos, y otros países, cabe recalcar que las llantas importadas tienen reconocimiento y preferencia, debido que son fabricadas con tecnologías más avanzadas.

En República Dominicana los comerciantes poseen mayor preferencia por llantas de origen extranjero, por el tiempo de duración, calidad, resistencia, tecnología y el material utilizado.

CAPÍTULO I - GENERALIDADES DE LA FACTIBILIDAD Y EXPORTACIONES

1.1. Comercio

Según definición del diccionario de la Real Academia de la Lengua Española (2005), comercio se define como negociación que se hace comprando y vendiendo o permutando géneros o mercancías. También como comunicación y trato de unas gentes o pueblos con otros.

El Código de Comercio (2000) lo define como una actividad lucrativa que consiste en la intermediación directa o indirecta entre productores y consumidores de los bienes y servicios a fin de facilitar y promover la circulación de la riqueza.

Comercio desde el punto de vista económico, se caracteriza por la intermediación entre productores y consumidores con fines de lucro. (Martínez, 2004).

Los aspectos del comercio denotan la expresión de la voluntad humana susceptible de producir efectos jurídicos, reservada a la reglamentación de la legislación de tipo mercantil. (Código de Comercio, 2000).

Se deben considerar dos aspectos importantes en el comercio:

1.Económico: Conjunto de operaciones de intercambio de bienes y servicios que se requieren para la satisfacción de las necesidades de la sociedad en general, y de los seres humanos en particular.

2.Jurídico: La actividad por medio de la cual las personas realizan actos de intercambio de bienes y servicios, con el propósito de lucro, y de cuyas actividades se generan derechos y obligaciones que son legalmente exigibles. (Martínez, 2004).

1.1.1. Comercio Internacional

Comercio Internacional, según enciclopedia Encarta 2005, es el intercambio de bienes y servicios entre países. Los bienes pueden definirse como productos finales, productos intermedios necesarios para la producción de los finales o materias primas y productos agrícolas.

El comercio internacional permite a un país especializarse en la producción de los bienes que fabrica de forma más eficiente y con menores costos. El comercio también permite a un Estado consumir más de lo que podría si produjese en condiciones de autarquía. Por último, el comercio internacional aumenta el mercado potencial de los bienes que produce determinada economía, y caracteriza las relaciones entre países, permitiendo medir la fortaleza de sus respectivas economías. (Krugman, 2001).

Para un país, el comercio internacional puede ser visto como una estrategia de política internacional.

1.1.2. Comercio Exterior

El comercio exterior es definido por la OMC, 2005 como el comercio internacional e intercambio comercial de un país, cuando se especifica el mercado (s) meta destino de esta transacción. Por ejemplo: el comercio exterior de República Dominicana con Alemania.

También es definido como: “el conjunto de ordenamientos jurídicos, de carácter nacional e internacional, que regulan las relaciones necesarias que, sobre esta materia, existen entre los órganos públicos pertenecientes a diferentes Estados y de éstos para con los particulares que realizan actos catalogados como de comercio exterior”. (Martínez, (2004) p. 12.).

Desde el punto de vista económico, puede explicarse como el número de importaciones y exportaciones de un lugar a otro, que tienen efectos en la balanza comercial de los países.

Históricamente, la noción de comercio exterior se encuentra vinculada con las transacciones físicas de productos y mercancías. En la actualidad, se engloban también bienes de diversos tipos, servicios, tecnología y recursos humanos.

Para un país, el comercio exterior puede ser visto como una estrategia de desarrollo económico.

1.2. Exportación

“La exportación es el medio mas común del que se sirven las compañías para iniciar sus actividades internacionales. Es decir que las empresas que se introducen a la exportación lo hacen sobre todo para incrementar sus ingresos de ventas, para conseguir economías de escala en la producción y para que pueda diversificar sus sedes de ventas.” (Daniels y Radebaugh, p.714).

“Exportar es simplemente vender es decir en el mercado magnífico, insaciable del mundo entero. Vender bienes y servicios elaborados en el país y que se consume en otro diferente” (Bancomext, p.23).

De acuerdo a la Organización Mundial de Comercio (2005), OMC, la exportación consiste en la obtención de beneficios por la venta de productos y servicios a otros países. De ahí que los vendedores (exportadores) gocen del privilegio de tener clientes fuera de sus fronteras (importadores) y por supuesto se deben de tomar muy en cuenta las normas aplicables al mercado metan en cuestión.

Ilustración 1: Modelo del proceso de exportación



1.2.1. Tipos de exportación

Las compañías que deciden incursionar en los mercados extranjeros mediante la exportación deben distinguir de entre dos formas de hacerlo: exportación directa e indirecta.

1.2.2. Exportación indirecta

Se presenta cuando como productor se le vende a un cliente nacional, que a su vez se encarga de vender en el exterior. El cliente nacional más común en este tipo de exportación es la comercializadora. Ledesma (1993).

Tabla 1. Ventajas y desventajas de la exportación indirecta

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none"> - No requiere de una mayor inversión. - Presenta menos riesgos para la empresa - No exige un gran conocimiento en los ámbitos del marketing y ventas. - Facilita las conexiones con los importadores en los mercados externos. <p>Evita para el productor el preocuparse por trámites de exportación, problemas en cuanto a los idiomas y comunicaciones con el comprador extranjero.</p> <ul style="list-style-type: none"> - En muchos casos comienza a brindar un conocimiento producto de la retroalimentación acerca de los mercados y aspectos relativos a la adecuación del producto, aunque a un ritmo más lento comparado con la exportación directa. 	<ul style="list-style-type: none"> - Impide o limita los contactos directos de la empresa con los compradores, consumidores y usuarios finales. - Limita el control sobre las actividades de marketing en los mercados exteriores, especialmente en lo relativo a quién y cómo se vende el producto. - En algunos casos y para ciertos productos, los intermediarios pueden carecer de conocimiento técnico para asesorar o prestar la asistencia técnica que dicho producto requiere en el mercado - Poco aprendizaje sobre el mercado meta y el proceso de exportación.

1.2.3. Exportación Directa

Se presenta cuando la empresa le vende a un comprador extranjero, encargándose de la actividad logística como: aranceles de exportación, transporte, empaque, carga, agente, documentos, inclusive también de conseguir al cliente. La responsabilidad sobre la mercancía y los costos incurridos se define mediante el acuerdo del término de comercio a usar entre el exportador y el importador, denominado Incoterm. Ledesma (1993).

Tabla 2. Ventajas y desventajas de la exportación directa

Ventajas	Desventajas
<ul style="list-style-type: none">- Se tiene contacto directo con los compradores y/o consumidores finales del producto, por lo que la información generada por la retroalimentación es de primera mano.- Se tiene más control sobre las actividades de marketing en los mercados exteriores.- Debido al menor número de intermediarios, se puede ofrecer un precio	<ul style="list-style-type: none">- Se requiere mayor inversión.- Representa un riesgo mayor para la empresa.- Exige conocimiento en el área de ventas.- Se necesita tener un amplio conocimiento de los trámites de exportación, diferencias en cultura, idiomas y estilos de negociación y en formas de comunicación con los compradores extranjeros.

<p>de venta final más competitivo.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Mejor conocimiento y aprendizaje sobre el mercado meta. - Se obtienen a largo plazo mayores beneficios. - Capacidad para conocer los patrones de consumo, preferencias del consumidor final, su respuesta y como consecuencia mayor rapidez para adaptar eficientemente el producto a sus necesidades. 	
---	--

1.3. Regímenes Aduaneros de Exportación

“Las exportaciones se definen como la salida, con destino a otro país o a una zona franca industrial, de mercancías que hayan tenido circulación libre o restringida. Para las exportaciones de productos mexicanos, se consideran los siguientes regímenes aduaneros: la exportación definitiva, la exportación temporal para el

perfeccionamiento pasivo, la exportación temporal para reimportación en el mismo estado y el reembarque.” (<http://www.bancomext.com>).

El comercio exterior se rige por el principio de libertad comercial y sólo para algunas mercancías se aplica una vigilancia estadística previa. Para determinar el régimen comercial aplicable a cada producto es preciso conocer su partida arancelaria y su país de destino. Clasificar arancelariamente una mercancía es asignarle uno de los códigos de la nomenclatura utilizada aplicando unas reglas precisas. El Arancel de Aduanas está integrado por la nomenclatura arancelaria (compuesta por capítulos, partidas y subpartidas) y la tarifa arancelaria (el gravamen asignado a cada una de las partidas y subpartidas).

Basándose en la Nomenclatura Combinada y en el arancel, la Comisión de la Comunidad Europea ha establecido un Arancel Integrado de las Comunidades Europeas (TARIC) que incluye, además de la codificación de la nomenclatura combinada, subdivisiones complementarias denominadas subpartidas TARIC, necesarias para la designación de aquellas mercancías que sean objeto de medidas específicas. La identificación de las partidas y subpartidas se efectúa por medio de un código numérico de 11 cifras y una letra. La codificación TARIC es la utilizada para complementar el formulario DUA.

1.4. Razones para exportar

Las empresas deben tener en claro las razones para buscar internacionalizarse, entre ellas podemos destacar: diversificar productos y mercados, ganar competitividad, vender mayores volúmenes, aprovechar las ventajas de los acuerdos preferenciales.

A continuación, se presentan algunas opciones que pueden ayudar a la empresa a identificar cuáles son los factores que motivan su decisión.

- ✚ Diversificar productos y mercados para afrontar la competencia internacional y la situación de la economía nacional.
- ✚ Ganar competitividad mediante la adquisición de tecnología, know how y capacidad gerencial obtenida en el mercado.
- ✚ Hacer alianzas estratégicas con empresas extranjeras para reducir costos, mejorar la eficiencia y diversificar productos.
- ✚ Disminuir el riesgo de pertenecer a un solo mercado.
- ✚ Vender mayores volúmenes para utilizar la capacidad productiva de la empresa y lograr economías de escala.
- ✚ Aprovechar ventajas comparativas y las oportunidades de mercados

ampliados a través de acuerdos preferenciales.

- ✚ Necesidad de involucrarse en el mercado mundial por la globalización de la economía.
- ✚ Buscar mayor rentabilidad en los mercados internacionales y asegurar la existencia de la empresa a largo plazo.

(Fuente: <http://www.geocities.com> - Ipiales - Zona Económica especial de exportación)

Capacidad Exportable

La capacidad exportable de la empresa puede ayudar a definir estrategias de penetración del mercado.

Se deben identificar los productos a exportar teniendo en cuenta que gocen, por lo menos una, de las siguientes ventajas:

- ✚ Volúmenes disponibles para el mercado externo.
- ✚ Abastecimiento del producto o materias primas (ventajas en precio, volumen, calidad o disponibilidad).

- ✚ Características de calidad del producto superiores a las de la competencia, y consistencia de la calidad en el tiempo.
- ✚ Se debe identificar la posición arancelaria o código arancelario de los productos escogidos, ya que toda la información de comercio exterior se basa en esta codificación.

(Fuente: <http://www.geocities.com>)

1.5. Aranceles

1.5.1. Derecho aduanero/ arancel.

Según las guías empresariales de la Secretaría de Economía, el derecho aduanero es el gravamen que ha de pagar un importador para introducir una mercancía en su territorio. Tiene una doble finalidad: recaudatoria y protectora. Las aduanas se encargan de aplicar los aranceles en las operaciones de comercio exterior.

Un producto es objeto de dumping, cuando su precio de exportación hacia un país es inferior al valor normal de un producto similar. El valor normal que se toma en consideración, es el precio comercial en el país de origen (precio interior).

Barreras a la entrada

Las mismas guías empresariales mencionan que las principales barreras para el acceso a mercados internacionales comprenden temas del tipo arancelario y no arancelario. Al respecto, destacan, entre otros: los aranceles, cuotas de importación, permisos de importación, normas técnicas, exceso de reglamentaciones, depósitos monetarios para importar, sistemas cambiarios múltiples, subsidios locales del gobierno, embargos, favorecer compras locales, monedas no convertibles, elevados costos financieros de importación, falta de transparencia en la mecánica de importación, legislación sanitaria y fitosanitaria, regulaciones ambientales, sistemas de defensa al consumidor, requisitos de empaque y etiquetado, regulaciones de toxicidad, leyes e impuestos antidumping (impuestos compensatorios) y establecimiento de precios oficiales..

Barrearas Arancelarias

El arancel es un impuesto que se aplica en el comercio exterior para agregar valor al precio de las mercancías en el mercado de destino, con el objetivo de proteger a los bienes y servicios similares que se produzcan en el citado país. Los aranceles pueden ser ad valorem, específico y mixto.

El ad valorem se expresa en términos porcentuales del valor en aduana de la mercancía. Este valor puede ser libre a bordo (LAB o FOB) y, en otros países,

comprender el costo del bien, los seguros y los fletes (CSF o CIF). El arancel específico se expresa en términos monetarios por unidad de medida.

Los países otorgan diversos tratamientos arancelarios en función del origen de las mercancías que llegan a sus aduanas. Así mismo, existen medidas antidumping y compensatorias que aplica un país cuando otro otorga un subsidio como beneficio económico que concede a sus productores, con el propósito de ayudarles a lograr una mayor competitividad de sus bienes en el exterior.

1.5.2. Etiquetado

Estas regulaciones incorporan los requerimientos que deben cumplir los fabricantes, los exportadores y los distribuidores de un producto, sobre todo cuando su destino es el consumidor final. La etiqueta sirve para que el consumidor conozca no sólo la marca del producto, sino también otros aspectos, como el contenido y los ingredientes con que han sido elaborados.

Antes de realizar algún gasto en el etiquetado, el exportador debe conocer las regulaciones específicas que el mercado de destino establece al producto que se desea comercializar. Para ello, puede consultar a su propio cliente en el extranjero, recurrir a un consultor especializado en esas regulaciones, o bien solicitar la opinión y aprobación de su etiqueta directamente a las entidades normativas que establecen estas regulaciones en el país importador.

1.5.3. Regulaciones sanitarias

Estas regulaciones forman parte de las medidas para proteger la vida, la salud humana, animal y vegetal frente a ciertos riesgos que no existen en el territorio del país importador. Los riesgos se pretenden atacar son los relativos a la introducción, propagación de plagas y enfermedades llevadas por animales, además de evitar la presencia en alimentos y forrajes de aditivos, contaminantes, toxinas y organismos causantes de enfermedades. Estas regulaciones comprenden a los productos agropecuarios, frescos y procesados.

Los aspectos básicos que cubren estas regulaciones, en términos generales, son: proceso de producción, uso de pesticidas y fertilizantes, pruebas de laboratorio, inspecciones, certificaciones sanitarias, regímenes de cuarentena y determinación de zonas libres de plagas y enfermedades.

1.5.4. Normas técnicas

Aluden a las características y propiedades técnicas que debe tener una mercancía en un mercado específico. El cumplimiento de estas normas permite garantizar a los consumidores que los productos adquiridos cuentan con la calidad, seguridad y las especificaciones de fabricación adecuadas. Al respecto, es imprescindible conocer si las normas existentes son de carácter obligatorio o simplemente voluntarias.

Para cada mercancía o grupo de productos puede haber una o varias normas. En estas se expresan directrices sobre medidas, tamaño, dimensiones, contenido químico, compresión, resistencia, inflamabilidad, resistencia a la humedad, durabilidad, condiciones de seguridad, preceptos de terminología, símbolos, embalaje, y demás aplicables a un bien o proceso de producción.

La certificación de los productos que se exportan, luego de conocer en detalle las normas aplicables, se realiza generalmente en los laboratorios designados para el efecto o en las instituciones creadoras de dichas normas.

1.5.5. Regulaciones ambientales

Comprende las regulaciones relativas a la protección del ambiente, mejor conocidas como ecológicas. En el caso de la Unión Europea destacan las relativas a la comercialización de frutas y vegetales frescos.

1.5.6. Normas de calidad

Se aplican en los países importadores para garantizar que las mercancías de importación cumplan con estándares de calidad similares a los establecidos para mercancías producidas internamente.

Existen normas de calidad adoptadas por un número cada vez mayor de países.

Entre las más importantes destacan la serie denominada como ISO 9000, que certifica el proceso y procedimientos establecidos para la lograr la calidad de los productos de una empresa. En el campo de la problemática ambiental se trabaja con la serie ISO 14000.

1.6. Clasificación

La clasificación de mercancías, con fines aduaneros, es la base que permite individualizar exactamente el tipo de derecho aplicable a cada mercancía en función del grupo en que se sitúa.

1.7. Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías

Es un sistema de codificación para identificar todas las mercancías y satisfacer las necesidades del comercio internacional. Está vigente en más de 120 países. Cada mercancía está asociada a un código de 15 dígitos. Cada sección del código tiene una finalidad descriptiva específica.

En materia aduanera, toda mercancía que se exporte y que se importe en el país de destino debe identificarse con el propósito de definir su situación arancelaria.

Es de suma importancia que el exportador, conozca su fracción arancelaria, ya que con ella se conoce el impuesto a pagar en el país importador, y dado el origen del

producto dominicano se podrán solicitar las preferencias arancelarias que República Dominicana ha logrado con los tratados y acuerdos comerciales que ha firmado. Además, la correcta clasificación arancelaria le evitará demoras en el despacho y en algunos casos pagar un menor arancel o estar exento del mismo.

La clasificación de las mercancías en casi todo el mundo se rige en la nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías, conocida con las siglas (SA).

Para ciertas regiones o países, pueden existir clasificaciones arancelarias específicas regionales, como es el caso de las preferencias en algunos países Latinoamericanos, en donde existen las nomenclaturas NALADI y NALADISA.

1.8. International Commerce Terms

1.8.1. Incoterms

Los INCOTERMS son un lenguaje internacional para términos comerciales, facilitan las operaciones de comercio internacional y delimitan las obligaciones, esto hace que el riesgo disminuya.

Parte del éxito de una compra o venta internacional depende del conocimiento de los Incoterms. El conocimiento de los Incoterms contribuye a elegir la logística apropiada. (www.economia.gob.mx)

1.8.2. Importancia de los Incoterms en las transacciones internacionales

La globalización de los mercados internacionales ha impulsado de manera dinámica la venta de mercancías en más países y en mayores cantidades, es así como a medida que aumenta el volumen y la complejidad de las ventas, también crecen las posibilidades de malentendidos y litigios costosos cuando no se especifican de forma clara y precisa las obligaciones y riesgos de las partes.

Por ello, el adecuado uso y aplicación de los Incoterms, en las transacciones internacionales pretende en gran medida: facilitar la gestión de toda operación en comercio internacional, delimitar claramente las obligaciones de las partes disminuir el riesgo por complicaciones legales, y establecer reglas internacionales para la interpretación de los términos comerciales más utilizados.

La idea de lograr un lenguaje internacional para los términos comerciales, nació en 1919. Se han modificado en la medida que el comercio y el transporte han evolucionado. En el curso de su historia la Cámara de Comercio Internacional ha efectuado siete ajustes, el último de ellos en el año 2000.

En estos ya se contemplan las transacciones comerciales a través de la comunicación electrónica.

Los Incoterms regulan cuatro grandes problemas que soporta toda transacción comercial:

- ✚ La entrega de la mercancía
- ✚ Transferencia de riesgos
- ✚ Distribución de gastos
- ✚ Trámites documentales

De esta forma, en caso de conflicto quedan claramente establecidas las responsabilidades y obligaciones de las partes que intervienen en la operación. Estas reglas son de aceptación voluntaria para cada una de las partes y pueden ser incluidas en el contrato de compraventa internacional.

Tabla 3. Funcionamiento de Incoterms



		PAÍS, CIUDAD, LUGAR DE ORIGEN				TRANSPORTE PRINCIPAL		PAÍS, CIUDAD, LUGAR DE DESTINO					
		Embalaje verificación control	Licencias autorizaciones otras formalidades	Carga el camión o contenedor en fábrica o almacén	Transporte interior de país de origen. De fábrica a puerto a aeropuerto a terminal o a transportista	Formalidades aduaneras exportación	Costos manipulación terminal origen. Puerto aeropuerto, tir, tren, etc.	Transporte principal internacional	Seguro mercancía Seguro transporte	Costos manipulación terminal destino. Puerto aeropuerto, tir, tren, etc.	Formalidades aduaneras importación Aranceles, impuestos, inferiores y esp. y trámites	Transporte inferior país de destino. De aeropuerto a terminal a fábrica u operador logístico	Recepción y descarga
Incoterms® 2010 ICC Reglas para cualquier modo o modos de transporte													
EXW Ex Works Franco fábrica	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
FCA Free Carrier Franco transportista	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
CPT Carriage paid to Transporte pagado hasta	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
CIP Carriage and insurance paid to Transporte y seguro pagado hasta	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
DAT Delivered at terminal Entrega en terminal	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
DAP Delivered at place Entrega en lugar	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
DDP Delivered duty paid Entrega derechos pagados	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
Incoterms® 2010 ICC Reglas para transporte marítimo y vías navegables interiores													
FAS Free alongside ship Franco al costado del buque	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
FOB Free on board Franco a bordo	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
CFR Cost and freight Costo y flete	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red
CIF Cost, insurance and freight Costo, seguro y flete	COSTO	Red	Red/Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue	Blue
	RIESGO	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red	Red

VENDEDOR ■ ■ El vendedor debe proporcionar la documentación necesaria para la exportación y el comprador los de importación a petición riesgo y a expensas del demandante.

COMPRADOR ■ ■ Dependiendo del lugar de entrega pactado

✚ Obligatorio

1.9. Formas de pago internacional

El flujo de dinero entre fronteras nacionales es complejo e implica el uso de documentos especiales. Por lo general el comercio exterior se financia con crédito. No es común que a las compañías exportadoras se les pague de inmediato, debido a problemas de cobranza y de tipo cambiario. En orden descendente en términos de seguridad para la compañía exportadora, los métodos básicos de pago de exportación son:

1.9.1. Carta de crédito

Esta obliga al banco del cual es cliente el comprador en el país importador a pagar el giro que se le presente, siempre y cuando este vaya acompañado por los documentos prescritos. En una carta de crédito documentada se estipula que el banco pagará con base en los documentos, no en las condiciones de la venta. Sin embargo, el exportador debe asegurarse de la validez del crédito bancario.

Existen dos tipos de carta de crédito:

La carta de crédito revocable: es la que está sujeta a modificaciones por cualquiera de las partes comprometidas.

La carta de crédito irrevocable: esta no se puede cancelar o modificar en algún sentido sin el conocimiento de todas las partes que intervienen en la transacción.

Una carta de crédito confirmada es un documento que supone una obligación adicional de pago para el banco que presta sus servicios al exportador.

1.9.2. Pago en efectivo por adelantado

Por lo general, se utiliza un cheque cuando un individuo o compañía paga una cuenta en el ámbito nacional antes de recibir la mercancía.

1.9.3. Giro o letra de cambio

Es un instrumento por medio del cual una parte (el girador) se dirige a otra parte (el girado) para hacer un pago. El documento se considera como giro bancario si la agencia exportadora exige que se le pague de inmediato, el documento se considera a la vista.

1.9.4. Cuenta abierta

Es cuando se le envía por correo al importador los documentos del embarque necesarios antes de que éste realice cualquier pago o asuma una obligación específica.

1.9.5. Venta a consignación o contra comercio

El contra comercio se refiere a cualquier acuerdo de intercambio de bienes y servicios, de forma bilateral o multilateral. Es una práctica por la cual un proveedor se compromete contractualmente como condición de venta a corresponder y emprender ciertas iniciativas comerciales especificadas en compensación y beneficio del comprador.

1.10. Definición de un plan de negocios

“Un plan de negocios es un documento amplio que ayuda al empresario a analizar

el mercado y planear la estrategia del negocio. Frecuentemente es preparado por una compañía existente para asegurarse que el crecimiento futuro se maneje en forma adecuada; si el plan se prepara para un negocio que se inicia, ayuda al empresario a evitar errores costosos. Además de ser útil como instrumento de planeación es frecuente que el plan del negocio sea necesario para obtener financiamiento. Los bancos, los capitalistas de riesgo y los inversionistas suelen de mandar un plan del negocio con el fin de apoyar en el para tomar sus decisiones de inversión. Un plan de negocios bien escrito constituye una evidencia de la capacidad del empresario para planear y administrar su compañía.” (Lambing y Kuehl, 1998).

“Un plan de negocios es un resumen escrito de lo que quieres lograr al estar en un negocio y como cumplir con estos objetivos. Debe de contener las metas y objetivos, explicando cómo usar los recursos, como por ejemplo infraestructura, equipo y personal. Un plan de negocios es parte de la planeación estratégica.” (Stone).

1.11. Modelo de plan de negocios de exportación Bancomext 2000

1.11.1. Resumen ejecutivo

Objetivo: capturar el interés del lector, de tal manera que quiera saber más acerca del proyecto. Esta sección debería cubrir los siguientes tópicos:

Perfil de la empresa.

- ✚ Naturaleza del producto o servicio que se ofrece, incluyendo sus ventajas competitivas.
- ✚ Identificar los mercados extranjeros meta que se han seleccionado.
- ✚ Tamaño y tendencias de crecimiento de estos mercados.
- ✚ Composición y antecedentes del cuerpo directivo.
- ✚ Requerimientos de financiamiento y proyecciones clave.
- ✚ Propuesta de uso de los fondos.
- ✚ Estrategia de salida propuesta para los inversionistas, incluyendo la R.O.I proyectada.

Es fundamental que esta sección demuestre las ideas que llevaron al desarrollo del concepto del negocio. Ya que el resumen ejecutivo tiene que ser breve, debemos tener cuidado de no incluir información trivial o superflua.

1.11.2. Descripción del negocio

Misión del negocio:

Describir la razón o propósito de existencia de la compañía; puede ser utilizada como base para establecer metas específicas y desarrollar tácticas y estrategias competitivas.

Antecedentes del negocio:

Si la empresa ya existe, se debe presentar una descripción histórica de los hechos que llevaron a la formación de la compañía. Si no existe, se tienen que describir los eventos que lo llevaron a desarrollar la idea del negocio.

Organización legal del negocio:

Descripción de la forma de organización legal actual o propuesta de la empresa, describiendo los beneficios y riesgos inherentes a esta propuesta.

Estrategia propuesta de entrada al mercado internacional y calendario de eventos.

Sirve para entrar al mercado meta seleccionado y establecer una posición internacional. Es necesario para mostrar que el cuerpo directivo de la empresa tiene un claro conocimiento de los requerimientos para establecer una operación internacional.

Descripción del producto a ser ofrecido en el mercado internacional.

Descripción detallada del producto para ser ofrecido en el mercado internacional. Tiene que convencer que los productos de la compañía contienen ventajas competitivas que justifiquen su ingreso al extranjero.

Desarrollo e investigación de productos.

Demostrar la creación de una ventaja competitiva sostenible en el mercado internacional, y que existen planes de contingencia contra el aumento de la competencia internacional.

1.11.3. Análisis del mercado

Esta parte del plan de negocios es muy importante ya que en él radica la detección de oportunidades, la identificación de los mercados internacionales, el diseño o adaptación de los productos para su exportación, así como la generación del pronóstico de la demanda y por lo tanto de las ventas, que son en concreto, los ingresos esperados de toda empresa.

Los aspectos a considerar en el análisis de mercado son:

Descripción de las tendencias de la industria en el mercado meta: búsqueda de información para precisar las características cuantitativas y cualitativas de la demanda del mercado meta.

Descripción del mercado meta

Competencia: Evaluación de las capacidades de los competidores existentes o esperados y análisis de sus fuerzas y debilidades. Barreras a eliminar para lograr penetrar el mercado: Regulaciones arancelarias y no arancelarias.

1.11.4. Cuerpo directivo

Presentar al cuerpo directivo para demostrar que puede dirigir efectivamente el producto hacia el mercado meta seleccionado en el extranjero. También sirve para convencer que vale la pena unirse a esta empresa para desarrollar las oportunidades del mercado internacional.

Las tres áreas a cubrir en esta sección son:

Currículum y responsabilidades de cada uno de los miembros del cuerpo directivo.

Estructura organizacional del área internacional

Participación accionaria

1.11.5. Operaciones

Proporcionar un panorama de la estrategia que se seguirá la empresa para penetrar y establecer una relación de largo plazo en el mercado extranjero.

Se deberán tratar los siguientes temas:

Consideraciones internacionales: Se tendrá que definir el transporte, la documentación de exportación, los contactos en el extranjero, y las actividades de desarrollo en el país objetivo.

Estrategia de comercialización: Detectar la mercadotecnia adecuada al nivel del producto, precio, promoción y distribución.

Análisis SWOT o FODA:

- ✚ Análisis interno (fortalezas y debilidades)
- ✚ Análisis externo (oportunidades y amenazas)

Plan de producción: Señalar como será el flujo de la producción, según sea el volumen de fabricación estimado dentro de un tiempo determinado, según los requerimientos del mercado.

Personal: Reconocer los recursos humanos y materiales con los que cuenta la empresa. Es necesario indicar como se coordina el personal y como se ejerce el control y la dirección.

Medir los costos de inventarios a través del costo de producción del artículo y el costo de almacenaje.

1.11.6. Riesgos Críticos

Identificar los problemas potenciales que se pudieran tener en el mercado internacional. En esta sección se deberán cubrir las siguientes áreas:

Riesgos internos: Analizar los factores que puedan tener un impacto negativo en el negocio.

Riesgos externos: Regulaciones o desregulaciones gubernamentales, retrasos en la documentación de exportación.

1.11.7. Proyecciones financieras

Consisten en organizar la información en cifras que permitan ver la viabilidad y el rendimiento financiero y económico de la exportación. Es decir, ver si es un buen negocio, cuánto capital se necesita para llevarla a cabo, antes de que empiece a cubrir los costos y a dar utilidades, y el período para recuperar la inversión y como se financiará el proyecto.

Esta sección debe incluir lo siguiente:

- ✚ Datos financieros históricos
- ✚ Desglose mensual de los estados financieros del primer año de operación
- ✚ Proyección anual de los primeros 5 años de operación
- ✚ Análisis de punto de equilibrio
- ✚ Razones financieras
- ✚ Estructura de capital

Normatividad y Aspectos Jurídicos

Es vital que se conozcan las normas, regulaciones, leyes, trámites, certificaciones, aranceles, permisos, contratos, acuerdos comerciales, seguros y fianzas, que están involucrados con la exportación.

Cumplir con las obligaciones que se contraen, como son: tener RFC, realizar declaraciones trimestrales o anuales, respecto a los ingresos y egresos que registre, el pago de impuestos que le correspondan, llevar el registro de los estados

financieros y cumplir con las regulaciones laborales, además de cumplir con las disposiciones de salubridad que garanticen la higiene en lugares y manejo de productos.

Obtener el derecho a certificaciones de calidad ISO-9000, que consisten en aprobar procesos administrativos y operativos que se realizan con los estándares internacionalmente reconocidos.

CAPÍTULO II – USO DE LOS NEUMATICOS USADOS EXPORTADOS HACIA ALEMANIA

2.1. Origen del neumático

"Químicamente el caucho es un polímero, compuesto de macromoléculas formadas por la unión de varias moléculas, más pequeñas y sencillas. Sirve también de base para la fabricación de plásticos por parte de la industria química".

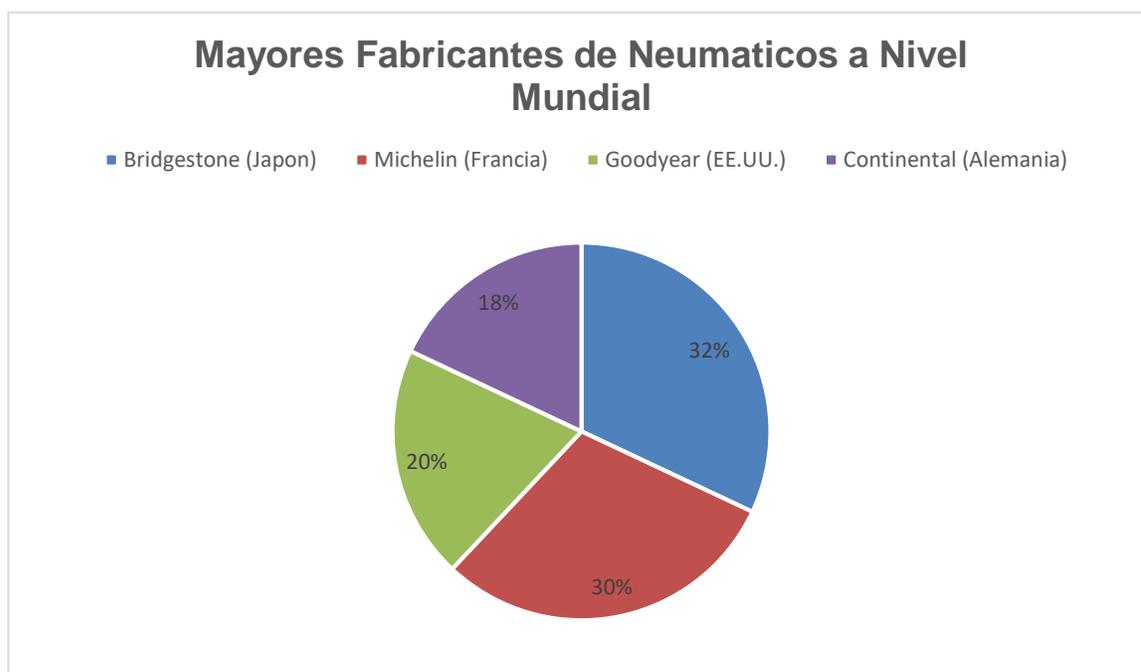
El caucho es, entonces, un producto natural elaborado a partir del látex, resina blanca lechosa que se obtiene de la corteza del árbol de caucho. Si bien es originario de Brasil, las semillas fueron llevadas a Inglaterra en 1876 y de allí exportadas a otras zonas bajo dominio británico, determinando que hoy las principales plantaciones -un 90% del mercado mundial- se encuentren en el sudeste asiático, principalmente en Malasia. Las utilidades de esta materia prima eran pocas, en principio.

Fue el comerciante de ferretería Charles Good-year (1800-1860) quien descubrió que, mezclándolo con azufre y calentándolo, se evitaba que fuese tan pegajoso cuando estaba caliente y tan rígido cuando enfriaba. A partir de este proceso llamado vulcanización, comenzaron a fabricarse diversos productos: aislamiento de cables eléctricos, mangueras, cintas transportadoras y, principalmente, cubiertas para transporte de automóviles, camiones, aviones, etcétera. Michelin en Francia, Dunlop en Inglaterra y Goo-drich en Estados Unidos, fabricaron las primeras cubiertas para automóviles.

Los fabricantes de neumáticos han mostrado poco interés en la recuperación, porque la goma que se puede obtener de las cubiertas gastadas es poca y de calidad inferior. Además, a la industria le resulta más barato recurrir a la materia prima virgen que a la reciclada.

A esto se le agregan los problemas originados por la quema, generadora de humos que contaminan el aire y de un material aceitoso que contamina el agua y los suelos; el peligro de incendio en caso de almacenarlos; el gran volumen y la difícil manipulación que originan en los vertederos, donde se ha constatado que muchas veces suben a la superficie luego de enterrados; y la facilidad de acumular agua (si no son perforados), agua que, estancada, favorece la proliferación de insectos transmisores de enfermedades.

Grafico 1. Mayores Fabricantes de Neumáticos a Nivel Mundial



Fuente: Elaboración propia

2.1.1. El caucho

En la investigación sobre caucho publicada en la revista Anales del Instituto de Ingenieros de Chile, el Ing. Carlos Troncoso, páginas del 187 al 208, indica que la primera noticia sobre la goma se encuentra en la Crónica de Conquista de México. Data del 1520 cuando el emperador Moctezuma dio una fiesta en honor a los españoles y los hizo presenciar un partido de pelota entre indígenas. El rebote de la pelota llamó la atención y averiguaron que se hacía del jugo extraído de un árbol.

Años después un viajero contó que en Brasil un árbol producía goma y se denomina heve o jeve. De ahí su nombre actual Hevea Brasiliensis. En 1770 Priestley descubrió que con un trozo de caucho se podía borrar escrituras a lápiz y de ahí que también se le diga India Rubber, otro nombre con que se le designa en los países de habla inglesa. Tiene otras denominaciones, según diferentes regiones y sus costumbres.

Tiempo después se denominó látex, cuando se descubrió que con amoníaco se podía estabilizar y exportar. Para 1876 una expedición inglesa reunió semillas de este árbol y los llevaron a Inglaterra. En Londres procedieron con gran cuidado a germinarlas para luego trasplantarlas en las tierras de Ceylán y Malasia con mucho éxito.

Las principales propiedades físicas del caucho son el color pardo rojizo, que puede variar a más claro y a casi negro, olor resinoso y algunos casi fétidos, en el frío pierden la elasticidad, se funden a 180 grados Celsius. Las propiedades químicas

son entre otras, que es soluble en venzo, éter y trementina. Revientan con presión osmótica y es resistente a los ácidos excepto al nítrico y al sulfúrico.

En cuanto a la fabricación de caucho sintético, en unos se usa hidrocarburos y en otros hidratos de carbono. Algunas maneras de obtenerlo son a través de la destilación fraccionada del petróleo, por tratamientos especiales del butano, fermentación de hidratos de carbono, entre otros.

Existe además el caucho regenerado, que es obtenido por el tratamiento de los residuos de los excedentes, recolección de objetos fuera de uso y pueden clasificarse en dos, los que contienen algún tipo de tela como son las bolsas de agua, calzado, artículos mecánicos, y los que no tienen tela, como son las cámaras de aire, llantas, entre otros.

2.1.2. El caucho en la República Dominicana

En la República Dominicana hay zonas cuya pluviometría es apta para el cultivo del caucho, a decir: Miches, Sabana de la Mar, Piedra Blanca de Bonao, Hato Mayor, Samaná, Cotuí, San Francisco de Macorís, entre otros. Desde el 1940 se realizan ensayos de cultivo, que han dado buen resultado para la explotación de este árbol a nivel industrial. (Juan Castellanos. 24 de noviembre 2007. Hoy digital). Como muestra de este experimento, existe todavía lo que fue la factoría de este producto en Sánchez.

En el mismo trabajo publicado por Juan Castellanos, se indica que, en los tiempos de la factoría, los técnicos de la entonces Secretaría de Estado de Agricultura, SEA, hoy Ministerio de Agricultura, facilitaban las plantas y la asesoría para el cultivo.

Asimismo, aseguraban que en 100 tareas sembradas se podían producir unos 2 quintales de caucho diario, que preparados en bandas tenían un valor de RD\$2000,00 para un ingreso de RD\$4,000.00 por día. Recordando que como ese dato es del 2007, al 2019 debería tener un coste más alto.

El caucho elaborado en bandas es un producto de gran demanda en el país para la fabricación de botas de goma, chancletas, suela de zapatos, cemento para pegar, recauchado de gomas y otros productos de utilidad.

La zona montañosa que rodea el valle de Bonao se puede reforestar con caucho hasta la altitud de 700 metros sobre el nivel del mar, ya que cuando es sembrado por encima de los 600 metros el primer sangrado se retarda, aunque puede estabilizarse luego la primera producción, pero lo ideal es 700 metros de altura. En este sentido, la Falconbridge ha desarrollado buenos proyectos en las comunidades cercanas a la empresa minera, para dejar a los habitantes de esta provincia y a su descendencia, toda la zona montañosa completamente reforestada.

Además de reforestar, la madera del cucho se utiliza para la fabricación de muebles de una calidad aceptable, pues algunos países de oriente como Indonesia, Vietnam y Malasia, entre otros, los fabrican con buen resultado. En este sentido, además de ser una nueva forma de reciclaje, estaría aportando una nueva forma de industria a la zona. Esto se debe a que cuando la plantación alcanza la edad entre los 25-35 años, conviene eliminarla para iniciar con la nueva cosecha.

2.2. Búsqueda de soluciones útiles

Los índices de reciclaje están aumentando, pero no lo suficiente para evitar que las cubiertas aparezcan abandonadas o depositadas en los vertederos.

Hace tiempo, el mercado de los neumáticos en países industrializados, aceptó y difundió la práctica del recauchutado, que se ha ido perdiendo desde que los fabricantes elaboran neumáticos de larga duración, no recauchutables. Sin embargo, sigue siendo la mejor solución respecto del medio ambiente, se ahorra materia prima (petróleo, acero y fibras sintéticas), y se reduce el número de neumáticos que acaban en el vertedero.

2.3. Datos Estadísticos a nivel mundial

Tabla 4. Estimaciones disponibles del volumen de NFU generados en varios países.

	Millones de NFU generados por año (excluyendo exportaciones y retratamientos)	De aquellos neumáticos que no se retratan o exportan, se destinan a:			Año	Fuentes
		Recupero de energía (%)	Usos de ingeniería civil o recupero de material (%)	Rellenos sanitarios, pilas de neumáticos, u otros (%)		
EEUU	292	53	33	14	2005	Estimaciones basadas en data proveniente de Rubber Manufacturers Association (RMA)
Europa	250	41	43	16	2006	Estimaciones basadas en data proveniente de European Tyre & Rubber Manufacturers' Association (ETRMA) Europe (EU 27 plus Norway and Switzerland)
China	112	n/a	n/a	n/a		Various newspaper articles including Recycling Today and Hong Kong Trade Development Council
Japon	80	70	15	15	2006	Estimaciones basadas en data proveniente de Japan Automobile Tyre Manufacturers Association Inc. (JATMA)
Mejico	30	0	90	10	2004	"Mexico pays cement industry to burn scrap tires" www.ecoamericas.com/en/story.asp?id=569
Brasil	27	69	13	18		Associação Nacional de Indústria de Pneumáticos (ANIP), Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE)
Korea del Sur	23	77	16	7	2003	Korea Tyre Manufacturers Association (KOTMA)
Canada	22	20	75	5	2003	Pehlken A. and E. Essadiqi, Scrap Tyre Recycling in Canada, 2005.
Australia	20	22	8	70	2006	URS, Market Failure in End-of-life Tyre Disposal, report for the Department of Environment and Heritage, September 2006 (see also www.environment.gov.au/settlements/waste/tyres/index.html).
Malasia	14	n/a	n/a	n/a		What to do with old tires? Um .j.
Sud Africa	12	n/a	n/a	n/a	2003	"Fixing a Tyred Environment", Die Burger, 6 April 2003
Iran	10	n/a	n/a	n/a	2006	Iran daily newspaper online (/www.iran-daily.com/1385/2386/html/focus.htm)
Israel	7	n/a	n/a	n/a	2003	Ministry of the Environment, Israel "Waste Tyres - A Case Study", Environmental e-bulletin September 2003, Issue 2 (see also www.sviva.gov.il)
Nueva Zelanda	4	0	15	85		Estimaciones basadas en data proveniente de "Product Stewardship Case Study for End-of-Life-Tyres" by URS for the Ministry of the Environment (NZ) 2006
Argentina	12	n/a	n/a	n/a	2007	Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI)

2.3.1. Posibilidades tecnológicas de reutilización y valorización de NFU

Conociendo las posibilidades de reutilización y valorización de NFU, puede afirmarse lo siguiente:

- Las posibilidades de prevención en la generación de NFU, aunque limitadas, existen tanto para el fabricante (alargando la vida media de los neumáticos), como para los usuarios (mejorando la calidad de la conducción y el mantenimiento del neumático, en particular controlando su presión).
- El recauchutado y el recanalado (sólo en neumáticos de camión) es una posibilidad técnica, aunque requiere la cuidadosa separación de los NFU en función de su grado de deterioro. La media de neumáticos recauchutados podría estar alrededor del 17 %, según la ETRA (European Tyre Recycling Association). En España se recauchuta un porcentaje muy alto de los NFU de camión; por término medio un mismo neumático es recauchutado unas dos veces, lo que hace que pueda tener unos tres ciclos de vida. Se estima que en España se recauchuta un 14 %, aproximadamente. El volumen total recauchutado es superior, debido a las importaciones; el año 1998 se recauchutaron en España 9.200 toneladas de NFU en las tres empresas del sector existentes, de las cuales unas 6.300 toneladas eran de procedencia nacional. En la actualidad se están poniendo en marcha los Reglamentos de Homologación de Recauchutado (R 108 para neumáticos de turismos y R 109 ++ para los de camión). En el caso de los vehículos industriales es posible el reesculturado del neumático.

Las posibilidades de reciclaje y el aprovechamiento de los componentes materiales para usos distintos de la valorización energética, han experimentado un importante aumento. Aunque no hay disponibles datos recientes, en este punto la situación no ha variado mucho; en la tabla 2.4 figuran los datos disponibles a nivel español y europeo, de los que se deduce que existen posibilidades de aumentar el reciclaje de los NFU.

2.4. Sistemas de tratamiento para los NFU

- Termólisis: somete a los materiales de residuos de neumáticos a un calentamiento en un medio sin oxígeno y se recuperan los compuestos originales del neumático (metales, carbones e hidrocarburos gaseosos, que pueden volver a las cadenas industriales)
- Pirólisis: en fase de investigación, presenta problemas técnicos de separación de la cantidad de compuestos carbonados producidos. Costoso.
- Incineración: combustión de los materiales orgánicos del neumático a altas temperaturas. Costoso, difícil de controlar y contaminante. Genera calor que puede ser usado como energía (proceso exotérmico).
- Trituración criogénica: Necesita instalaciones complejas, lo cual disminuye la rentabilidad económica. El mantenimiento de la maquinaria y del proceso es difícil. La baja calidad de los productos obtenidos y la dificultad material y económica para purificar y separar el caucho y el metal entre sí y de los materiales textiles que forman el neumático, ubica a este sistema como poco recomendable.

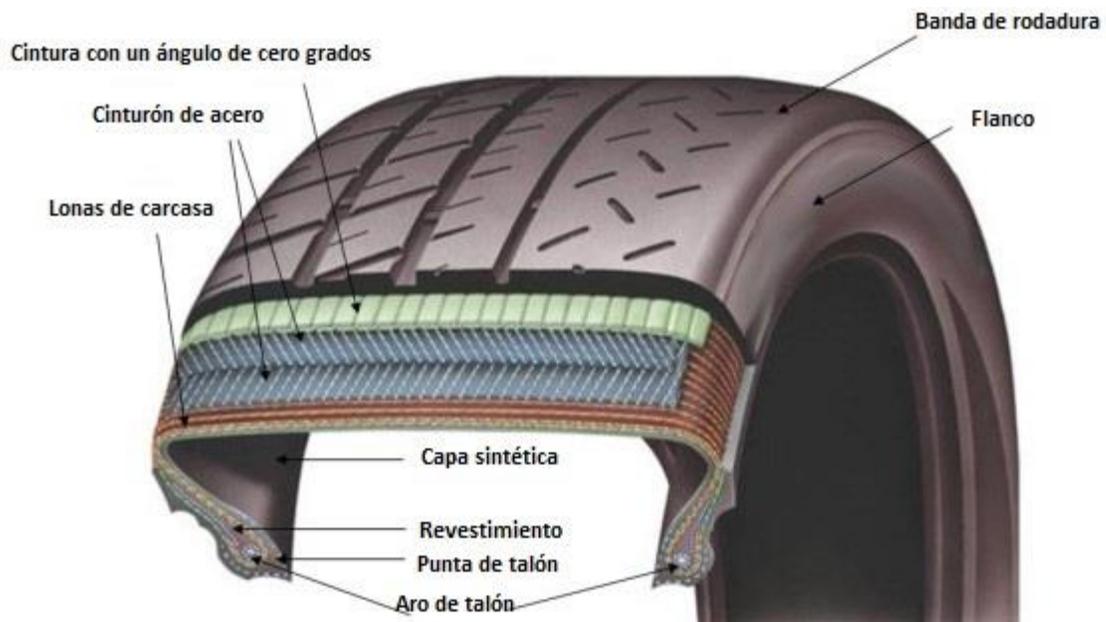
- Trituración mecánica: método de menor costo. Se logra mediante el corte y el desgarrado de los neumáticos, en trituradoras con cuchillas rotativas de varios tamaños. El proceso es puramente mecánico y los productos resultantes son de alta calidad, limpios de todo tipo de impurezas. Es, generalmente, el paso previo en los métodos de recuperación y rentabilización de residuos de neumáticos.

2.5. Uso de neumáticos para convertirlos en energía eléctrica

Una vez preparados, en la planta de reciclaje o en otras instalaciones distribuidoras, los residuos se introducen en una caldera donde se realiza su combustión. El calor liberado provoca que el agua existente en la caldera se convierta en vapor de alta temperatura y alta presión que se conduce hasta una turbina. Al expandirse mueve la turbina y el generador acoplado a ella producirá la electricidad, que tendrá que ser transformada posteriormente para su uso directo.

2.6. Caracterización del mercado de los neumáticos y sus residuos

Un neumático es una pieza toroidal de caucho que se coloca en las ruedas de diversos vehículos y máquinas, cuya función principal es permitir un contacto adecuado por adherencia y fricción con el suelo o pavimento, posibilitando el arranque, el frenado y la guía. Los neumáticos generalmente tienen hilos de acero que los refuerzan, dependiendo de la orientación de estos hilos, se clasifican en diagonales o radiales, siendo éstos últimos el estándar para casi todos los automóviles actuales.



Fuente: <https://www.oponeo.es/articulo/estructura-de-los-neumaticos-la-funcion-de-cada-uno>

En forma general, las componentes de un neumático son las siguientes:

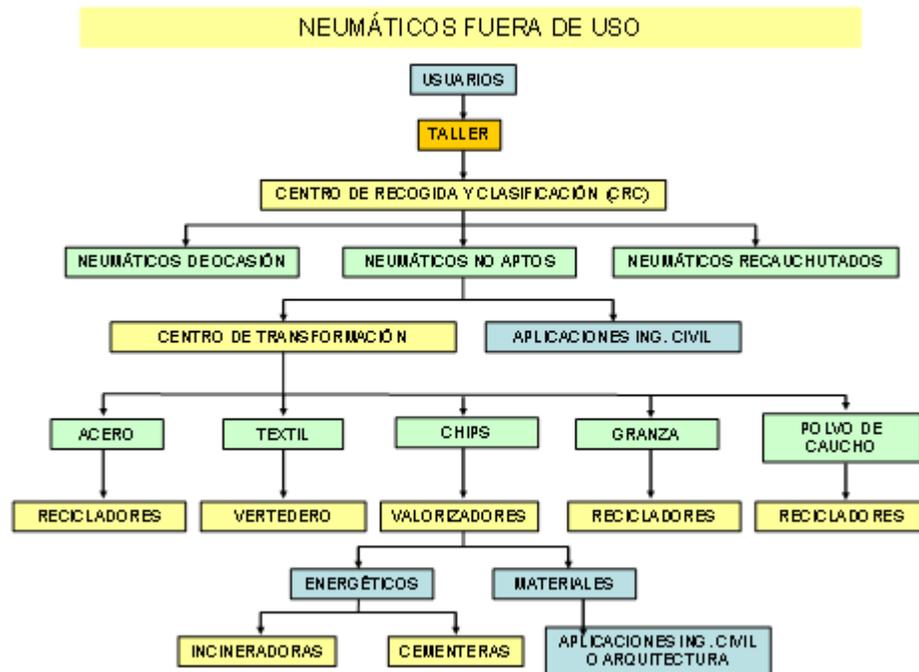
Tabla 5. Componentes de un Neumático (% en peso)

Componente	Tipo de vehículo	
	Automóviles y camionetas	Camiones y Microbuses
Caucho natural	14%	27%
Caucho sintético	27%	14%
Negro de humo	28%	28%
Acero	14%-15%	14%-15%
Fibra textil, suavizantes, óxidos, antioxidantes, etc.	16%-17%	16%-17%
Peso promedio	8,6 kg	45,4 kg
Volumen promedio	0,06 m3	0,36 m3

Fuente: "Materiales y Compuestos para la industria del neumático"

2.6.1. Ciclo de la vida de los neumáticos

El Ciclo de Vida de un neumático y posteriormente sus residuos, se puede representar de la siguiente forma.



Fuente: <https://www.miteco.gob.es/es/calidad-y-evaluacion-ambiental/temas/prevencion-y-gestion-residuos/flujos/neumaticos/Como-se-tratan.aspx>

El proceso se inicia con la fabricación de un neumático nuevo para lo cual se requiere de las materias primas e insumos necesarios. Luego de su fabricación o importación, el neumático se coloca en el mercado mediante los distribuidores mayoristas que venden directo a los grandes usuarios y el comercio minorista que vende a pequeñas empresas y personas naturales que requieren neumáticos para sus vehículos particulares.

Una vez que el neumático alcanza el fin de su vida útil, las empresas del transporte de buses y camiones, si tienen el recauchaje entre su política, pueden aplicar este tratamiento a sus neumáticos para extender la vida útil del mismo, en cuyo caso el neumático se repara y/o recaucha y vuelve a ser utilizado sin transformarse en un NFU, hasta que técnicamente ya no sea posible aplicar este procedimiento. En el caso de los consumidores particulares, cuyos neumáticos no son recauchables, los mismos se transforman en NFU al final de su vida útil (aproximadamente a los 100.000 km⁸), pudiendo ser retirados normalmente en un taller mecánico el cual se encarga de su eliminación, o bien, quedan en poder del generador, sin un destino claro.

Actualmente las alternativas de valorización son muy escasas en Chile y la disponibilidad de NFU supera ampliamente la demanda de las empresas que procesan el caucho para la obtención de gránulo que permite fabricar productos post formados, o quienes lo valorizan energéticamente al utilizarlo como combustible alternativo en hornos de alta temperatura (cementeras). Se debe recordar, además, que los neumáticos usados no son recibidos en rellenos sanitarios, salvo excepciones, no existiendo alternativas legales de disposición final.

Mientras no exista demanda explícita para los subproductos del caucho reciclado o no se compensen las inversiones que es necesario realizar para reemplazar los combustibles tradicionales por NFU enteros o en gránulos, el mercado no se desarrollará a una velocidad suficiente que permita valorizar la gran cantidad de residuos de neumáticos que se generan anualmente.

2.7. Uso de los neumáticos usados en Alemania

La masiva fabricación de neumáticos y las dificultades para hacerlos desaparecer una vez usados, constituye uno de los más graves problemas medioambientales de los últimos años en todo el mundo. Un neumático necesita grandes cantidades de energía para ser fabricado (medio barril de petróleo crudo para fabricar un neumático de camión) y también provoca, si no es convenientemente reciclado, contaminación ambiental al formar parte, generalmente, de vertederos incontrolados. Existen métodos para conseguir un reciclado coherente de estos productos, pero faltan políticas que favorezcan la recogida y la implantación de industrias dedicadas a la tarea de recuperar o eliminar, de forma limpia, los componentes peligrosos de las gomas de los vehículos y maquinarias.

Un gran % se deposita en vertederos controlados sin tratar, otro % se deposita después de ser triturado, y, el resto no está controlado.

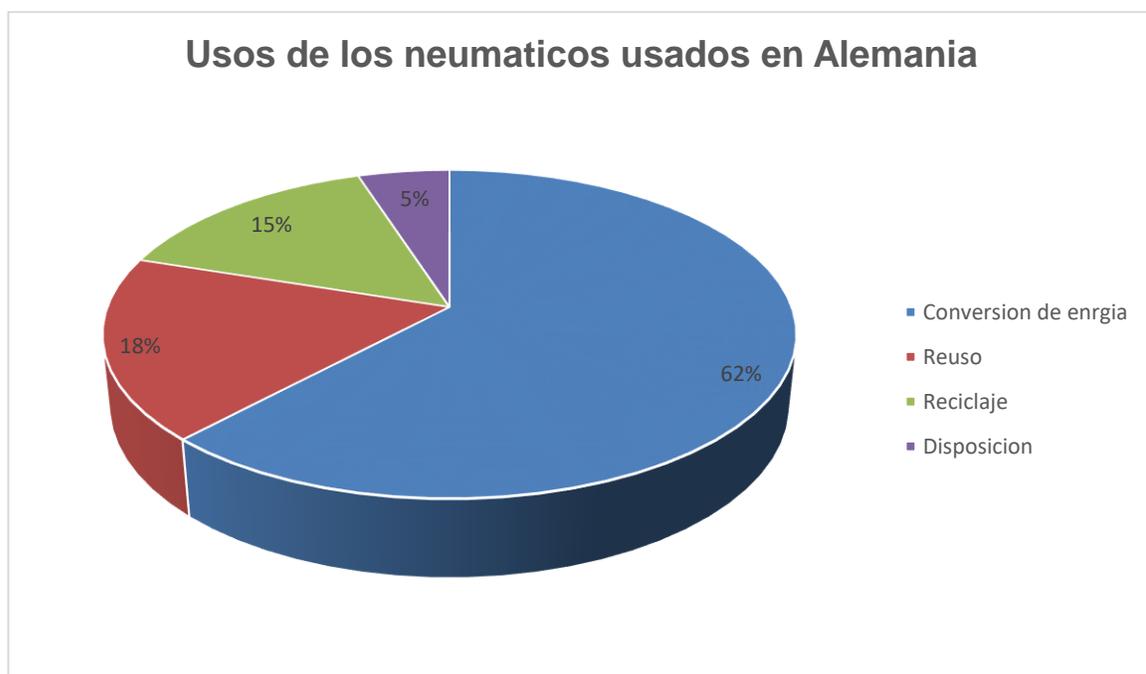
Para eliminar estos residuos se usa con frecuencia la quema directa que provoca graves problemas medioambientales ya que produce emisiones de gases que contienen partículas nocivas para el entorno, aunque no es menos problemático el almacenamiento, ya que provocan problemas de estabilidad por la degradación química parcial que éstos sufren y producen problemas de seguridad en el vertedero.

Las montañas de neumáticos forman arrecifes donde la proliferación de roedores, insectos y otros animales dañinos constituye un problema añadido. La reproducción

de ciertos mosquitos, que transmiten por picadura fiebres y encefalitis, llega a ser 4.000 veces mayor en el agua estancada de un neumático que en la naturaleza.

En la actualidad se pueden utilizar diversos métodos para la recuperación de neumáticos y la destrucción de sus componentes peligrosos. Las operaciones de reutilización, recauchutado y reciclado de neumáticos usados representan una importante oportunidad para la creación de industria y tecnología, así como un importante yacimiento de nuevos empleos.

Grafico 2. Usos de los neumáticos usados en Alemania.



Fuente: Elaboración propia según los datos analizados

2.7.1. Transformación de neumáticos usados en petróleo

El reciclaje de neumáticos usados en petróleo de calidad mediante pirólisis es el desafío que se ha marcado una empresa franco-alemana pese a la desconfianza de los industriales.

Después de tres años de obras y de diez millones de euros de inversión Pyrum Innovations, situada en el oeste de Alemania, pone a punto su primera unidad industrial, un silo de metal de 25 metros de alto.

Se trata de calentar el granulado de los neumáticos viejos a casi 700°C en un reactor vertical con aires de nave Soyuz, todo ello en un medio inertizante para evitar la combustión.

"El petróleo se forma en la parte de condensación de las moléculas", explica Pascal Klein, de 28 años, uno de los dos fundadores de Pyrum. Después del refinado, el petróleo obtenido puede transformarse en un 60% en un equivalente al diésel, en un 30% en un equivalente a la gasolina y en un 10% en disolventes.

Con su unidad de producción concebida para transformar 5.000 toneladas de neumáticos por año, Pyrum afirma poder generar 50% de petróleo, 38% de coque y 12% de gas, que sirve para alimentar el inmenso grupo electrógeno del lugar y por lo tanto le otorga autosuficiencia energética.

Estos neumáticos acaban como combustible alternativo en las fábricas de cemento o en las centrales térmicas, y en menor medida, siendo utilizados para la construcción de carreteras, mobiliario urbano o pantallas antiruido.

Desde hace más de 20 años, compañías del mundo entero desarrollan procedimientos de pirólisis para reciclar, entre otros, los neumáticos.

Según la Agencia para el medio Ambiente y el Control de la Energía –Ademe– el volumen de neumáticos usados generados en el mundo asciende a 17 millones de toneladas al año. Un producto de desecho utilizado en muchos casos como aglomerante para el asfaltado de carreteras o como combustible alternativo en los hornos de las fábricas de cemento o en las centrales térmicas. Sin embargo, una empresa franco-alemana ha encontrado en la pirólisis un método efectivo para obtener petróleo de calidad a partir del reciclaje de neumáticos usados.

Alemania tiene gran experiencia histórica en la obtención de petróleo a través de la industria y mediante procedimientos no tradicionales. Durante la Segunda Guerra Mundial sus científicos desarrollaron procedimientos para extraer el vital combustible del carbón, lo que permitió estirar la capacidad defensiva del país pese a la pérdida progresiva de sus fuentes de crudo.

CAPITULO III- ANALISIS DEL COMERCIO EXTERIOR DOMINICANO

3.1. Origen de las exportaciones en la República Dominicana

La República Dominicana es la 88º mayor economía de exportación en el mundo y la economía más compleja 74º de acuerdo con el Índice de Complejidad Económica (ECI). En 2017, la República Dominicana exportó \$ 8,73 Miles de millones e importó \$ 16,7 Miles de millones, dando como resultado un saldo comercial negativo de \$ 7,99 Miles de millones. En 2017 el PIB de República Dominicana fue de \$ 75,9 Miles de millones y su PIB per cápita fue de \$ 16 Miles.

Las principales exportaciones de República Dominicana son Oro (\$1,5 Miles de millones), Tabaco laminado (\$758 Millones), Equipos de protección de baja tensión (\$510 Millones), Tejer camisetas (\$472 Millones) y Instrumentos Médicos (\$434 Millones), de acuerdo a la clasificación del Sistema Harmonizado (HS). Sus principales importaciones son Refinado de Petróleo (\$1,67 Miles de millones), Coches (\$815 Millones), Gas de petróleo (\$786 Millones), Petróleo Crudo (\$381 Millones) y Equipos de Radiodifusión (\$337 Millones).

Los principales destinos de las exportaciones de República Dominicana son los Estados Unidos (\$3,64 Miles de millones), Canadá (\$863 Millones), Haití (\$830 Millones), la India (\$594 Millones) y Alemania (\$197 Millones). Los principales orígenes de sus importaciones son los Estados Unidos (\$7,02 Miles de millones), China (\$2,26 Miles de millones), México (\$806 Millones), Brasil (\$616 Millones) y España (\$561 Millones).

La República Dominicana limita con Haití por tierra y con Aruba, Curaçao, las Turcas y Caicos, Colombia y Venezuela por mar.

Grafico 3. Exportaciones Dominicanas según régimen.



Fuente: Elaboración propia según datos obtenidos de la dirección general de aduanas.

3.2. Financiamiento del comercio en la República Dominicana

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) y la Asociación de Bancos para la Financiación y el Comercio (BAFT) (2009) el 80% de la financiación al comercio es financiación estructurada (cartas de crédito e instrumentos similares, en los que se usa la mercancía como garantía) o una cuenta de liquidez otorgada contra deudas por cobrar. Aunque las transacciones comerciales internacionales conllevan riesgos

tales como riesgo de impago, riesgo de pérdida o de alteración de la mercancía durante el transporte y riesgo de tipo de cambio entre otros, se considera que la financiación al comercio es una actividad financiera segura porque está respaldada por sólidas garantías y operaciones de crédito documentadas. Como indicador de esto se tiene que según algunos analistas la tasa de morosidad media del crédito comercial de corto plazo suele estar en torno al 0.2%, siendo una gran parte de los créditos recuperados.

En la actualidad la única fuente confiable de estadísticas de financiamiento al comercio proviene de la base de datos de Berne Union, la cual provee datos de las cifras de crédito a la exportación, principalmente de las agencias aseguradoras de créditos. No obstante, lo anterior, su uso es limitado debido al número de operaciones llevadas a cabo por los bancos, la variabilidad de los instrumentos utilizados por los bancos y la dificultad para obtener información sensible de los bancos comerciales más importantes. Una fuente para obtener una información más acabada es la balanza de pagos, en particular la partida de créditos comerciales de corto plazo, del V Manual de Estadísticas de la Balanza de Pagos.

No obstante, resulta difícil la recolección de información debido a los altos costos tecnológicos que implica el proceso de compilación de la misma. Por otra parte, dado que los flujos de capitales de corto plazo -entre los cuales están los créditos comerciales, atraviesan varias veces en un año las fronteras, esto dificulta la precisión en la recogida de información.

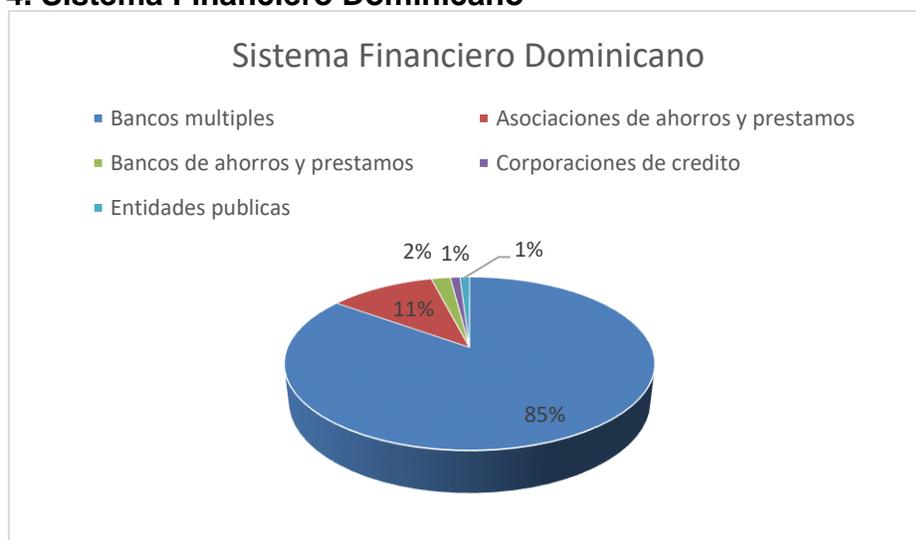
Según la Organización Mundial del Comercio (OMC) (2012) la investigación académica sobre el papel desempeñado por la financiación al comercio se multiplicó en el contexto de la crisis financiera del 2008-2009 y la posterior recesión económica cuando la caída del comercio mundial llegó a ser hasta 12 veces superior a la del PIB real. Para la citada institución la mayoría de los autores coinciden en que el descenso de la demanda fue la causante principal de la reducción de las corrientes comerciales.

De hecho, parece existir un consenso resultante del conjunto de trabajos que intentan entender las causas del colapso del comercio mundial respecto a que éste se explica esencialmente por el shock de demanda, aunque también se reconoce el papel del shock de oferta que representó la escasez de financiación global, la cual afectó particularmente a los bienes más comerciados internacionalmente.

En el mencionado trabajo de Amiti y Weinstein (2011) se establece una relación causal entre las exportaciones de las empresas, su capacidad para obtener crédito y la salud de sus bancos. Utilizando datos de empresas entre 1990 y 2010 los autores concluyen que el financiamiento del comercio es responsable alrededor del 20% de la disminución de las exportaciones del Japón durante la crisis financiera de 2008-2009. En este estudio se pone de relieve la vulnerabilidad de las empresas exportadoras frente a las empresas cuya producción no está orientada a la exportación, así como la menor vulnerabilidad de las empresas multinacionales ya que gran parte de su comercio es intraempresarial y por lo tanto presenta menos riesgos. Por otra parte, las multinacionales también optimizan el ciclo comprendido

entre la fase de producción y la de comercialización, lo cual disminuye su necesidad de capital de trabajo, minimizando el lapso existente entre la producción y el pago y por lo tanto reduciendo los problemas de financiación. Según Villarrúbia (2010) existen otros factores que han influido sobre el reciente desplome del comercio internacional además de las dificultades de la financiación al comercio y éstas son las restricciones comerciales originadas por el proteccionismo, la especialización vertical y la composición de comercio. Dichos aspectos resultan interesantes en los estudios explicativos de las caídas del volumen de comercio. Si bien no se abordan aquí estas relaciones, desde la contrastación empírica esbozaremos algunas ideas para el caso de la República Dominicana, ya que su estudio pudiera ser interesante para una futura investigación, especialmente los efectos de la composición de comercio (en particular los bienes de capital e intermedios) sobre los flujos de comercio.

Grafico 4. Sistema Financiero Dominicano



Fuente: Elaboración propia, datos obtenidos de la superintendencia de bancos.

3.3. Contexto Regional de la República Dominicana

El contexto regional latinoamericano no ha estado exento de las perturbaciones ocurridas durante la crisis financiera internacional 2008-2009 y la posterior etapa de recuperación que aún no se puede dar por concluida. Tanto los mercados financieros como la situación comercial de la región se vieron afectados, si bien con menor intensidad que los países núcleo de la crisis como fueron Estados Unidos en un inicio y después los países de la Unión Europea, algunos países al interior de ésta con mayor intensidad que otros.

Para la región latinoamericana en su conjunto las tasas de crecimiento -si se compara el año 2008 con el 2007- experimentaron una reducción de 1.3 puntos porcentuales, para pasar a tener una significativa reducción al año siguiente y perder 5.4 puntos porcentuales de crecimiento con respecto al año anterior. Si bien el año 2010 supuso la recuperación de los ritmos de crecimiento de la región, durante el año 2012 la misma ha vuelto a ralentizarse debido, entre otros factores al escaso dinamismo de la demanda y los problemas aún persistentes en las economías desarrolladas, principalmente la Zona Euro, lo que supuso nuevos incrementos de la volatilidad y la incertidumbre.

Las tasas de crecimiento -si se compara el año 2008 con el 2007- experimentaron una reducción de 3.2 puntos porcentuales, para pasar a tener una menor reducción al año siguiente y perder 1.8 puntos porcentuales de crecimiento con respecto al año anterior. Si bien el año 2010 supuso la recuperación de los ritmos de crecimiento del país, durante el año 2012 la misma ha vuelto a ralentizarse siguiendo la tendencia regional. Las recuperaciones de los volúmenes de las

exportaciones e importaciones durante los últimos años, no obstante ser indicativos de la recuperación de la actividad económica y sus flujos comerciales, la economía dominicana continúa mostrando unos saldos de cuenta corriente a PIB que continúan representando un pesado lastre.

En cuanto a la situación financiera del país, la estabilidad macroeconómica ha contribuido fuertemente en la recuperación de algunos indicadores afectados por la crisis financiera 2008/2009. Así, por ejemplo, los diferenciales de tasas de interés EMBI de RD se han estabilizado, y muestran los niveles Fuente: Bloomberg, JP Morgan Chase.

Similares a los de los años inmediatamente anteriores a la crisis. La tasa de cambio RD\$/US\$ se ha estado depreciando en los últimos años, siguiendo una tendencia contraria a la tendencia regional, pese a lo cual los niveles de cuenta corriente a PIB continúan siendo muy elevados. Asimismo, los términos de intercambio se han deteriorado en el período analizado, debido principalmente a la fuerte dependencia de la importación de combustibles. Las condiciones de la financiación externa al comercio, por lo tanto, continúan siendo difíciles.

3.4. Evolución de las exportaciones en la República Dominicana

Las exportaciones de la República Dominicana presentan una variación considerable en los últimos años, siendo el 2010 la cifra más baja de esta muestra y a partir de entonces las cifras fueron en aumento, siendo los valores del 2014 los más elevados presentando un aumento considerable de un 19.3%, mientras que para el 2015 se presentó una disminución de los montos de un 15.5%.

En 2017 las exportaciones en República Dominicana crecieron un 0,78% respecto al año anterior. Las ventas al exterior representan el 13,3% de su PIB, un bajo porcentaje comparado con el de otros países, que le sitúa en el puesto 138 de 190 países del ranking de exportaciones respecto al PIB.

Con una cifra de 8.958,8 millones de euros República Dominicana ocupa el puesto número 87 en el ranking de países según el importe de sus exportaciones. Este año hubo déficit en su Balanza comercial ya que, a pesar de que cayeran las importaciones, fueron mayores que las exportaciones. La tasa de cobertura (porcentaje de lo que se importa que puede pagarse con lo que se exporta) fue del 57,18%.

La evolución de las exportaciones en República Dominicana en los últimos años se observa que se han incrementado respecto a 2016, como ya hemos visto, al igual que ocurre respecto a 2007 cuando fueron de 5.224,5 millones de euros, que suponía un 15,82% de su PIB.

3.5. La balanza comercial de la Republica Dominicana

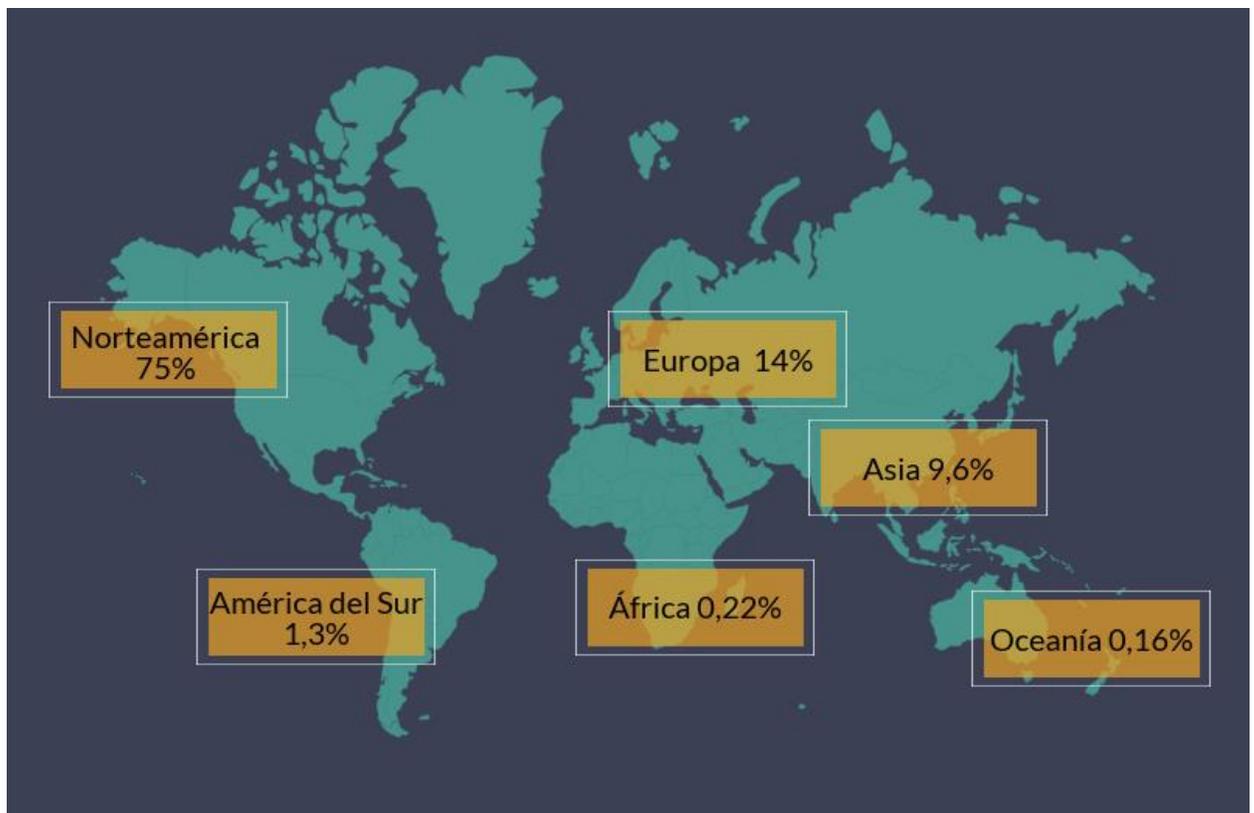
La balanza comercial como bien es conocido, es el reflejo del manejo del comercio exterior en un país. En la República Dominicana la balanza comercial tal y como se muestra en el gráfico anterior se ha mantenido negativa en los últimos períodos, a pesar de esto el déficit presenta variaciones en algunos años, y estas responden a las mismas situaciones que ha atravesado el país y que impactaron de forma tanto positiva como negativa.

3.6. Exportaciones desde República Dominicana a Alemania

La República Dominicana es una de las economías más vibrantes de América Latina y el Caribe, con una tasa media de crecimiento del PIB del 5,4% entre 1992 y 2014, y que llegó a estar en torno al 7,2% en los años 2014 y 2015.

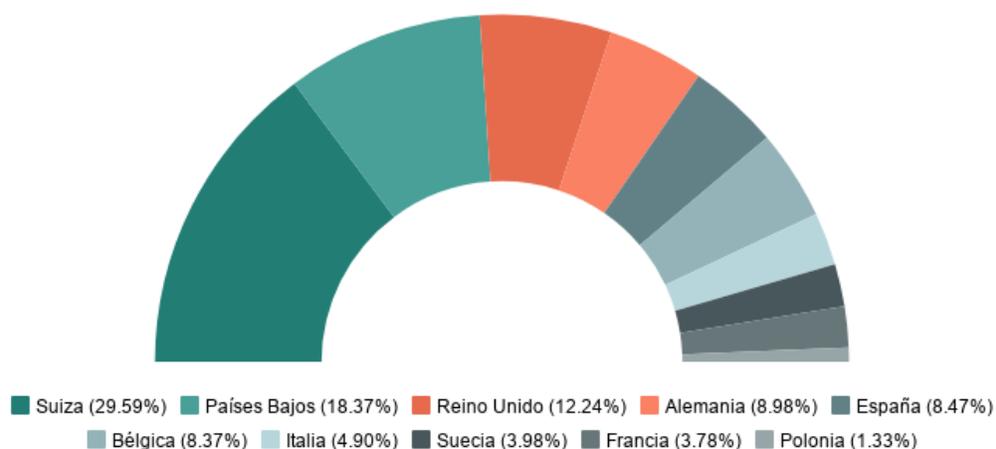
A pesar de la desaceleración del crecimiento anual en 2017, que dejó el ritmo de crecimiento dominicano en un 4,5%, y del ligero clima agitado impuesto por la inflación, la economía dominicana se mantiene estable y optimista.

Principales destinos de exportación dominicana.



Alemania es considerado uno de los principales socios comerciales de la República Dominicana en Europa, que en su conjunto supone el segundo gran mercado de la exportación dominicana, después de Norteamérica.

Grafico 5. Exportaciones a Europa: Principales Socios Comerciales



Los productos tradicionales como cigarrillos, granos de cacao, plátanos y licores tienen una presencia importante en las exportaciones a países europeos, pero la variedad de productos de exportación a mercados europeos se ha multiplicado en los últimos años. Se ha pasado de un modelo concentrado en el que 5 productos principales representaban un 80% del total de las exportaciones, a uno diversificado en el que no existe tanta dependencia de unos pocos productos.

Los instrumentos médicos, las ferroaleaciones, el calzado o las manufacturas de plástico son algunos de los productos que en los últimos años han comenzado a coger mayor tracción entre las exportaciones dominicanas a Europa.

Las operaciones de financiamiento al comercio se encuentran hoy en día condicionadas por la proliferación de nuevas regulaciones, las cuales se han hecho más gravosas, reducen los márgenes de beneficios de las instituciones financieras y constriñen a los intermediarios bancarios, así como por la persistencia de los problemas de la deuda soberana, la liquidez del US\$ y el desapalancamiento, entre otros, los cuales alteran el modelo de financiamiento al comercio tradicional.

Se considera, por lo tanto, necesario incrementar la capacidad de financiamiento al comercio de los bancos comerciales ya que los programas de facilitación al comercio de los Bancos Multilaterales de Desarrollo proveen mucha liquidez, pero no son suficientes por sí mismos para eliminar el gap de financiación al comercio. El sistema financiero según los expertos financieros se mueve a dos velocidades y en general, la economía permanece más volátil e imprevisible que antes de la crisis financiera.

El entorno comercial en la actualidad está condicionado por el incremento de las barreras comerciales. Si bien desde la Declaración de Doha en noviembre de 2001 los países reafirmaron su compromiso de expandir mercados, abrirse a la inversión y refrenarse de adoptar medidas comerciales restrictivas, estas economías han incrementado sus prácticas restrictivas comerciales en 74% en 2012, por encima incluso del 60% en 2009.

Los países en desarrollo están utilizando más medidas comerciales desde la crisis, las cuales se añaden al número alarmante de políticas antidumping aplicadas entre los países del Sur. Por lo tanto, la acumulación de restricciones comerciales continúa. Las medidas adoptadas desde octubre de 2008 suponen en la actualidad cerca del 5% de las mercancías comercializadas en el G-20 y únicamente alrededor del 20% del número total de medidas comerciales restrictivas tomadas desde octubre de 2008 han sido eliminadas.

Muchos países adoptaron medidas no tarifarias en 2012, entre los que se destaca Argentina, Brasil, India, Rusia, Unión Europea e India. Si bien lo expuesto con anterioridad, según los reportes sobre el G-20 referido a las medidas comerciales y de inversión emitidos por el Director general de la OMC y los Secretarios generales de la OCDE y la UNCTAD (2013), el sistema de comercio multilateral continúa siendo la mejor defensa contra el proteccionismo y la mayor fuerza para el crecimiento económico, la recuperación y un desarrollo sostenibles. De hecho, en opinión de las autoridades de dichos organismos multilaterales, el sistema ha probado su utilidad contra las tendencias proteccionistas.

Pero, no todo son barreras comerciales ya que algunos estudios demuestran la existencia de otros factores involucrados en la disminución de los flujos comerciales que pueden resultar incluso más influyentes. De esta manera se tiene que según estimaciones realizadas por la ICC (2013), una mejor administración aduanera, acompañada de mejoras en el transporte e infraestructuras en las telecomunicaciones podrían aumentar el comercio en 14.5%, mientras que la eliminación de las tarifas supondría un crecimiento de 10.1%.

Y también, un estudio realizado a diez países por el Centro Internacional de Comercio (ITC, por sus siglas en inglés), revela que existe una relación inversa entre la disponibilidad de crédito y los efectos de los costos relacionados con las medidas no arancelarias sobre los exportadores. En efecto, la variación en la disponibilidad de crédito explica una tercera parte de la variación de cómo los exportadores son afectados en sus relaciones comerciales con terceros países.

Algunas tendencias de manera no exhaustiva para el mercado financiero del comercio, sostenidas por algunos analistas de dicho mercado, las cuales contribuyen a enmarcar la evolución futura del mismo:

- Aparición de activos de comercio, los cuales son de corto plazo, menos arriesgados y relativamente líquidos. Dado que estos activos son muy demandados se ha generado un exceso de liquidez en los mercados de corto plazo, presionando a la baja los precios.
- La recuperación continúa frágil, especialmente en los mercados emergentes, donde las condiciones crediticias continúan siendo tensas, el acceso a financiamiento permanece por debajo de los niveles anteriores a la crisis y los préstamos no ejecutados están creciendo.
- Cada vez más exportadores y bancos buscan protección para sus efectos y cuentas comerciales por cobrar a través de las aseguradoras de crédito. La demanda está impulsada por la volatilidad actual en los entornos globales

los cuales hacen necesario mitigar el riesgo a través de las aseguradoras de crédito.

La evolución de los seguros de los créditos comerciales de corto plazo, donde China y Brasil representan los países más importantes de los 10 principales países asegurados por los miembros de Berne Union, indican cambios también en el panorama del comercio a nivel global. Mientras Europa y Estados Unidos son todavía poderosos socios para el comercio mundial, nuevos patrones están emergiendo.

- Desde la crisis financiera, la financiación al comercio entre bancos ha estado creciendo. Este es el método preferido de los bancos que se está utilizando en Colombia, Rusia, Turquía y Filipinas, entre otros países. Estas formas de financiamiento han superado en un 30% desde el año 2010 a las formas de financiación al comercio a través de préstamos no bancarios.
- El financiamiento en la cadena financiera será la principal fuente de innovación en la financiación al comercio, entre las continuas y rápidas transformaciones en la división industrial del trabajo, el comercio entre empresas en la cadena de la oferta y empresas que están corriente arriba o corriente abajo.
- Existe una preocupación generalizada respecto a cómo afectarán en el entorno global del financiamiento el marco regulatorio, convirtiéndose en la

principal fuente de incertidumbre para el comercio y la financiación al comercio.

La agenda de exportación de los países en desarrollo persigue el incremento de las exportaciones como antídoto para el bajo crecimiento post crisis. Dadas las diversas regulaciones en cada país, se considera muy importante que exista una aproximación coordinada a los acuerdos de comercio, ya que el mundo está cada vez más interconectado y las nuevas generaciones de acuerdos de libre comercio han concluido.

- La problemática asociada al financiamiento exterior al comercio en el caso de RD en comparación con otros países, ha tenido una menor incidencia en términos relativos ya que como se ha explicado o bien es financiamiento obtenido en el propio sistema financiero del país o bien es financiamiento intraempresa (entre casa matriz y filial).
- Esta comprobación se convierte, por lo tanto, en una característica relevante del tipo de inserción externa del país en la economía internacional, donde el aparato productivo está fuertemente vinculado al sector externo a través de las manufacturas de las zonas francas y los flujos financieros procedentes del exterior -y muy vinculados a la inversión extranjera directa- los cuales han favorecido aquellos sectores y actividades vinculadas a ésta, entre los que destacan minería, comercio, electricidad, turismo entre otros sectores.
- Es oportuno, por lo tanto, plantearse si una mejoría en el acceso al financiamiento al comercio exterior del país pudiera representar ganancias

en términos de los flujos de comercio, dada la estructura productiva de transables actual.

Y por otra parte, pudiera pensarse en mejorar los mecanismos de acceso a financiamiento externo para el comercio a través de las propuestas existentes de naturaleza multilateral brevemente señaladas, en coordinación con el sector productor de bienes transables que pudiera beneficiarse de dicha facilidad de acceso a financiamiento. Esto sin duda alguna, generaría cambios en la inserción internacional del país y podría contribuir a diversificar la oferta exportable.

Para el caso del RD, así como de otros países en general se hace difícil extraer conclusiones de carácter prescriptivo, sino que las mismas más bien son de carácter indicativo debido a las dificultades de la disponibilidad de estadísticas de la financiación externa al comercio y las propias deficiencias de las estadísticas de flujos comerciales internacionales. Son pocos los países que han hecho esfuerzos en el sentido de mejorar las estadísticas de esta variable. Brasil es un ejemplo en este sentido al mejorar esta información. Dado lo anterior, las ideas extraídas en la presente investigación tienen más bien una naturaleza asociativa y tendencial.

CAPÍTULO IV - OPERACIONES LOGÍSTICAS DE EXPORTACIÓN EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

4.1. Barreras comerciales

Las barreras comerciales son mecanismos proteccionistas que utilizan los gobiernos de los distintos países para reducir el flujo de importación tanto de bienes como de servicios. Estas barreras pueden ser arancelarias o bien no arancelarias.

La globalización ha permitido que estemos cada vez más cerca y más conectados alrededor del mundo, y del mismo modo ha ocasionado que por la misma razón se deban colocar limitantes para proteger el bienestar económico de los países.

Estas barreras se dividen en dos grupos a saber: arancelarias y no arancelarias, las cuales se van a definir a continuación.

4.1.1. Barreras arancelarias

Un arancel es un impuesto que se debe pagar por concepto de importación o exportación de bienes. Pueden ser "ad valorem" (al valor), como un porcentaje del valor de los bienes, o "específicos" como una cantidad determinada por unidad de peso o volumen. Los aranceles se emplean para obtener un ingreso gubernamental o para proteger a la industria nacional de la competencia de las importaciones. Impuesto o tarifa que grava los productos transferidos de un país a otro. El incremento de estas tarifas sobre los productos a importar eleva su precio y los hacen menos competitivos dentro del mercado del país que importa, tendiendo con esto a restringir su comercialización.

- Arancel a la exportación.

- Arancel de tránsito, cuando se gravan los productos que entran en un país con destino a otro.

Los más importantes y frecuentes son los primeros. Constituyen las barreras más comúnmente utilizadas en el comercio internacional y persiguen como fines específicos:

- Disminuir las importaciones y mejorar la posición de la balanza comercial de los países.
- Generar ingresos a la caja del Estado.
- Proteger la producción nacional.
- Protección y fomento de una industria incipiente. (solamente en la medida de que dicha protección sea temporal).

Cuando un buque arriba a un puerto aduanero, un oficial de aduanas inspecciona el contenido de la carga y aplica un impuesto de acuerdo a la tasa estipulada para el tipo de producto. Debido a que los bienes no pueden ser nacionalizados (incorporados a la economía del territorio receptor) hasta que el impuesto no sea pagado, es uno de los impuestos más sencillos de recaudar, y el costo de recaudación es bajo. Aunque siempre los contrabandistas encuentran modos de evitar el pago de estos impuestos.

Fundamento económico

La instauración de aranceles responde a la idea de que el comercio internacional, bien de manera genérica o sólo en algunos casos, produce efectos negativos a la economía de un país. Desde el punto de vista económico, la importación de bienes

desplaza la producción del interior del país, con lo que pueden existir trabajadores que pierdan sus puestos de trabajo. Otro tipo de argumento es el déficit que puede provocar en la balanza de pagos debido a las importaciones.

Los pensadores clásicos (Adam Smith, David Ricardo, John Stuart Mill), estuvieron en contra de las restricciones al comercio internacional; ellos argumentaban que las barreras creaban distorsiones en el sistema económico y al final, forzaban al país importador a producir bienes de manera ineficiente, generando a su vez, un coste muy alto para la sociedad puesto que los factores productivos no serían utilizados en forma óptima.

4.1.1.1. Tipos de aranceles

- "Arancel de valor agregado" o ad valorem es el que se calcula sobre un porcentaje del valor del producto (CIF), ej: 10 céntimos por cada euro.
- "Arancel específico", se basa en otros criterios como puede ser el peso, por ejemplo 5€ por 10 kilos.
- "Arancel de renta" es una serie de tarifas designadas fundamentalmente para recaudar fondos por un gobierno. Por ejemplo, un arancel para importación de café (en un país que no produce café) recauda una cantidad estable para el gobierno.
- "Arancel mixto" Es el que está compuesto por un arancel ad valorem y un arancel específico que gravan simultáneamente la importación.
- "Arancel anti - dumping" Es un arancel que se aplica a la importación de productos que se sabe que reciben subvenciones de los países donde se

producen. Subvenciones que les permiten exportar por debajo del coste de producción.

Efectos del arancel

Los efectos fundamentales que provoca un arancel a la importación, en la economía de un país son los siguientes:

El efecto fiscal supone un incremento de la recaudación del Estado y en los productos con demandas inelásticas (demanda de productos indispensables), mayor será la recaudación fiscal, ejemplo de ello son los aranceles a la importación de la gasolina.

Disminución de las importaciones y del consumo de los productos.

Aumento del precio de los productos objeto de arancel en el mercado nacional, es por tanto negativo para el consumidor. Además de impulsar al país utilizar recursos ineficientemente sacrificando la producción y especialización en los bienes donde existen ventajas comparativas.

Aumento de la producción nacional de bienes con arancel, La imposición de un arancel tiene 2 caras por un lado, sirve de protección al permitirle a las empresas instaladas crecer exentas de la competencia del mercado internacional, y por otro lado, un exceso de protección puede producir que el protegido elabore un producto en condiciones de ineficiencia esto por cuanto, esta producción se obtiene al amparo del arancel y a costes por encima de los internacionales y desviando

recursos que se utilizarían para producir otros bienes con mayores ventajas competitivas.

Cabe destacar que las barreras tienen efectos tanto negativos como positivos y solo depende de las industrias nacionales sacar el mejor provecho de las herramientas que su gobierno brinda, debido a que se corre el riesgo que, al competir por precios con los productos extranjeros, se descuide el rubro de la calidad, exponiéndose a que los consumidores prefieran pagar un poco más por un mejor producto.

Cuando se habla de las empresas que operan en las zonas francas, se destaca que estas se benefician de incentivos aduanales y fiscales.

Las Zonas Francas tienen como beneficio la exención total de los siguientes impuestos:

- Los aranceles y demás gravámenes relacionados con la importación de materias primas, insumos y equipos utilizados para el establecimiento y funcionamiento de estas empresas
- El impuesto sobre transferencia de bienes industrializados y servicios (ITBIS)
- El impuesto sobre la renta (ISR)
- El impuesto sobre la constitución de compañías
- Los impuestos por transferencia de inmuebles
- Los impuestos municipales y otros gravámenes específicos.

4.1.2. Barreras no arancelarias

Según Otero (2003, p. 223), se entiende como barrera no arancelaria toda intervención estatal en la producción y en el comercio distinta a los aranceles, con el objetivo de modificar los precios relativos de los productos, las estructuras de mercado y los flujos de comercio internacional. Estas han cobrado en los últimos años especial importancia en el comercio internacional, debido básicamente a la disminución generalizadas de los aranceles que se han producido fundamentalmente como productos de las negociaciones del GATT.

Entre estas medidas se encuentran los contingentes, que son restricciones cuantitativas que los gobiernos imponen a la importación de determinados bienes extranjeros según Mochón (2001). En pocas palabras se limitan las cantidades de un determinado bien para su importación independientemente del precio que éste reporte y de este modo el efecto inmediato será el aumento de los precios teniendo una oferta reducida y ninguna posibilidad de competencia.

Carbaugh, explica el alcance de estas barreras no arancelarias que altera los patrones de comercio:

Cuota de importación. Una cuota de importación es una restricción física en la cantidad de productos que puede importarse durante un periodo específico; la cuota limita las importaciones a un nivel por debajo del que ocurriría bajo condiciones de libre comercio.

Cuota arancelaria. Este instrumento permite que un número específico de productos sean importados a un arancel (para importaciones dentro de este volumen) mientras que cualquier importación por encima de este nivel pagan un arancel (las que superan la cuota). En términos sencillos, una cuota arancelaria es un arancel en dos niveles.

Cuota de exportación. Su propósito principal es moderar la intensidad de la competencia internacional, lo que permite a los productos nacionales menos eficientes, participar en mercados que de otra forma se perderían con productores del extranjero que venden un producto superior a un menor precio. Las cuotas de exportación son voluntarias en el sentido de que son una alternativa a restricciones comerciales más estrictas que podrían ser impuestas por una nación importadora.

Requerimiento de contenido nacional. Estos requerimientos estipulan el porcentaje mínimo del valor total de un producto que debe ser producido en forma nacional para que el producto califique para arancel cero.

Subsidios. Los gobiernos en ocasiones otorgan subsidios a sus productores para ayudar a mejorar su posición de mercado. Al proporcionar a empresas nacionales una ventaja de costos, un subsidio les permite comercializar sus productos a precios más bajos que los garantizados por su costo actual o por sus consideraciones de ganancias.

Las barreras no arancelarias que presentan las zonas francas de textiles son las formalidades aduaneras, todo tipo de documentación solicitada, las normas de origen, que no son más que los criterios necesarios para determinar la procedencia nacional de un producto, entre otros. A menudo los países importadores imponen esas medidas unilateralmente, sin consultar a los exportadores que se verán afectados por ellas.

4.2. Transporte

Cuando se habla del transporte en la logística, nos referimos al movimiento de la carga en todas las formas conocidas, ya sea aérea, marítima y terrestre de un punto a otro, según lo que se acuerde entre comprador y vendedor para realizar una actividad comercial determinada. Cabe destacar que dichas actividades pueden ser de manera nacional como internacional y depende de tres grandes factores que se consideran fundamentales para ver qué forma es más factible para movilizar la mercancía y estas son:

1. La distancia entre origen y destino
2. La oferta de transporte
3. El destino final del transporte

En el primer punto establecido respecto a la distancia entre origen y destino, se considerado un factor clave, ya que este define el tipo de transporte a utilizar. Por ejemplo, en el caso de que se tenga que movilizar una mercancía a una distancia de 200 kilómetros en el mismo territorio de la República Dominicana, lo lógico es

movilizar dicha mercancía vía terrestre, dígase en camión y dependiendo el volumen de la mercancía se determinaría la capacidad del vehículo utilizado.

El segundo punto establecido de la oferta de transporte, dependerá completamente del país y las redes de transporte que se puedan utilizar de manera local, ya que probablemente no todos los países tengan las mismas modalidades de transporte, por ejemplo, Estados Unidos tiene vuelos nacionales, y esto es debido a su gran tamaño, en el caso de los países de Europa que están unidos geográficamente, el transporte ferroviario y carretero se tornan primarios debido a que pueden transportar grandes volúmenes de mercancía a un costo relativamente menor.

El tercer punto establecido respecto al destino final de la mercancía influye en la elección de medio de transporte, ya que, si la estructura portuaria está desarrollada y los destinos navieros convergen a nivel nacional facilitando la entrada de mercancía en diferentes puntos del país, pues el método de transporte marítimo tomaría una relevancia importante frente a los demás.

Un punto importante por destacar es que los medios de transporte no son un obstáculo a la logística, puesto que se encargan de facilitar la movilidad de los productos, pero los factores externos pueden incidir en la factibilidad del uso de los mismos.

4.2.1. Transporte terrestre

Estos medios de transporte son los que se movilizan en la superficie terrestre y puede ser a través de distintos tipos de vehículos como son automóviles, camiones,

furgones, motocicletas, entre otros. Esta modalidad de transporte se podría considerar un obstáculo en caso de que las carreteras a recorrer no estén en óptimas condiciones para movilizar la mercancía, lo cual, en dado caso de que así sea, podría afectar directamente la mercancía transportada y el tiempo estipulado de llegada.

4.2.2. Transporte aéreo

Al momento de hablar del transporte aéreo lo primero que llega a la mente son las palabras rápido y costoso, ya que claramente se reconoce que esta modalidad de transporte es la más rápida al momento de movilizar mercancías de un país a otro, debido a que lo que por mar dura casi un mes, por aire dura días. Así como se reconoce lo rápido y eficaz que es este medio de transporte, también se reconoce lo costoso que es el mismo.

Esta modalidad de transporte puede representar un obstáculo en la logística de exportación, en caso de que deban hacer paradas por fallos debido a la quizás falta de manteniendo, ya sea necesidad de combustible u otros de mayor gravedad, también debido a factores medioambientales como tormentas, entre otras cosas.

4.2.3. Transporte marítimo

Cuando se habla de transporte marítimo, se piensa en grandes volúmenes de mercancía en buques transportándose de país en país, de puerto en puerto y se reconoce que en el comercio internacional es el medio de transporte que moviliza mayor cantidad de cargas por excelencia.

No obstante, este también puede representar un obstáculo logístico, ya que en ocasiones se presentan situaciones en que se programa la exportación de cierta cantidad de contenedores, y luego dicha cantidad debe esperar por otro buque, ya que ese no dio a basto, lo que causa de manera inmediata un cambio en la fecha estimada de llegada o como comúnmente le llaman ETA (Estimated Time of Arrival) en sus siglas en inglés.

Por otro lado, también pueden presentar cambios por retraso en operaciones portuarias, o cambios de rutas no planificadas debido a factores medioambientales como las tormentas.

4.3. Costos logísticos

Los costos logísticos son unos de los obstáculos y/o inconvenientes detectados para los comerciantes en las exportaciones e importaciones, los cuales varían dependiendo el país. En la República Dominicana estos costos son elevados y afectan la comercialización debido a que la mayoría de los comerciantes dominicanos y zonas francas que quieren exportar productos de la producción nacional o importar productos de ciertos países, se encuentran en total desacuerdo con las cantidades de impuestos y gastos tan elevados que incurren en estas actividades comerciales.

Los costos logísticos incluyen gastos de flete, gastos de transporte, costos de información, los derechos y cargas de Aduana, el costo de las demoras, el seguro, recogida, despacho, permisos, entre otros.

En las zonas francas estos costos logísticos afectan directamente, debido a que, según lo conversado con las zonas francas visitadas, estas se toman como desafío en los departamentos logísticos, reducir los costos y hacer constantes ahorros y esto es parte de su objetivo en los indicadores clave de rendimiento (KPIs). Por esta razón de reducción de costos, las zonas francas se encargan de monitorear constantemente las tarifas ofrecidas tanto por las líneas aéreas como marítimas para optar por utilizar los servicios de quienes le ofrezcan mejores precios.

Dentro de los KPIs estos tienen unos renglones a los cuales le llaman cost failures (fallos en los costos), en los cuales observan mensualmente donde tuvieron fallos y ahorros.

Por otro lado, según el Banco Interamericano de Desarrollo (BID): “La República Dominicana está pagando aún impuestos a las exportaciones (Ad Valorum) equivalente a un tercio de su valor, lo que representa una barrera fundamental para insertar más competitividad de sus exportaciones, e impacta de manera directa en el costo de las importaciones”.

El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) observó que los costos logísticos representan en promedio entre el 25% - 35% del valor de los productos exportados, afectando de manera especial tanto a productos primarios como a exportaciones de alto valor agregado.

En conclusión, los costos logísticos en la República Dominicana, resultan ser una limitante para los comerciantes e industrias de zonas francas, debido a que son muy elevados y cada vez más van en ascenso, lo cual causa que muchas de las pequeñas industrias de producción nacional, no se vean motivadas a exportar sus productos, ya que no les resulta posible económicamente y que muchas de las zonas francas se vean afectadas por alteraciones en sus presupuestos de costos.

CONCLUSIONES

Después de finalizar con el Estudio de factibilidad para la exportación de neumáticos usados hacia Alemania podemos concluir que:

La fabricación constante de neumáticos y la dificultad para desecharlos después de usados, constituye uno de los problemas medioambientales más serios de los últimos años en el mundo. Deshacerse de forma limpia de los neumáticos inservibles no es fácil. Por ejemplo, en los rellenos sanitarios, por su forma, se acumulan gases, y estos emergen a la superficie, rompiendo las membranas. La quema directa provoca la emisión a la atmósfera de gases y partículas nocivas, y como la combustión en hornos de alta calidad que garanticen un mínimo de emisiones tiene alto costo, año tras año, toneladas de neumáticos acaban abandonados en campos y cunetas, o almacenados en vertederos.

Según pudo observarse en el estudio realizado, parece afirmable que para los usos más importantes de los neumáticos fuera de uso, en cualquiera de los casos, el paso inicial es triturar los neumáticos. No sólo por una cuestión de producción, sino que el triturado debería ser realizado en todos los centros de acopio de neumáticos por dos principales razones: ocupa menos espacio para el transporte, y evita la reproducción de insectos que transmitan enfermedades, como dengue.

Desde el punto de vista medioambiental, la valorización energética de neumáticos desechados al interior de los hornos de cementos da absolutas garantías de limpieza de los gases de combustión y de captura de los elementos peligrosos al

interior de la estructura cristalina del cemento. Razones como ésta la convirtieron en la alternativa de disposición más utilizada en el mundo.

En nuestro análisis vemos factible la posibilidad de un proyecto para la recolección de neumáticos a nivel nacional para destinarlos a un mejor uso, entre los cuales a partir de lo expuesto en este trabajo final, una opción viable sería su exportación con destino a Alemania donde recibirán un uso apropiado, rentable para ambos países y que ayudara al medio ambiente , la limpieza de muchos de los comercios que trabajan en el sector automovilístico y generaría empleos en lo que sería una oportunidad de negocios aun no incurrida por ningún sector en específico en la Republica Dominicana.

RECOMENDACIONES

Se debe mencionar que la disposición de neumáticos en el país, como todo problema ecológico, es responsabilidad del gobierno.

Es importante, tanto para reducir, reciclar y reutilizar, generar conciencia ambiental, mediante la sensibilización de la comunidad. Esto mejoraría ampliamente el impacto ambiental del residuo en la comunidad.

El procedimiento propuesto permitiría una ocupación más eficiente de terrenos sanitarios y la aplicación de los triturados, por ejemplo, como combustible alternativo al gas en los hornos cementeros (contribuyendo a paliar el déficit de gas), como ingrediente en la mezcla de asfaltos para caminos, como aditivo del piso de canchas de césped sintético o para la fabricación de otros productos a partir del polvo de goma.

Cabe destacar, que este reciclaje incentivaría nuevas industrias, tales como los mencionados proyectos de utilización de miga de goma, incrementando la producción nacional y otorgando más fuentes de trabajo que hasta el momento no fueron contempla-das.

Desde el punto de vista medioambiental, la valorización energética de neumáticos desechados al interior de los hornos de cementos da absolutas garantías de limpieza de los gases de combustión y de captura de los elementos peligrosos al interior de la estructura cristalina del cemento. Razones como ésta la convirtieron en la alternativa de disposición más utilizada en el mundo.

Es probable que en el futuro próximo (5 años), se puedan realizar proyectos de reciclaje como este económicamente viables, pero la realidad indica que en el presente hacen falta incentivos, que provengan de parte del gobierno o de los fabricantes.

Reciclar los neumáticos claramente evita aumentar el pasivo ambiental de una comunidad. Proyectos como éste facilitan la generación de conciencia, por ende, lo que se gana, es mucho más que una tasa de retorno razonable, sino que la comunidad gana en calidad de vida. El problema radica en que es mucho más difícil de percibir, y en esto es donde la educación debe jugar un papel fundamental.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ACERENZA, Miguel Angel, (1992). "Marketing Internacional: un enfoque metodológico hacia las exportaciones". Ed. Trillas, México,
- Amiti, Mary and Weinstein, David E. (2011): "Exports and Financial Shocks", Federal Reserve Bank of New York and CEPR, Columbia University and NBER, February 25.
- Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO) (2013): "ADOEXPO respalda la creación del Banco de Desarrollo y Exportaciones".
- CANO E; 2007. Valorización material y energética de neumáticos fuera de uso. Madrid: Elecé Industria Gráfica.
- Carrasco, O., 1998 Factibilidad técnico económica de distintos usos del caucho proveniente de neumáticos usados. Memoria para optar al título de ingeniero Civil Industrial, Universidad de Chile.
- CEDEX. 2007. Manual de empleo de caucho de NFU en mezclas bituminosas. Centro de Estudios y Experimentación Obras Públicas.
- Delarze Díaz, Paulina. (2008). Trabajo de Tesis, "Reciclaje de neumáticos y aplicación en la construcción". Universidad de Valdivia, Chile.
- INTI 2006. RECICLADO Y DISPOSICIÓN FINAL DE NEUMÁTICOS. Publicación "SABER COMO"

LEDESMA, Carlos A., (1997). "Nuevos principios de comercio internacional para actuar en escenarios globalizados", Ed. Machi, Buenos Aires (Argentina), 5º Edición,

Planet Finance (2011): Soluciones Durables para la Inclusión Financiera. Informe sobre el sector del financiamiento de las MIPYMES en la República Dominicana. Situación actual y recomendaciones estratégicas para el desarrollo del sector, 2011, Santo Domingo.

Ramirez Palma, Náyade Irene. (2006). Estudio de la utilización de caucho de neumáticos en mezclas asfálticas en caliente mediante proceso seco. Tesis (Ingeniero Civil). Santiago, Chile. Universidad de Chile, Fac. de Cs. Físicas y Matemáticas, Depto. de Ing. Civil.

QUEZADA D. 2001. Utilización de neumáticos desechados como combustible alternativo en fábricas de cemento. Memoria para optar al Título de Ingeniero Civil Industrial. Universidad de Talca.

Vilarrúbia, Josep M.(2010): "Crisis y recuperación del comercio internacional: El papel del financiamiento al comercio". Revista de Economía, Ministerio de Economía y Competitividad de España, marzo abril 2010, Nro. 853.

Zamorano, R. (2001), Estudio de pre-factibilidad de instalar una planta de reciclaje de neumáticos, memoria para optar al título de ingeniero Civil Industrial, Universidad de Chile.

ANEXOS



UNAPÉC
UNIVERSIDAD APEEC

VICERRECTORÍA ACADÉMICA

OFICINA COORDINADORA DE CURSO MONOGRÁFICO

***Anteproyecto para optar por el título de:
Licenciatura en Negocios Internacionales***

TITULO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE NEUMÁTICOS
USADOS HACIA ALEMANIA.**

POSTULANTES:

Darby Suazo	2013-0876
Steven Tejeda	2008-0113
Johan Galván	2009-1675

Docentes:

Vladimir Hernández / Lill Cruz

**Santo Domingo, República Dominicana
Junio 2019**

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA EXPORTACIÓN DE NEUMÁTICOS
USADOS HACIA ALEMANIA.**

ÍNDICE

INTRODUCCION.....	12
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	2
OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	3
Objetivo general	3
Objetivos específicos:.....	3
Justificación:	4
Justificación práctica:.....	4
MARCO DE REFERENCIAL	5
Marco teórico	5
Generalidades.	5
Elaboración.....	6
Producción de llantas a nivel mundial	7
Comercio República Dominicana-Alemania	10
Exportaciones	10
Exportación Directa.....	11
Exportación Indirecta.....	12
El Producto.....	12
El Mercado	13
Tratados de Libre Comercio	13
Acuerdo de Asociación Económica Entre la Unión Europea y los Países del CARIFORUM (EPA)	14
Marco Legal de la Exportación en República Dominicana.....	15
Marco conceptual	16
Estudio de Factibilidad:	16

Exportación:.....	16
Arancel	16
Barreras no arancelarias	17
Barreras técnicas.....	17
Toneladas.....	17
Vertedero:.....	17
Envases Tetra Pak	17
Marco espacial.....	19
Marco temporal:.....	19
Aspectos Metodológicos.....	20
Tipos de estudios	20
MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.....	21
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	22

INTRODUCCION

En la actualidad las empresas comercializadoras de llantas han ido aumentando paulatinamente, a pesar de la gran competencia que existe, República Dominicana cuenta con un amplio sector de empresas dedicadas a la comercialización de llantas nacionales e importadas. Tomando en cuenta que el mercado de neumáticos es extenso, tanto así que los neumáticos son importados desde otros países como México, Estados Unidos, y otros países, cabe recalcar que las llantas importadas tienen reconocimiento y preferencia, debido que son fabricadas con tecnologías más avanzadas.

En República Dominicana los comerciantes poseen mayor preferencia por llantas de origen extranjero, por el tiempo de duración, calidad, resistencia, tecnología y el material utilizado.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La República Dominicana con un territorio de 48,670 kilómetros cuadrados y un promedio por encima de los diez millones de habitantes, produce 11,000 toneladas diarias de basura. Según un estudio realizado en el año 2015 por el Banco Mundial “What a Waste 2.0: A Global Snapshot of Solid Waste Management to 2050”, se determinó que anualmente nuestro país genera 4,063,910 toneladas de basura, de las cuales 350 toneladas terminan distribuidas en los vertederos del país. También, dicho estudio nos indica que nuestro país para el 2025 aumentará la producción de residuos a unas 14,285 toneladas de basura, esto nos coloca dentro de los 5 países de Latino América que más basura produce. Podemos agregar que de estas cantidades el 51% pertenece a materia orgánica, 16% papel y cartón, 6% a vidrios, 4% a textiles y un 2% a los envases tetra pak.

Debemos resaltar que las recicladoras locales no poseen estadísticas exactas sobre la cantidad de gomas usadas que reciben. Sin embargo, la generación de gomas fue de 28.7 millones entre 2010-2014, según estudio realizado por ZACK. En los países industrializados se generan promedio de 8 Kg de gomas usadas por persona al año. En nuestro país se estima la mitad, es decir, aproximadamente 38,000 toneladas. (Bazil, 2017) (Mena, 2016)

OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Objetivo general

Determinar la factibilidad de exportar neumáticos a Alemania.

Objetivos específicos:

- Analizar el comportamiento de las empresas importadoras de neumáticos en el mercado alemán.
- Identificar las empresas importadoras de neumáticos, así poder determinar la demanda insatisfecha.
- Determinar si las inversiones requeridas para la exportación serian rentables.
- Determinar si nuestro país posee materia prima suficiente para suplir un determinado sector en Alemania.
- Determinar la logística para la exportación, incluyendo normas a regirse, aranceles, trámites y comercialización, guiándonos de conocimientos de teorías del Comercio Internacional.

Justificación:

La elaboración de nuestra investigación, nos permitirá analizar la viabilidad de la exportación de los neumáticos usados que se encuentran en nuestro país como desechos, pudiendo así obtener utilidades en dicho sector, el cual no ha sido explotado en su totalidad en la República Dominicana.

Las llantas siguen un proceso de calidad con el fin de lograr resultados que prueben su efectividad tales como:

- Medir la energía que genera el neumático al frenado en seco y mojado.
- Medir la resistencia al exponerla a trabajos pesados.
- Forzar al neumático con máquinas de rodamientos para determinar su fuerza.

Justificación práctica:

En caso de ser viable, estaríamos generando fuentes laborales en el mercado Dominicano, también, beneficiaríamos al medio ambiente. Mediante esta actividad económica nuestra economía se beneficiaría por los ingresos obtenidos por medio del pago de los impuestos requeridos.

MARCO DE REFERENCIAL

Marco teórico

Generalidades.

El caucho natural es un polímero orgánico, en la antigüedad los pueblos asentados en México y Guatemala usaron el caucho para la elaboración de pelotas de goma, herramientas e incluso botas hundiendo sus pies junto con el látex que proviene del árbol Hevea. En Brasil, en cambio solían hacer pelota de caucho y grandes paletas del mismo material. En la actualidad se la cultiva en su gran mayoría en Asia y África.

En 1839, el inventor Charles Goodyear creó el proceso de vulcanización accidentalmente, haciendo caer accidentalmente una mezcla de caucho, plomo y azufre en una estufa caliente. El polímero del látex natural se modificaba formando interacciones cruzadas entre las cadenas individuales de polímeros. Con lo que se logró obtener un material resistente y al mismo tiempo estable. El material era resistente al agua y a las interacciones químicas y no era conductor de electricidad, por lo que a partir de este momento se lo usaría a partir de muchos casos de fabricación y elaboración. Entrando al siglo XX Jonh Dunlop desarrolló un neumático que mejoraba la suspensión, formado de caucho vulcanizado y una estructura tubular con una válvula. (Conferencia Mundial del Caucho de Industrial, 2016).

Durante la Segunda Guerra Mundial, se derrumba el negocio del caucho natural por razones geopolíticas por lo cual las industrias europeas comienzan a fabricar caucho sintético compuesto de petróleo y sus derivados los cuales se adaptan a materiales químicos polímeros y simula el caucho natural con ciertas limitantes. Al finalizar la guerra, Michelin introduce los neumáticos radiales con cables de acero entre cruzados en las bandas, con el propósito de que las llantas no se expandan hacia los lados y la fuerza de los cables de acero creen resistencia, estos van tejidos en lonas formando un ángulo de 90 ° respecto de la línea media de la llanta y la carcasa, además de reforzarla con un cinturón de lona de acero que corre por toda la circunferencia para estabilizar los neumáticos.

A mediados de los años 60 se comenzó a realizar una mezcla de caucho natural y sintético obteniendo las mejores propiedades de cada uno para crear llantas de diferentes tipos de terreno, clima, duración y calidad.

En actualidad los neumáticos se clasifican según los requisitos de los diferentes tipos de vehículos y funcionamiento. Sus principales características son, las dimensiones del neumático, la carga máxima de seguridad, presión de inflado y la velocidad máxima estandarizada, además otras características secundarias tales como límite de fricción, posición de cambio y temperatura.

Deestone Compañía Limitada se enfocó desde un principio en fabricar llantas para la comunidad. Con el paso del tiempo creció con el apoyo de grandes empresas que se interesaron en su producción como TGI (Tire Group International) y coincidiendo con el desarrollo industrial de Tailandia hicieron que las llantas Deestone sean una marca de reconocimiento a nivel mundial. Las cuales se han posicionado como una marca preferida en Asia Oriental, por sus diseños, modelos, calidad, durabilidad, apego al medio ambiente con tecnología desarrollada para contribuir con el ambiente. Establecida hace más de 30 años Deestone está comprometida con la fabricación de neumáticos con normas internacionales con el fin de garantizar, calidad y seguridad de las mismas con estándares de producción que son reconocidos internacionalmente.

Elaboración

La materia prima usada para la elaboración de llantas proviene de los bosques de caucho de Tailandia, lugares específicos para la siembra y cosecha de este 11 producto de este modo se obtiene caucho sin dañar el medio ambiente.

Su proceso de elaboración se define en 7 pasos generales.

1. Se inicia el tratamiento con el caucho natural el cual se mezcla con sustancias químicas a base de presión y con temperatura regulada. (DEESTONE, 2016)
2. Se envía la mezcla a placas para alargar el caucho mediante rodillos a diferente velocidad y circulación. (DEESTONE, 2016)
3. Se realiza la extrusión de polímeros el cual consiste en moldear al caucho bajo continua presión y empuje haciendo que vaya tomando forma deseada y a su vez

realizar el calandro del caucho para usar lo necesario al momento de elaborar los neumáticos. (DEESTONE, 2016).

4. Montaje de componentes en el cual se montan las capas de cada llanta mediante tambores de alta rotación. (DEESTONE, 2016).
5. Se pasa al edificio de neumáticos el cual es muy importante para darle su forma a estos usando los materiales necesarios sin que haya desperdicio y de una manera eficiente. (DEESTONE, 2016).
6. Ya casi para finalizar se realiza un vulcanizado para aumentar la flexibilidad del neumático y disminuir su resistencia, después pasa a un proceso de curado del caucho con agua caliente controlado con presión y temperatura con esto la vulcanización estará completa. (DEESTONE, 2016).
7. Por último, se inspecciona el acabado y cada neumático es puesto en máquinas de rodamiento para verificar su estado, una vez hecho se las pueden enviar al almacén de producto terminado. (DEESTONE, 2016).

Producción de llantas a nivel mundial

Se estima que cada año se fabrican cerca de 1000 millones de neumáticos y esta cifra se espera que vaya aumentando a futuro junto con el desarrollo económico del mundo. El sector mundial de neumáticos se espera que el volumen de demanda para el 2016 alcance un crecimiento de 5%, para llegar a unos 3500 millones en utilización. Desde el 2013 se espera que el mercado de los neumáticos recuperara mercado después de casi 5 años de recesión y un descenso de ingreso, todo esto se dio a la par de la crisis económica que sufrió Estados Unidos de América dada su vinculación con el sector del automóvil.

Uno de los más afectados por la desaceleración económica fue la Unión Europea debido a que mercado mundial de neumáticos no registró crecimiento en cuanto a sus ventas tanto fabricación y mercados.

Los cierres de plantas, la capacidad inutilizada y los despidos redujeron la demanda de neumáticos, situación que afectó más a los mercados de equipos originales (OEM). También se sintió la presión en los neumáticos de los vehículos todo terreno, en particular

con la caída del sector de la construcción. (Conferencia Mundial del Caucho de Industrial, 2016).

En la actualidad el fabricante de neumáticos difiere marcadamente de una región a otra, debido al diferente tipo de vehículos que se vende en cada mercado, así como los diferentes hábitos de conducción. Cuando se trata de neumáticos con procesos de fabricación más complejos, como los neumáticos especializados o de alto rendimiento, los precios se mantienen altos y la oferta de productos está dominada por los fabricantes de productos de gama alta. Para aumentar los márgenes, esos fabricantes de neumáticos están transfiriendo su producción de los mercados de países desarrollados a los mercados emergentes, en especial Europa Central y Oriental. (Conferencia Mundial del Caucho de Industrial, 2016)

La República Dominicana es un país que se beneficia de su ubicación geográfica, funciona como puente hacia la región del Caribe, así como también hacia el resto del continente americano y los demás países del mundo. Con miras a aprovechar aún más las mencionadas ventajas, desde el año 1985, el país ha implementado cinco acuerdos comerciales. Estos son, en orden cronológico: Acuerdo de Libre Comercio de Alcance Parcial con la República de Panamá, El Tratado de Libre Comercio con la Comunidad del Caribe (CARICOM por sus siglas en inglés), El Tratado de Libre Comercio con Centroamérica, El Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Centroamérica (DR-CAFTA) y el Acuerdo de Asociación Económica entre la Comunidad Europea y sus Miembros y el CARIFORO (EPA por sus siglas en inglés). Todos con el objetivo de promover el comercio entre las partes, permitiendo así la expansión y diversificación del intercambio de bienes y servicios.

En cuanto a la República Dominicana y la República Federal de Alemania, ambos países son partícipes del EPA. El EPA, “se trata de un modelo de convenio comercial orientado hacia el avance, que dispone mecanismos de cooperación y permite gran flexibilidad para que los países integrantes efectúen sus responsabilidades de forma gradual,” el cual, además, “se vislumbraron los objetivos de los acuerdos de asociación económica, involucrando derechos y compromisos para ambas Partes, el desarrollo humano y

crecimiento económico, el cambio sostenible, la erradicación de la pobreza y la integración regional del Caribe a la economía global.

Comercio República Dominicana-Alemania

Exportaciones

En su reunión de política monetaria de febrero de 2019, el Banco Central de la República Dominicana (BCRD) decidió mantener su tasa de interés de política monetaria en 5.50 % anual.

La decisión de dejar invariable la tasa de referencia se basa en un análisis detallado del balance de riesgos en torno a los pronósticos de inflación, incluyendo informaciones provenientes de indicadores macroeconómicos internacionales y domésticos, las expectativas del mercado y las proyecciones de mediano plazo. La inflación del mes de enero de 2019 fue negativa, al registrar una variación de -0.17 % influenciada principalmente por el comportamiento de los precios de los grupos de transporte y vivienda. En ese sentido, la inflación interanual continuó desacelerándose al ubicarse en 0.71 %, mientras que la inflación subyacente, que excluye los precios de los bienes y servicios más volátiles, se situó en 2.38 %. El sistema de pronósticos indica que la inflación general convergería gradualmente al centro del rango meta de 4.0 % \pm 1.0 % en el año 2020.

En el entorno externo, se mantienen las previsiones de que la economía mundial crecería 2.9 % durante 2019 y 2.8 % en 2020, de acuerdo a Consensus Forecast (CFC). En el corto plazo, el crecimiento de la actividad económica global continuaría siendo impulsado por los Estados Unidos de América (EUA), sin embargo, se vislumbran algunas señales de moderación en su crecimiento de mediano plazo. En efecto, Consensus Forecast estima que EUA se expandiría 2.5 % en 2019 y 1.8 % en 2020. En este contexto y ante una reducción de las presiones inflacionarias, la Reserva Federal ha realizado una pausa en los aumentos de su tasa de interés de referencia, es decir, en el proceso de normalización de su política monetaria, el cual se asocia a una mayor incertidumbre en el entorno doméstico e internacional que enfrenta EUA.

Por otro lado, Consensus Forecast continúa revisando a la baja las perspectivas de crecimiento de la Zona Euro (ZE), estimándose una expansión de 1.3 % en 2019 y 1.4 % en 2020. Esta moderación está influenciada por la ralentización de algunas de sus principales economías, como Alemania, Italia y Francia. En tanto, las proyecciones de inflación para este grupo de países se encuentran por debajo de su meta, por lo que se espera que el Banco Central Europeo mantenga su postura de política monetaria expansiva en el mediano plazo

Exportación Directa

La exportación directa permite al exportador vender directamente a un cliente extranjero sin necesidad de intermediarios locales. Las exportaciones directas pueden realizarse a través de agentes, distribuidores, minoristas o consumidor final. En general, las exportaciones directas son ventas internacionales en que la empresa asume el proceso de salida al mercado seleccionado, independientemente de la forma de comercialización local que vaya a utilizarse en el país destino.

Este tipo de modalidad es la vía más directa para aumentar las ganancias y obtener un constante crecimiento empresarial, a mediano y largo plazo.

En la exportación directa existen cuatro (4) sub-modalidades que pueden ser muy útiles a la hora de emprender la exportación:

El Agente: es un intermediario que, por lo general, no asume ninguna responsabilidad en el proceso de compra y venta entre el importador y el exportador. Se caracteriza por ser un canal para establecer la conexión entre el comprador y el vendedor, y velar para que la exportación se realice en el marco de lo acordado. En ocasiones, el agente puede involucrarse en la negociación entre ambas partes, pero nunca asume ninguna responsabilidad ni figura en la firma de contratos, ya que no es dueño de la mercancía; sólo recibe una comisión cuando logra que ambas partes lleguen a un acuerdo y se realice el ejercicio de la exportación.

Minoristas: También llamadas empresas al detalle que venden al consumidor final. Suelen ser cadenas de supermercados, tiendas, farmacias o prestadores de servicios que están ubicados cercanos a zonas residenciales donde el consumidor final puede obtener el producto o servicio fácilmente. Los minoristas son los últimos en la cadena de comercialización y, por ende, el producto colocado en este tipo de establecimiento es el producto terminado. Por lo general, las empresas minoristas tienen un ciclo de pago más duradero (dos o tres meses a crédito) que -en ocasiones- le resulta cuesta arriba asumir al exportador.

Consumidores finales: son personas naturales que compran productos o servicios para uso propio y no en grandes cantidades. Este tipo de clientes es idóneo para empresas

que no exportan productos perecederos ni de tamaños muy grandes, ya que con una buena plataforma de marketing y compras online puede ser muy efectivo. En este tipo de ventas, el exportador, por lo general, asume todas las actividades de envío de la mercadería, de importación en el mercado de destino, de prestación de servicios pre y post-venta, de cobro, etc.

Exportación Indirecta

En la exportación indirecta, el vendedor local vende sus productos en el mercado nacional a una persona natural o jurídica que, posteriormente, exportará dichos productos. Es decir, bajo esta modalidad el intermediario (persona que ha realizado la compra en el mercado local) se encarga de las actividades vinculadas a la exportación, asumiendo la responsabilidad de la misma. Al igual que la exportación directa, la exportación indirecta también tiene sub-modalidades:

Comprador extranjero: realiza la compra en el mercado nacional en representación de una empresa extranjera (debe estar registrado legalmente en República Dominicana) y se encarga del proceso de exportación.

Comerciante local: persona local que toma posesión de la mercancía una vez que la haya comprado y decide exportarla.

Consorcio de exportación: es una entidad independiente que agrupa a empresas vendedoras de determinados productos y realizan el proceso de exportación a través del consorcio.

El Producto

Los mercados internacionales buscan calidad, inocuidad, cantidad y consistencia, a la hora de hacer negocios. No se trata simplemente de vender lo que se tiene, sino de ofrecer lo que los consumidores demandan. Lo que podemos exportar son esos productos que brinden las mayores probabilidades de éxito en los mercados a los cuales el exportador haya planeado ingresar.

El éxito de la colocación de un producto en los mercados internacionales dependerá, en gran medida, de la adecuada identificación y selección de los productos que brinden estas posibilidades. Un equilibrio entre precio y calidad y oferta exportable es la llave

idónea de acceso a cualquier mercado internacional, siempre y cuando el producto pueda satisfacer una necesidad específica del consumidor.

Para iniciar la exportación, todos los productos no parten del mismo punto de partida. Algunos productos pueden ser más "fáciles", es decir, aquellos que normalmente no precisan de una gran adaptación a las condiciones de un nuevo mercado, que no requieren adaptaciones, que no se encuentran con barreras técnicas o comerciales importantes, y que no presentan problemas de transporte o logística considerables. Por el contrario, hay productos que podemos definir de "mayor dificultad", puesto que requieren de una mayor adaptación, una mejor preparación previa para poder exportar, entre otros elementos.

El Mercado

Para comprender mejor los mercados extranjeros y los consumidores, es importante realizar una investigación de mercado que puede ser realizada en principio por personal interno o por una empresa especializada en el área. Una investigación de mercado es una manera organizada de encontrar respuestas objetivas a las preguntas que todas las empresas deben responder para tener éxito; resúmenes de las características de un mercado, incluyendo la información de los compradores y competidores tradicionales y la información general sobre la economía y patrones del comercio de un sector en específico.

Las actividades de investigación de mercado deben ser un ejercicio planificado y práctico que conduzca a decisiones específicas que impulsen las estrategias de marketing de exportación.

Tratados de Libre Comercio

El objetivo de los TLC es básicamente la supresión arancelaria: eliminar barreras arancelarias y no arancelarias para la exportación e importación de productos entre naciones signatarias. Como consecuencia de lo anterior, es posible aumentar la producción de productos nacionales, la generación de empleos, la atracción de la inversión entre ambos países

República Dominicana ha sido signataria de cinco (5) tratados de libre comercio, siendo el DR-CAFTA (entre la República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos) y el EPA (Economic Partnership Agreement) los que mayor alcance tienen para los exportadores dominicanos.

El CARICOM (entre la República Dominicana y la Comunidad del Caribe), suscribió un acuerdo con la comunidad del caribe. Así también, el país es también socio comercial de Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua, suscrito bajo el tratado de libre comercio entre Centroamérica y República Dominicana, el cual tiene como objetivo principal fortalecer el espíritu de cooperación y el comercio recíproco entre todos los signatarios.

Acuerdo de Asociación Económica Entre la Unión Europea y los Países del CARIFORUM (EPA)

El Acuerdo de Asociación Económica o The Economic Partnership Agreement (EPA), por sus siglas en inglés, es un acuerdo recíproco, compatible con la Organización Mundial de Comercio (OMC), firmado el 15 de octubre del 2008. Fue ratificado por el Congreso de la República Dominicana, el 24 de octubre de 2008, y entró en vigor, el 27 de abril del 2009, e incluye capítulos relativos a:

- Comercio de mercancías
- Comercio de servicios
- Inversiones
- Innovación y la propiedad intelectual
- Adjudicación de contratos públicos y la ayuda al desarrollo, entre otros.

La base fundamental del acuerdo es el establecimiento de una zona de libre comercio para eliminar progresivamente los aranceles de los países partes del acuerdo, así como todas las medidas no arancelarias, cuotas y disposiciones similares.

El Acuerdo EPA está integrado, por una parte, por los países de la Unión Europea (UE): Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, España, Eslovaquia, Eslovenia, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Países Bajos, Polonia, Portugal, Reino Unido (El 24 de junio del

2016, el Reino Unido -mediante un referéndum- aprobó su salida de la UE. El proceso podría durar hasta 2 años, según lo estimado), República Checa, Rumanía y Suecia.

Los objetivos del EPA son: reducir y erradicar la pobreza mediante la creación de una asociación comercial coherente; promover la integración regional, la cooperación económica y la buena gobernanza; promover la integración gradual de los Estados del CARIFORUM en la economía mundial; mejorar la capacidad de los Estados del CARIFORUM en la política comercial y cuestiones relacionadas con el comercio; apoyar las condiciones para aumentar la inversión y la iniciativa del sector privado y la competitividad en la región del CARIFORUM así como también reforzar las relaciones EU-CARIFORUM.

Marco Legal de la Exportación en República Dominicana

El proceso de exportación involucra una serie de pasos importantes y regulaciones locales que deben de cumplirse. Si su empresa ha decidido exportar, es necesario que conozca las leyes que rigen y, a la vez, otorgan una serie de beneficios a las exportaciones en la República Dominicana.

La Ley No. 84 de 1999 sobre Reactivación y fomento de las Exportaciones: la cual presenta 3 incentivos a las exportaciones.

El decreto 213 de 2000, el cual reglamenta la aplicación de la ley 84-99, donde se enuncia el proceso que deben seguir los exportadores en cada uno de los mecanismos descritos en la ley.

De acuerdo al artículo 2 de la ley 84-99, se establece el Reintegro sobre los Derechos y Gravámenes Aduaneros pagados sobre las materias primas, insumos, bienes intermedios, etiquetas, envases y material de empaque importados por el propio exportador o por terceros (indirectos), cuando los mismos hubieran sido incorporados a bienes de exportación, o en el caso de aquellos productos que sean retornados al exterior en el mismo estado en que ingresaron al territorio aduanero dominicano.

Ley No. 8-90 Sobre Fomento de las Zonas Francas

Promulgada el 15 de enero del año 1990, con la finalidad de promover una política que rijan el establecimiento de empresas bajo el régimen de zonas francas como una fuente permanente que contribuye al desarrollo económico social del país a través de la generación de empleos masivos. Por medio de esta ley, el Estado rige el establecimiento de zonas francas nuevas y el crecimiento de las existentes, regulando su funcionamiento y desarrollo, definiendo las bases de identificación de metas y objetivos que sean de interés nacional, para lograr una adecuada coordinación de acción de los sectores públicos y privados a la consecución de los fines propuestos.

Marco conceptual

Estudio de Factibilidad:

El estudio de factibilidad de cierta manera es un proceso de aproximaciones sucesivas, donde se define el problema por resolver. Para ello se parte de supuestos, pronósticos y estimaciones, por lo que el grado de preparación de la información y su confiabilidad depende de la profundidad con que se realicen tanto los estudios técnicos, como los económicos, financieros y de mercado, y otros que se requieran. (Santos, 2008).

Exportación:

De acuerdo al diccionario de economía política de de Boríssov, Zhamin y Makárova, la exportación consiste en la salida de mercancías, capitales y servicios con destino al mercado exterior.

Arancel

Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), los aranceles son derechos de aduanas aplicados a las importaciones de mercancías, los cuales constituyen una fuente de ingresos para los gobiernos.

Los aranceles también son llamados barreras arancelarias, ya que de no cumplir con el pago de los impuestos que deben pagar los importadores y exportadores en las aduanas de entrada y salida, las mercancías no pueden entrar o salir del país. Los aranceles pueden ser de varios tipos, pero los más comunes son los siguientes:

Ad Valorem: Se calculan como un porcentaje del bien importado (respecto al valor).

Aranceles Específicos: Se imponen en términos de cargas o cobros monetarios específicos por unidad o cantidad de mercancía importada.

Arancel Mixto: Es una combinación de los dos anteriores (ad valorem y específico).

Barreras no arancelarias

Son las disposiciones impuestas por los gobiernos de cada país, las cuales impiden el libre flujo de mercancías entre los países. Las barreras no arancelarias pueden ser certificados sanitarios, fitosanitarios, no objeción, entre otros.

Barreras técnicas

Son los requisitos que debe de reunir un producto en específico en cuanto a su composición en general, para que pueda ingresar a un determinado mercado, como -por ejemplo- nivel del grado de azúcar de la leche escolar suministrada en las escuelas.

Toneladas

Es un término que deriva de tonel y que hace referencia a una medida de masa en el Sistema Internacional de Unidades y en el sistema métrico decimal, cuyo símbolo es t. La tonelada equivale a un peso de 1.000 kilogramos. Cabe destacar que: 1 Toneladas = 2204.62 Libras, llevándolo a la unidad de peso que utilizamos en República Dominicana.

Vertedero:

Según el Diccionario de la Real Academia Española, lugar donde se vierte basuras, residuos o escombros, generalmente situado a las afueras de una población.

Vulcanización:

Es un proceso químico para la conversión del caucho o polímeros relacionados en materiales más duraderos a través de la adición de azufre u otros equivalentes "curativos".

Envases Tetra Pak

Están conformados básicamente por capas de plástico, papel y aluminio perfectamente bien unidas que permiten la conservación de alimentos en buen estado sin la necesidad

de ser refrigerados. Las capas del envase protegen la calidad nutricional de su contenido y permiten descartar el uso de conservadores artificiales.

Marco espacial

Determinar empresa o región a exportar.

Marco temporal:

El periodo seleccionado para el plan es el 2019-2020, debido a que en este tiempo se puede investigar y diseñar un plan completo para ser llevado a cabo en el mercado seleccionado.

Aspectos Metodológicos.

Tipos de estudios

Los tipos de estudios a utilizar en la investigación son:

Descriptivo: Nos permitirá detallar el fenómeno estudiado a través de la medición de sus atributos. Este se utilizará para a través del mismo poder analizar cómo se daría la exportación de neumáticos entre las dos naciones.

Exploratorio: Tenemos por objetivo, formular el problema para posibilitar la investigación y hacer más preciso el desarrollo tomando en consideración el tipo de estudio exploratorio, porque la idea esencial es lograr tener un punto de partida de que, si será o no factible la exportación de neumáticos de República Dominicana hacia Alemania en el periodo 2019-2020, este estudio será complementado con el estudio descriptivo y explicativo.

Explicativo: Se usará para identificar las posibles razones por las cuales podría o no ser factible la relación comercial entre República Dominicana y Alemania, en el proceso de exportar neumáticos en el periodo 2019-2020. Dicho estudio estará basado principalmente en el análisis, síntesis e interpretación.

MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN

Los tipos de métodos de investigación a utilizar en esta investigación son:

- **Observación:** Va a consistir en observar el fenómeno, hecho o caso, tomar la información y registrarla para analizarla. En el mismo es muy importante colocar el mayor número de datos recopilados.
- **Inductivo:** Por medio de este podemos llegar a la formación de la hipótesis, debido a que se obtiene conclusión por medio de una idea específica.
- **Análisis:** Consiste en hacer un estudio con el fin de conocer mejor dicho objeto. En este caso el objeto a estudiar es el de la factibilidad que tiene la república dominicana en relación con la exportación de neumáticos hacia Alemania en el periodo 2019-2020.
- **Síntesis:** Este método consiste en la realización de un pequeño resumen de lo antes planteado, con el fin de integrarlo para que sea mejor comprendido.

ESQUEMA TENTATIVO

ÍNDICE

CAPÍTULO I - GENERALIDADES DE LA FACTIBILIDAD Y EXPORTACIONES

1.1. Comercio.....	2
1.1.1. Comercio Internacional	3
1.1.2. Comercio Exterior	3
1.2. Exportación	4
1.2.1. Tipos de exportación.....	6
1.2.2. Exportación indirecta.....	6
1.2.3. Exportación Directa.....	8
1.3. Regímenes Aduaneros de Exportación.....	9
1.4. Razones para exportar	11
1.5. Aranceles	13
1.5.1. Derecho aduanero/ arancel.....	13
1.5.2. Etiquetado.....	15
1.5.3. Regulaciones sanitarias	16
1.5.4. Normas técnicas	16
1.5.5. Regulaciones ambientales	17
1.5.6. Normas de calidad	17
1.6. Clasificación	18
1.7. Sistema armonizado de designación y codificación de mercancías.....	18
1.8. International Commerce Terms.....	19
1.8.1. Incoterms	19
1.8.2. Importancia de los Incoterms en las transacciones internacionales	20

1.9. Formas de pago internacional.....	22
1.9.1. Carta de crédito	22
1.9.2. Pago en efectivo por adelantado	23
1.9.3. Giro o letra de cambio.....	23
1.9.4. Cuenta abierta	23
1.9.5. Venta a consignación o contra comercio	23
1.10. Definición de un plan de negocios.....	23
1.11. Modelo de plan de negocios de exportación Bancomext 2000	24
1.11.1. Resumen ejecutivo.....	24
1.11.2. Descripción del negocio	25
1.11.3. Análisis del mercado	27
1.11.4. Cuerpo directivo	27
1.11.5. Operaciones.....	28
1.11.6. Riegos Críticos.....	29
1.11.7. Proyecciones financieras	30

CAPÍTULO II – USO DE LOS NEUMATICOS USADOS EXPORTADOS HACIA ALEMANIA

2.1. Origen del neumático	32
2.1.1. El caucho	34
2.1.2. El caucho en la República Dominicana.....	35
2.2. Búsqueda de soluciones útiles.....	37
2.3. Datos Estadísticos a nivel mundial.....	37
2.3.1. Posibilidades tecnológicas de reutilización y valorización de NFU	38
2.4. Sistemas de tratamiento para los NFU.....	39

2.5. Uso de neumáticos para convertirlos en energía eléctrica	40
2.6. Caracterización del mercado de los neumáticos y sus residuos	40
2.6.1. Ciclo de la vida de los neumáticos	42
2.7. Uso de los neumáticos usados en Alemania.....	44
2.7.1. Transformación de neumáticos usados en petróleo	46

CAPITULO III- ANALISIS DEL COMERCIO EXTERIOR DOMINICANO

3.1. Origen de las exportaciones en la República Dominicana	48
3.2. Financiamiento del comercio en la República Dominicana	49
3.3. Contexto Regional de la República Dominicana	53
3.4. Evolución de las exportaciones en la República Dominicana	54
3.5. La balanza comercial de la Republica Dominicana	55
3.6. Exportaciones desde República Dominicana a Alemania	56

CAPÍTULO IV - OPERACIONES LOGÍSTICAS DE EXPORTACIÓN EN LA REPÚBLICA DOMINICANA

4.1. Barreras comerciales	64
4.1.1. Barreras arancelarias.....	64
4.1.1.1. Tipos de aranceles	66
4.1.2. Barreras no arancelarias.....	69
4.2. Transporte	71
4.2.1. Transporte terrestre	72
4.2.2. Transporte aéreo	73
4.2.3. Transporte marítimo.....	73
4.3. Costos logísticos	74

CONCLUSIONES.....	77
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	81

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Asociación Dominicana de exportadores. (2018). Guía de exportación.

Autoridad Portuaria Dominicana (2008) Estadísticas.

Banco Central de la República Dominicana (2008): Estadísticas de Comercio Exterior.

Centro de Exportación e Inversión de la Republica Dominicana (CEI-RD) (2008). Informes Estadísticos de Exportación.

Dirección de Comercio Exterior & Administración de Tratados Comerciales (DICOEC) del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) de la República Dominicana. Recuperado el 07 de junio de 2019, de <https://micm.gob.do/direcciones/comercio-exterior/acuerdo-cariforo-union-europea-o-epa>

Dirección General de Aduanas (DGA) (2008). Informe Estadístico de Comercio.

Gómez, Dario “Análisis de programa de renovación de flota de transporte de carga en la República Dominicana”, CNC, 16 junio 2008.

Informe de la Economía Dominicana, Banco Central, 2008.

Organización Mundial del Comercio. (2016). Organización Mundial del Comercio. Recuperado el 07 de junio de 2019, de <https://www.wto.org/indexsp.htm>

Perfil Comercial República Dominicana-Alemania. (2018). Santo Domingo. D. N. República Dominicana.

USAID. (2007). IMPACTO DEL TRANSPORTE Y DE LA LOGÍSTICA EN EL COMERCIO INTERNACIONAL DE LA REPÚBLICA DOMINICANA.

World Bank Data Bank. Recuperado el 07 de junio de 2019, de <https://datos.bancomundial.org/pais/alemania>