



**UNAPEC**  
**UNIVERSIDAD APEC**

**VICERRECTORIA ACADEMICA  
DEPARTAMENTO DE CURSO MONOGRAFICO**

**Trabajo Final de Grado para optar por el título de Licenciatura en  
Negocios Internacionales**

**Título de la monografía:**

Análisis de Factibilidad de Exportación de Tabaco hacia Italia, período 2020-2021.

**Nombres de los Estudiantes:**

Jaimerys Ruíz A00091079

Ángel Pérez A00094611

Estefany Nocerino A00094964

**Nombre profesores Asesores:**

Ilena Rosario.

**Coordinación Curso Monográfico: Dra. Sención Raquel Yvelice Zorob Avila**

**Distrito Nacional, República Dominicana**

**2021**

**ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE  
TABACO HACIA ITALIA, PERÍODO 2020-2021**

## INDICE

<b>DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS .....</b>	<b>5</b>
<b>RESUMEN .....</b>	<b>19</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>20</b>
<b>CAPITULO I: .....</b>	<b>22</b>
<b>MERCADO DOMINICANO .....</b>	<b>22</b>
1.1. Análisis económico y comercial de Republica Dominicana .....	23
1.1.1. Descripción económica .....	26
1.1.2. Industria .....	28
1.1.3. Tecnología .....	30
1.1.4. Agricultura.....	33
1.1.5. Turismo.....	35
1.2. Descripción de las exportaciones realizadas por República Dominicana ...	37
1.3. Análisis de la comercialización de productos .....	39
1.4. Descripción comercial de Italia .....	41
1.4.1. Papel económico .....	43
1.4.2. Perfil del comercio entre República Dominicana e Italia .....	44
<b>CAPÍTULO II: .....</b>	<b>47</b>
<b>PROCEDIMIENTOS ADUANEROS EN EL MERCADO DOMINICANO .....</b>	<b>47</b>
2.1. La gestión de aduanas ante el sistema SIGA .....	48
2.2. Análisis de los cambios reflejados en la Gestión de Aduanas con la introducción del sistema SIGA.....	49
2.3. Beneficios de la participación del comercio exterior en el mercado dominicano .....	49
2.4. Análisis de las ventajas y desventajas del Sistema Integrado de Gestión Aduanera.....	51
<b>CAPITULO III: .....</b>	<b>53</b>
<b>EL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE REPÚBLICA DOMINICANA E ITALIA .....</b>	<b>53</b>
3.1. Generalidades para el cultivo de productos .....	54
3.2 Análisis de las condiciones de la republica dominicana para el cultivo de productos agrícolas .....	56
3.3. Descripción de los requisitos para la entrada del producto hacia Italia .....	58
3.3.1. Requerimientos y documentación .....	60
3.3.2. Leyes y documentación.....	64

3.3.3. Exportaciones hacia Italia .....	70
Impuesto sobre el valor añadido .....	71
3.4. Análisis de factibilidad para el intercambio comercial .....	75
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>78</b>
<b>RECOMENDACIONES.....</b>	<b>80</b>
<b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>	<b>82</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>86</b>

# DEDICATORIAS Y AGRADECIMIENTOS

## **Agradecimientos.**

### **A Dios:**

Por ser nuestro guía y permitirnos cumplir esta etapa de nuestras vidas.

### **A nuestros padres:**

Gracias por su amor incondicional, comprensión y apoyo. Siempre han sido testigos, y nos han impulsado para que seamos grandes, gracias por siempre estar ahí en nuestro desarrollo profesional y nuestras vidas. ¡muchas gracias

### **A nuestros profesores:**

Gracias por su tiempo, paciencia y apoyo. Gracias por dar tanto en cada clase y compartir su conocimiento con nosotros, no solo creemos si no que estamos seguros que los llevaremos de por vida.

### **A nuestros asesores:**

Ilena Rosario Gracias no solo por estar con nosotros, por orientarnos y ayudarnos en la etapa final, sino también por su entusiasmo en todo el proceso, hoy gracias a ustedes ya somos profesionales.

## **Dedicatorias**

A Dios Todopoderoso: Por darme la bendición cada día, la vida, la salud, y las fuerzas para luchar por este gran proyecto de vida. Sin el nada de esto hubiese sido posible porque solo tú conoces todo lo que pase durante estos años de estudio.

Judy Melo Mendieta (Madre): Yo creo que esta demás decirte que este logro te lo dedico a ti y que sin ti nada de esto hubiese sido posible .Gracias por ser el pilar más importante de mi vida y familia, y por siempre estar ahí dándome tu apoyo incondicional y haciendo tu mayor esfuerzo tanto físico como económico para que el día de hoy yo pudiera cumplir esta meta llenándote de orgullo porque juntas logramos esto. Tu bendición a diario a lo largo de mi vida me protege y me ha llevado por el camino del bien, Gracias por tu amor y paciencia. TE AMO.

A mis abuelos (Elsira Mendieta & Jaime Canó): Yo sé que desde el cielo ustedes están celebrando este gran logro conmigo, mamá tú que vivías investigando cómo iba en la universidad y pendiente de mi en todo, cada vez que me veías me preguntabas que cuanto me faltaba para terminar como si hubiese pasado una eternidad sin preguntarme, sé que ustedes están más que feliz con este logro el cual con todo el amor del mundo se lo dedico a ustedes.

A Ramón E. Jorge (Tito): Este logro también es para ti y por ti, gracias por ser esa guía paterna en mis momentos más difíciles, por escucharme aun cuando sacaba a mami de su tranquilidad, por tu ayuda incondicional y por siempre estar pendiente de mi como si fuera tu hija de sangre porque de corazón ya lo soy.

A mis hermanos (Claudio, Jaime & Nicole Ruiz): Con esto les enseño que sean persistentes con las cosas que quieran lograr en la vida. En el camino siempre hay muchos obstáculos, pero debes aprender a esquivarlos y continuar.

Víctor A. García: Gracias por siempre estar pendiente de mí, por darme paz cuando mis emociones estaban a flor de piel y a punto de explotar. Gracias le doy a Dios por ti porque desde que me conociste te hiciste la promesa de ayudarme siempre sin importar que pase y aquí estás cumpliendo eso. Este gran logro te lo dedico con todo mi corazón porque se lo feliz que estás de saber que lograste conmigo lo que te hubiese gustado lograr.

A mis compañeros de Monográfico (Estefany Nocerino & Ángel Pérez): Chicos no tengo cómo agradecerles esta oportunidad porque a pesar de todo lo que pase para inscribir el monográfico y llegar tarde a todo el proceso, cuando solicite su ayuda me aceptaron sin conocerme y sin pensarlo.

Por último y no menos importante Ricardo B. Valdez: No tengo cómo pagar todo lo que has hecho por mí, desde tus peleas constantes para que estudie, para que todos mis trabajos estén a tiempo, que aproveche el tiempo y mis clases al Máximo y que si no entendía algo te sentabas a explicarme como si fuera una niña pequeña para que no me vaya con dudas. Gracias por toda tu paciencia, comprensión y sobre todo el apoyo que me han brindado a lo largo de mi vida universitaria. Este logro también es para ti porque te lo mereces. Gracias por ser parte de mi familia, tu dedicación, tu disposición y sobre todo paciencia porque se lo difícil que puedo llegar a ser.

¡Se que hoy celebras este gran logro de mi vida como si fuera tuyo y sé que cada vez que me veas solo dirás, LO LOGRAMOS!

**Jaimerys C. Ruiz Melo**



## **Dedicatoria**

En mi vida, nunca pensé que llegaría este momento. Gracias a Dios, solo él & más nadie que él conoce lo que verdaderamente se pasó en todos estos años. Gracias Dios, a pesar de que no era mi convicción el estudiar esta hermosa carrera universitaria tú me ayudaste, me diste fuerzas, me guiaste & sobre todo gracias por cuidar de mi familia y de mí, pusiste en mi camino a las personas correctas para llegar a lograr esta hermosa travesía & sobre todo fue en tu momento perfecto. Te Amo Dios.

Papi (Charlychapy) Señor Rafael Pérez, amor de mi vida, mi calvo, mi viejo, mi amor, mi todo, esto es para ti. Aquí está tu hijo entregándote este título el cual con mucho sacrificio y amor me apoyaste a obtener, nada es fácil en esta vida & gracias al gran ejemplo de padre que me das, gracias a eso es que nunca desistí y me impulsé cada día más a culminar todo esto. Papi, esto es tuyo mi rey, eres más merecedor de esto que yo mismo. Se que llegue muy temprano a tu vida, se que desde ese momento todo cambió, tus planes, tú vida, tú todo.

Pero aquí estoy vivo gracias a ti, nunca te importo las medidas de patas que daba, nunca me dejaste caer en la vida aún sin tener fuerzas para eso, nunca en la vida me pusiste la mano, siempre dándole amor a tus hijos, enseñándoles el gran hombre que eres, el valor de la familia, tú no te puedes llegar a imaginar todo lo que me has enseñado en esta vida, el mejor padre del mundo debe preguntarte a ti “ ¿Como lo haces?” Porque estás por encima de él.

Prometo nunca defraudarte, prometo hacerte sentir orgulloso siempre de todo lo que sacrificaste y pasaste por mí, prometo siempre amarte, prometo siempre cuidarte, prometo siempre respetarte & honrarte sobre todas las cosas, prometo cuidar a la luz de tus ojos que son tus hijos & mis abuelos. Viejo, esto es tuyo, Te Amo.

Mami (Jenny Vizcaíno) Mi vieja Te Amo. Sólo Dios sabe mami, solo Dios sabe todas las que hemos pasado juntos, de solo acordarme de todo lo que has sacrificado en la vida lloro. Lo de "Mujer luchadora" eso te queda corto, conchale mami aquí está tu hijo culminando algo por lo que siempre se nos ponía trabas desde que yo era pequeño.

Gracias mi vida por nunca desistir, gracias mi vida por levantarte a las 5-6 de la mañana para alistar a tu hijo & así ir al colegio, gracias mi vida por darme un apoyo incondicional como a nadie en este mundo, gracias mi vida por todo eso que pasamos juntos en este mundo, sea bueno o sea malo. Gracias mi vida por todos los momentos que te sacrificaste & llegar a un nivel que preferías pasar hambre tú pero nunca tu hijo, preferías andar desarreglada en la calle pero nunca tu hijo, te humillaste muchas veces ante el mundo para que tú hijo esté bien, sin importar los maltratos que pasábamos en el camino nunca dejaste que algo de eso llegara a mí, gracias por ser mi motor, ser mi motivación para ser alguien en esta vida. Te Amo.

Tú casita va mi vieja, en el nombre de Dios yo tengo que darme ese lujo y decirte "Mira mi amor, eso es tuyo" perdóname por las veces que te falle, por las veces que "Metí la pata" todo lo hago para darle a ti y a papi todo lo bueno que se merecen. Mami, esto es tuyo Te Amo.

Najudena (Hermanos) Nashla, Justin, Delphy & Nathan. Mis hijos, mis terremotos. Luchen por sus sueños, no se dejen caer ni derribar sus ilusiones. Sus padres & su hermano mayor siempre estaremos para ustedes, siempre los apoyaremos, amaremos, respetaremos sus decisiones & sobre todo cuando caigan estaremos ahí para levantarlos. Mamá; eres cómplice de esto, cuando estaba atareado & te llamaba más de 5 veces para que me le dieras formatos, imprimir & encuadernar los trabajos sobre todo pausabas lo que hacías para ayudarme siempre. Los Amo mis hijos.

Iris Novas (Madre). Criaste un hombre, gracias por enseñarme ese valor tan hermoso & fuerte como lo es el amor de familia. Siempre has sido un ejemplo de una verdadera dama “Estudia mijo, en el mañana verás lo importante que es “.

Aunque no soy de mucho hablar siempre te agradeceré mientras vida tenga el verdadero significado de velar por tu familia, hijos, padres, hermanos. La Amo.

Miledy Pérez (Bisabuela) Mamá esto es suyo. Tanto me ataco para que entrara a la universidad & sea un ejemplo en la sociedad, aquí estoy mi vieja, ya en la recta final gracias a Dios. La Amo.

Abuelos (Noemí & Rafael) Aquí está su hijo, dando El Paso que tanto ustedes me pidieron que diera & más el que le pidieron a su primer hijo que haga desde pequeño. Esto también es de ustedes, a Dios le pido que me bendiga para seguir velando & cuidando de ustedes. Los Amo.

A mi hermoso grupo (Compañeros & familia universitaria)

Estefany Nocerino; ¡Desde el día uno! ¡Dios! Lo hicimos cariño, lo hicimos. Ni cuanta pela, mala noche, enojos, frustraciones & sobre todo nunca decaímos! Nunca nos abandonamos & teníamos que pasar juntos si o si. Gracias por ese apoyo súper incondicional & por nunca permitirme que abandone, solo nosotros sabemos lo que pasamos.

Josias de Oleo; ¡Desde el día uno! Muchísimas gracias bro por hablarme & enseñarme todo referente al amor de Dios, eres & seguirás siendo grande, siempre ser el menos dramático del grupo, al que nada le importa & todo le preocupa. Gracias por el apoyo desinteresado que siempre brindaste.

Brian González; Dios mío, gracias a ti aprendí a tener paciencia en los exámenes. Más dramático que los mismos profesores & amigos de todos ellos, gracias bro por todo.

Michelle Alcántara; Gracias por enseñarme a controlarme cuando las cosas estaban más que jodidas, por el apoyo desde el día uno & la fidelidad del verdadero compañerismo.

Sheylla García; Casi nueva integrante & parte de la familia desde el día uno. Dedicado a ti también por demostrar ser un excelente ser humano.

Patrick Volquez; Dedicado a ti por ser motivo de admiración, de lucha & de nunca rendirse. Gracias por todo.

A los que nunca confiaron & pedían que abandone.

A ustedes, a pesar de poner en duda todo fueron uno de mis motores más grandes para avanzar.

Por último & no menos importante.

A mí, Ángel Daniel Pérez. Dedicado a mí, Solo Dios sabe todo lo que tuve que pasar, las ganas que le tuve que poner de donde no lo había, la entrega, el dejar atrás mis sueños para poder cumplir en este proceso. A pesar de caer & tener la intención de abandonar nunca lo hice, siempre firme, con la cabeza en alto y siempre agarrado de Dios. No importa que circunstancia estés pasando en la vida, nunca te rindas, eres un duro & lo más importante. Eres un hijo favorito de Dios.

**Ángel Pérez**

## **Dedicatoria**

Esta monografía va dedicada a muchas personas especiales para mi familia que me apoyaron y siempre estuvieron conmigo en los momentos más difíciles y en los más felices.

En primer lugar, a DIOS por haberme permitido completar con esta tan bonita etapa de la vida, y por enseñarme los valores necesarios para hoy en día ser la persona que soy y en lo que me he convertido, gracias infinitas por todo lo que me has enseñado.

### **Dedicárselo por completo a mi familia.**

Carol Espino, mami, no tengo palabras para explicar todo el apoyo que siempre e sentido de tu parte, la palabra gracias no es suficiente para expresar todo lo que realmente te agradezco por siempre estar conmigo siempre apoyarme y simplemente siempre estar ahí. Fueron unos años difíciles y de muchos cambios el simple hecho de mudarme y dejarte fue muy difícil pero lo supimos sobrellevar, te amo con todo mi corazón y te doy las gracias por ser como eres por enseñarme que es lo importante en la vida y por simplemente amarme como me amas, sé que la nonna estaría muy feliz de mis logros tanto como tú lo estas y que estaría tan orgullosa de ti por ser la madre que eres, también sé que soy tu favorita pero tranquila, será nuestro secreto para siempre, este logro es de las dos. ¡te amo mami!

Stefano Nocerino, papi, te amo como no te lo imaginas y este logro también es gracias a ti, tú siempre estuviste ahí para mi apoyándome al mil por mil y aunque peleamos y a veces nos queremos matar sabes que te amo como a nadie en este mundo y tengo mucho que agradecerte que realmente las palabras no bastan para expresarlo, solo quiero que sepas que estaré aquí tanto para ti como para mis hermanos y que siempre los apoyare como tú lo has hecho conmigo, gracias por todo papi, sé que siempre seré tu bebe y nada en la vida me hace más feliz que saber eso, te amo.

Yesmin Bezi, sabes que para mí eres una madre, siempre ahí para mí, apoyándome, dándome consejos , regaños y todo lo que necesitaba para seguir adelante este logro también está dedicado a ti que siempre has estado en mi vida desde el día 0 y con dios por delante hasta que el mundo se acabe, las palabras no expresarían lo que realmente te agradezco y solo quiero que sepas que aunque sé que soy difícil, cabeza dura y a veces insoportable gracias por soportarme sin mirar atrás, te amo tía y siempre cuenta conmigo, tu compañera de chisme, tu compañera de aventuras y tu compañera de todo lo que se nos pueda ocurrir. ¡Te amo tía!

A mi hermana, Michela Nocerino gracias por tu apoyo, gracias por siempre estar y gracias por soportarme, sabes que te amo y este logro es de las dos no es solo mío, quiero que sepas que siempre puedes contar conmigo y que siempre seré tu compañera de vida, te amo hermana.

A mis otros hermanitos, Gregory Nocerino, Aisha Reynoso y Matías Nocerino los amo con todo mi corazón siempre serán mis chiquitines, gracias por todo el amor

que me brindan, saben que siempre tendrán una hermana mayor que los apoyara y podrán contar con ella por y para siempre. ¡Los amo!

A personas que se volvieron especiales como, Sandy Reynoso, Warquiri De Los Santos, Wilma De Los Santos y Adrián Ramírez ustedes se volvieron parte de mi vida y le agradezco a Dios por haberlos puesto en mi camino gracias por su apoyo incondicional este logro también va dedicado a ustedes.

Para personas como, Laura Ramírez que me enseñó lo que es la vida, de verdad que te amo y lo sabes, gracias por darme la oportunidad de aprender bastante contigo, gracias por siempre estar ahí, espero en volverme como tú, la tremenda mujer que eres, lo buena madre y lo buena hija, ¡te amo comadre!

A mis amigas desde kínder Layla De Granmayeh y Carla De Ciuceis, siempre fueron un apoyo incondicional y sé que puedo contar con ustedes para toda la vida, este logro es de las tres, sé que seré tremenda profesional como lo son ustedes. ¡somos más que amigas casi hermanas!

Layla De Granmayeh, gracias por aguantarme tanto ni yo misma me aguanto a veces de verdad no entiendo como lo haces tú, te amo y lo sabes, este logro es de las dos, siempre estuviste ahí para mí en toda mi carrera y sin ti la universidad no hubiera sido lo mismo, pero mira lo logramos y estoy tan orgullosa de ti como sé que lo estas de mí, de verdad que si no te conozco hace años atrás no seríamos amigas ahora pero todo pasa por algo y le agradezco a Dios por haberte puesto en mi camino, creo que solo nosotras nos entendemos cuando realmente ni nosotras



sabemos que nos pasa jaja te adoro mi amor y lo sabes, gracias por todo. ¡te amo bebe!

Raylian Hidalgo, que decirte bebe, sabes que te amo con todo mi corazón, eres mi persona especial que por alguna razón Dios quiso que estuvieras en mi camino y no sabes cuánto le agradezco por eso, lo mucho que te quiero no te lo imaginas y este va dedicado a ti también, gracias por estar conmigo durante todo este proceso, gracias por tolerarme y simplemente gracias por ser como eres. ¡Te amo!

LF, que decirte, tengo mucho que agradecerte por absolutamente todo, gracias por aguantarme, gracias por estar ahí en el proceso, tengo mucho que decirte que no te imaginas lo que me duele que no pueda decírtelo en persona pero Dios sabe lo que siento y a pesar de todo, tengo que agradecerte y decirte que gracias por todo, simplemente no sería Estefany si no te dedicaba un pedacito de mi trabajo.

A mis amigos que se convirtieron en familia, Raylian Hidalgo, Lisbeth Vásquez, Disleiny Jiménez, Elina De Ciuceis, Dariel Matos, Pedro Pérez, Fabiola De Granmayeh, Fabriela Martínez, Adael De León, Albert Reyes, Nelson Pimentel, Rubén Darío, gracias muchas gracias por todo, se convirtieron en familia y ustedes lo saben, gracias por hacer estos años de universidad más divertida y por enseñarme el valor de los amigos, los quiero a todos con todo mi corazón, ya no solo somos amigos, somos familia.

También quiero dedicar esto a mi compañero de monográfico y amigo Ángel Pérez gracias por estar ahí, por tolerar mis nerviosismos al coger exámenes, gracias por

calmarme cuando me desesperaba por lo que sea y gracias por simplemente estar ahí, te adoro y lo sabes, me siento más que feliz de poder haber vivido esta experiencia contigo, lo logramos, llegamos a la meta final bebe te quiero un mundo.

Para finalizar solo quiero que sepan que todos son importantes para mí y que este logro es de todos, y lo más importante no nos quedamos aquí, vamos por mucho más.

**¡Gracias!**

**Estefany Nocerino**

## RESUMEN

Este trabajo de investigación se basa en análisis de factibilidad de exportación de tabaco hacia Italia, período 2020-2021. El presente trabajo indica que los mercados asumen un intercambio comercial con la finalidad de proveer una serie de aspectos que permitan mejorar las relaciones comerciales, lo cual asumen determinar que necesidades se desean satisfacer para buscar los mercados que disponen de las condiciones ideales para el otorgamiento de establecer negociaciones que cumplan con los estándares del mercado exterior. Sin embargo, el intercambio comercial provee las formas adecuadas para permitir que cada mercado cumpla con un procedimiento correcto. Entre los principales hallazgos a destacar están que desde el punto de vista económico, es indudable que el sector ofrece un gran potencial para dinamizar la economía del país, especialmente para generar empleo para una población pobre, mayoritariamente mujeres con pocas alternativas de lograr salarios y condiciones de trabajo como las que ahora tienen. Las perspectivas en el mercado internacional de puros son buenas debido al crecimiento de la demanda, especialmente entre nuevos segmentos sociales, especialmente en la Unión Europea.

**Palabras clave:** estrategias a utilizar para desarrollar un plan de exportación, métodos que se utilizarán para ofrecer el tabaco en Europa, condiciones económicas y políticas del mercado italiano y dominicano, aumento de la producción.

# INTRODUCCIÓN

La globalización es una realidad incontestable que afecta a todos los continentes y a la práctica totalidad de los sectores de la economía. Factores como las nuevas tecnologías e Internet, así como las mejoras continuas en las redes de transporte internacional de mercancías siguen impulsando el proceso de internacionalización y se prevé que así continúe en el futuro. El fenómeno de la globalización y la apuesta por las actividades de exportación/importación está teniendo a las PYMES en las nuevas protagonistas de dicho proceso.

República Dominicana, a nivel nacional e internacional, se ha distinguido como productora de tabaco. A partir de los años noventa se incrementó la instalación de fábricas de tabaco en locales inadecuados para la producción y la seguridad laboral pero que después fueron mejorando sus condiciones.

Las empresas de productoras de tabaco mayormente exportan a Estados Unidos, Italia y la Unión Europea. Estas empresas se dedican a la producción y comercialización de cigarrros puros de diferentes ligas, tamaños y estilos destinados a la exportación. Por lo general, las operaciones son controladas y supervisadas por propietarios o gerente generales, quienes cuidan cada uno de los detalles utilizados en la técnica de ese rubro.

La República Dominicana exporta actualmente más de 350 millones de habanos anuales, es el principal productor mundial de puros de calidad y se ha ganado el apelativo de País de los puros. La cuidadosa gestión de los cultivos y la actitud innovadora de los productores han hecho que los puros de la República Dominicana reciban numerosos elogios de los amantes de los puros de todo el mundo.

Nuestro puro es hecho a mano, de hoja de tabaco entera, homogénea y pareja, sin revolturas, bien enrollado. Presentado en cajas de madera. Con las siguientes cualidades combustibilidad, textura, sabor, elasticidad, olor, color y equilibrio en la composición de nicotinas y aceites brindándoles a nuestros clientes la mejor calidad.

Todo el proceso de elaboración del tabaco influye en su calidad final, desde la selección de los suelos para la siembra, hasta la habilidad del artesano. El tabaco debe ser bien cosechado, bien secado, almacenado y fermentado logrando con ello la calidad que nos caracteriza.

## **CAPITULO I:**

### **MERCADO DOMINICANO**

## **CAPITULO I: MERCADO DOMINICANO**

### **Análisis de Factibilidad de Exportación de Tabaco hacia Italia, período 2020-2021**

#### **1.1. Análisis económico y comercial de Republica Dominicana**

La principal actividad económica de la República Dominicana es el turismo, con una amplia oferta de hoteles ubicados principalmente en las hermosas playas, atrae turistas de diferentes partes del mundo, especialmente de Estados Unidos, Canadá, Rusia, Europa y América Latina. Las principales regiones turísticas son Punta Cana, Bávaro, Santo Domingo, Puerto Plata y Samaná. Las remesas son una fuente importante en la economía dominicana (CeI-RD, 2019).

La agricultura ha sido reemplazada como la principal actividad económica, pero sigue siendo una fuente importante de generación de recursos, con cultivos importantes como caña de azúcar, arroz, mandioca, cacao, café, tabaco, tomates, bananas, mangos y plátanos. La moneda de la República Dominicana es el peso dominicano.

La República Dominicana tiene la economía más grande del Caribe y América Latina y es conocida por su actitud positiva hacia la inversión extranjera. Tiene un sector financiero sólido y una comunidad empresarial muy bien organizada. Según el Banco Mundial, es el país que ha recibido la mayor cantidad de inversión extranjera directa en el Caribe en 2012.

El Banco Central de la República Dominicana es el organismo que se encarga de implementar las políticas monetarias y cambiarias, de acuerdo con el Programa Monetario aprobado por la Junta Monetaria utilizando los instrumentos establecidos en la Ley Monetaria y Financiera. También emite billetes y monedas de curso legal en República Dominicana y administra eficientemente las reservas internacionales del país. La moneda de la República Dominicana es el peso dominicano.

El indicador económico es un tipo de dato económico, mediante el cual podemos extraer un análisis y, en consonancia con otros, analizar la evolución económica. Gracias a los indicadores económicos, un analista puede controlar la evolución de la economía y el ciclo económico, así como realizar predicciones sobre los posibles movimientos que prevé experimentar la economía. Su carácter estadístico permite su manejo a lo largo de la serie histórica (CeI-RD, 2019).

En función de lo que mida el indicador, podemos realizar diversas clasificaciones que permiten la selección de aquellos indicadores más adaptados al análisis que queremos realizar.

En este sentido, podemos clasificar los indicadores en función de su relevancia, en función del tiempo de reacción, de la tendencia, así como del ámbito económico.

Así, en función del tiempo, podemos clasificar los indicadores de la siguiente forma:



- Indicador económico rezagado o atrasado: El valor sufre modificaciones una vez, dicho indicador, ya se ha materializado y ha experimentado cambios en la economía.
- Indicador económico de ciclo o coincidente: Es aquel indicador que sufre modificaciones en su valor, al mismo tiempo que lo hace la economía.
- Indicador económico adelantado: Aquel indicador que sufre modificaciones antes de que estos se hayan materializado en la economía. Este tipo de indicadores permiten anticiparnos al ciclo real y aplicar políticas.
- Por otro lado, en función de la tendencia, podemos clasificarlos de la siguiente forma:
  - Indicador acíclico: No existe una correlación entre su evolución y la evolución de la economía.
  - Indicador contracíclico: Van en un sentido opuesto a la tendencia económica general. Si la economía decrece, el indicador contracíclico experimentará una tendencia alcista. Mantiene lo que llamaríamos “correlación inversa”.
  - Indicador procíclico: Su comportamiento va en línea con el ciclo económico. Existe una estrecha correlación entre la evolución económica y el indicador (Cei-RD, 2019).

La República Dominicana mantiene relaciones diplomáticas con 129 países y pertenece a múltiples organizaciones internacionales, entre ellas las siguientes: Naciones Unidas, Organización de Estados Americanos, Sistema de la Integración Centroamericana, Organización Mundial del Comercio, Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial, Centro Internacional de Arreglo de Diferencias

Relativas a Inversiones, Corporación Financiera Internacional, Banco Interamericano de Desarrollo, Corporación Interamericana de Inversiones, Banco Centroamericano de Integración Económica, Banco de Desarrollo del Caribe, Agencia de Garantía de Inversiones, y Foro del Caribe de África, del Caribe y del Pacífico.

### **1.1.1. Descripción económica**

La Economía de República Dominicana es la 8va economía de América latina siendo también a la vez la más grande e importante de toda Centro América y el Caribe ocupando el primer puesto y obteniendo el liderazgo regional. Desde el año 2012 la economía Dominicana es la de mayor crecimiento de toda América latina. Según muestran los últimos datos, el PIB de la economía dominicana ha crecido en promedio en un 6,37 % durante la Década de 1970, un 3,80 % durante la Década de 1980, un 4,98 % durante la Década de 1990, un 4,31 % durante la Década de 2000 y un 5,63 % durante la Década de 2010 (Mercado de Exportaciones, 2020).

Debido al fuerte y constante crecimiento económico que tuvo durante varias décadas (arriba del 4 %), ha logrado que República Dominicana se convierta en un país de "ingreso medio-alto" según el Banco Mundial y sea clasificado en el grupo de países con un Índice de Desarrollo Humano "Alto" según las Naciones Unidas, diferenciándose de otros países cercanos de la región como Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua o Haití. La República Dominicana es uno de los países que ha sido capaz de desarrollar una poderosa clase media Dominicana, con capacidad de adquirir una gran variedad de bienes y servicios siendo esto muy

notable en la isla caribeña y acapara alrededor del 70% de la isla, esta clase social se ha desarrollado en base a una gran variedad de profesionales en todas las áreas del conocimiento humano y una clase empresarial consolidada como la más poderosa de la región Caribe y Centroamérica.

En República Dominicana las pequeñas y medianas empresas poseen una estabilidad de crecimiento continuo y cuenta con el respaldo del estado para su desarrollo y expansión. Siendo el Estado consciente de ello su política se ha girado en torno a invertir grandes sumas de dinero en la educación de los dominicanos para lograr una mano de obra cualificada y reducir las desigualdades, mientras que al mismo tiempo el desarrollo de nuevas empresas y la atracción de inversionistas es una política primaria para el estado.

La economía dominicana depende principalmente del comercio exterior, los servicios, la minería, la industria farmacéutica, componentes electrónicos, equipos médicos, minería, textil y calzado y el turismo, siendo estos sectores los pilares de una economía diversificada y una industria altamente desarrollada.

En los últimos años, República Dominicana se ha posicionado como una potencia turística de toda Centroamérica y el Caribe, logrando que más de 7 millones de turistas visiten el país en el año 2018 (Mercado de Exportaciones, 2020).

En la actualidad, República Dominicana es el mayor receptor de inversiones extranjeras de Centroamérica y el Caribe. El país atrae año tras año a grandes capitales extranjeros, corporaciones y transnacionales debido a la estabilidad

política y económica, pero sobre todo a su posición geográfica en el centro del continente. Además, el país cuenta con grandes yacimientos mineros de oro, plata, níquel, mármol y ámbar. También cuenta con la mejor infraestructura del Caribe y es considerado en la actualidad como el Singapur del Caribe a nivel de infraestructuras, y en términos de consumo, cuenta aproximadamente con más de 7 millones de consumidores potenciales internos y con más de 900 millones de consumidores externos, todo esto gracias a los tratados de libre comercio con naciones económicamente más desarrolladas.

### **1.1.2. Industria**

Las principales actividades industriales de República Dominicana son el refinado de azúcar, la producción de cemento, cerveza, puros y cigarrillos, harina de trigo y derivados, y ron. También hay importantes industrias de plástico, calzado, textiles, confección —sobre todo camisas y los famosos sombreros de palma—, fertilizantes, melaza, muebles, materiales de construcción y petróleo refinado (Peña, 2012).

Pero su desenvolvimiento en los últimos 10 años ha sido decepcionante. No la vamos a comparar con los años del proteccionismo (años 70, 80 y parte de los 90), cuando la industria dominicana era beneficiada con leyes de incentivo en la importación de materias primas.

Herrera era una cantera de industrias que se beneficiaban de esa ley incentivo 299 para importar materias primas y equipos libre de arancel o aranceles mínimos.

Sin embargo, cuando se inició el proceso de apertura del comercio mundial a mediados de los años 90 y se derogaron muchas de esas leyes de incentivo, incluyendo la privatización de las empresas públicas, la historia comienza a cambiar.

La Zona Industrial de Herrera pasó a convertirse en un centro de acopio de bienes importados. Lo que antes producían ahora lo importaban. Simplemente no pudieron competir con la apertura del mercado porque jamás se prepararon para ello.

La mayoría de estas industrias, poseían un bajísimo nivel tecnológico, muchas se administraban como colmados de barrios o eran empresas familiares que no poseían ninguna capacidad gerencial,

Igualmente, la manufactura local ha mostrado una tasa de crecimiento que oscila entre negativas (-4.8%) en el 2009 hasta tasas positivas de 7.9% en el 2010, para después caen sistemáticamente a tasas que no superan el 6% en los últimos 5 años. En el 2017 su crecimiento fue de 2.9% (Cei-RD, 2019).

Y volviendo a la falta competitividad que causa este comportamiento decepcionante de la manufactura local, unos se refieren al tema eléctrico y los costos de energía, otros a la burocracia estatal y la corrupción, otros a la sobrevaluación del peso, algunos culpan al desinterés en invertir en nuevas tecnologías y una generalidad cuestiona al obsoleto código laboral existente que penaliza con una doble tributación la seguridad social. Se mencionan también otros costos asociados a los malos servicios que ofrece el estado dominicano desde la recogida de basura hasta los robos e inseguridad ciudadana.

### **1.1.3. Tecnología**

El crecimiento potencial de un país se puede definir como la expansión del nivel máximo de producción que se puede alcanzar, dado un nivel de tecnología y unos factores productivos en el largo plazo. Este nivel de tecnología tiene un efecto multiplicador en la función de producción, relacionando factores como los recursos humanos, recursos naturales y el capital. La diferencia que existe entre los niveles de vida de diferentes países, según la teoría económica moderna, tiene que ver una parte por el componente tecnológico; por esta razón se considera que invertir en este factor resulta óptimo. República Dominicana no es la excepción a esta forma de razonar (CeI-RD, 2019).

Dos ejemplos históricos que evidencian este impulso al crecimiento que otorga el desarrollo tecnológico son la Revolución Industrial del siglo XIX y la Revolución Informática desde mediados del siglo XX hasta el presente.

La implementación durante la revolución industrial del motor de vapor a la industria, el transporte, la producción en masa, entre otras actividades, facilitó una fuerte aceleración del ritmo de crecimiento del ingreso en las economías, que luego pasarían a llamarse industrializadas o desarrolladas. Este cambio de paradigma tecnológico mejoró considerablemente las condiciones de vida de todos los seres humanos en el planeta.

Durante la revolución informática se generaron avances tecnológicos alrededor del procesamiento de información y las redes. Estos avances han cambiado el entorno

del mercado laboral y la vida diaria. La adquisición de información, hacer negociaciones, emprendimiento, comunicación, publicidad, entretenimiento, movilidad de capital, entre otros, son hoy actividades fáciles de realizar gracias a este avance. Esta revolución creó la oportunidad de generar nuevas profesiones que antes no existían.

Estos dos eventos históricos, permiten evidenciar que la tecnología tiene un gran impacto en el crecimiento y la competitividad de un país. República Dominicana ha logrado incorporar más de un tercio de la población a la conexión a internet, además a principios del 2014 se realizó la primera cirugía robótica exitosa, por parte de médicos dominicanos en el Hospital Metropolitano de Santiago (HOMS), entre otros avances tecnológicos concernientes a la medicina. Es importante resaltar, que la intervención de un mayor número de empresas extranjeras, incluso las de Zonas Francas, han permitido la incorporación de maquinarias y procedimientos más avanzados que han hecho la actividad productiva de ciertos sectores más eficiente, generando un mayor valor agregado a la economía dominicana (Ministerio de Agricultura, 2012).

Sin embargo, resulta clave que República Dominicana continúe invirtiendo en nuevas tecnologías, tal vez adoptadas ya por otros países, para lograr un mayor crecimiento, siendo primordial la inversión destinada a la formación del capital humano que forma parte de la operatividad de dicha tecnología. Esta es una inversión que se verá reflejada en el largo plazo; sin embargo, su rentabilidad en el

tiempo es alta, y tiene el potencial de repercutir positivamente en las generaciones presentes y futuras.

Para analizar el estado de la tecnología actual, nuestra plataforma transversal de medición debe ser el Internet.

La cantidad de usuarios que hoy pueden conectarse al mismo se estima que es alrededor de 7 millones de cuentas, según el informe que emite el INDOTEL, donde expone la cantidad de cuentas con accesos permitidos en la República Dominicana. El desarrollo de una economía digital que beneficie a la población, al gobierno y al sector productivo se sustenta en la disponibilidad de una infraestructura de telecomunicaciones y banda ancha de calidad, accesible en todo el territorio nacional y asequible a toda la población.

En la República Dominicana, el sector privado y el Gobierno han trabajado en el desarrollo de esta infraestructura, a lo largo de la última década; con iniciativas público-privadas, que han hecho posible el aumento considerable de las suscripciones de Internet y de los servicios ofrecidos a través de esta red, así como el masivo uso de los teléfonos celulares.

El gobierno, a través del Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones (FDT), bajo la responsabilidad del Instituto Dominicano de las Telecomunicaciones (INDOTEL), ha implementado el programa de Banda Ancha Rural en más de 500 comunidades rurales y urbanas; se han habilitado más de 900 salas digitales que han beneficiado a diferentes sectores de la sociedad, incluyendo a las personas con



discapacidad y 96 centros tecnológicos comunitarios, cubriendo todas las provincias del país. Se instalaron servicios de Wi-Fi en más de 100 municipios; para el acceso gratuito a Internet, se han dotado de computadoras a miles de estudiantes de escasos recursos económicos y se ha implementado el programa de la Excelencia Académica, en coordinación con el Instituto Tecnológico de las Américas (ITLA).

A fin de cumplir con el objetivo de tener acceso universal para toda la población dominicana el país enfrenta importantes desafíos en materia de infraestructura y acceso a las telecomunicaciones/TIC que se manifiestan en los siguientes aspectos:

#### **1.1.4. Agricultura**

República Dominicana es uno de los 5 principales productores mundiales de papaya y aguacate y uno de los 10 mayores productores de cacao.

En 2018, República Dominicana produjo 644 mil toneladas de aguacate (es el segundo productor más grande del mundo), 1 millón de toneladas de papaya (es el cuarto productor más grande del mundo), 5.2 millones de toneladas de caña de azúcar, 2,1 millones de toneladas de plátano, 85 mil toneladas de cacao, 442 mil toneladas de aceite de palma, 407 mil toneladas de piña, 403 mil toneladas de coco, 627 mil toneladas de arroz, 160 mil toneladas de mandioca, 136 mil toneladas de naranja, además de producciones menores de otros productos agrícolas como patata, limón, melón, cebolla y ñame (CeI-RD, 2019).

En ganadería, República Dominicana produjo, en 2019: 354 mil toneladas de carne de pollo; 79 mil toneladas de cerdo; 64 mil toneladas de carne de vacuno; 916 millones de litros de leche de vaca, entre otros.

La agricultura es una fuente de ingreso importante en el Caribe proveyendo empleo a una quinta parte de los trabajadores de la región. Muchos países son muy vulnerables a los desastres naturales y no tienen defensa ante las fluctuaciones de los precios. A pesar de esto, la industria permanece, en su mayoría, sin seguros contra choques mayores.

Estos son los hallazgos de un nuevo reporte del Banco Mundial, 'Manejo del riesgo de la agricultura en el Caribe' (i), que detalla las experiencias y lecciones aprendidas en la región entre los años 2009 y 2012.

En los pasados 20 años, los países del Caribe han gastado cada uno, anualmente, entre el 1 y el 9% de su PIB para lidiar con los efectos de las amenazas meteorológicas. A esto se añade el hecho de que las preferencias cambiantes dentro del mercado europeo han contraído las importaciones tradicionales de la región - azúcar, bananos, cacao y arroz.

La industria de la agricultura del Caribe, consecuentemente, ha empezado a declinar o rezagarse, en la medida en que los agricultores y gobiernos absorben los costos de las amenazas meteorológicas y las fluctuaciones de los precios. Esto a su vez ha traído como consecuencia, niveles más bajos de ingresos en el área rural, pobreza aumentada, y crecimiento económico y competitividad reducidos.

A excepción de la industria del banano en el Caribe del Este y en una institución de seguros existente en la República Dominicana, los seguros agrícolas contra tales choques no existen dentro del Caribe.

### **1.1.5. Turismo**

El turismo del país se ha convertido en la industria primaria de ingresos económicos para el mismo y sus principales provincias, dedicadas a dicha actividad industrial. El país ofrece una amplia opción de comodidades en la ciudad, en la montaña y en los hoteles de las costas playeras.

La República Dominicana es uno de los principales lugares vacacionales para los países del continente europeo, América del Norte Estados Unidos y Canadá y también de los países de Sudamérica. Esto se debe a que la isla posee una rica historia y cultura única, además de su población tan acogedora y amable. Asimismo, por sus estupendas playas caribeñas y por su clima tropical y único (Cei-RD, 2019).

Las principales zonas de actividad turística en el país son las regiones del Este, Norte, Santo Domingo y Barahona, pero, sin embargo, se ha registrado un incremento en el interior, con muchas excursiones a pie o en bicicletas a través de las montañas y de los campos. En el 2001 la República Dominicana fue visitada por más de dos millones de personas. Debido al 11 de septiembre "Derrumbe de las Torres Gemelas Del World Trade Center" El Aeropuerto de las Américas tuvo que cerrar temporalmente y aviones cerca de la zona tuvieron que aterrizar. Según el Banco Central, la industria del turismo dominicano ha generado en el dicho año, una

cantidad de 2,103 millones de dólares, la cual equivale al 18%, superando la cifra alcanzada en el año anterior, la cual tuvo una cifra de 1,782 millones (CeI-RD, 2019).

Conforme a las cifras del Banco Central, más de 2.5 millones de turistas llegaron en avión al país en el 2001, un 10.1% mayor respecto a la cifra dada en el 2000. El 58% de los turistas, provenían de países europeos, en su mayoría países como Alemania, Francia, Reino Unido, Italia, España, Suiza, y de América, se registraron países como Estados Unidos, Canadá, México, Venezuela, Brasil, Argentina y entre otros.

El turismo es uno de los sectores más importantes de la economía dominicana, debido a que este hace grandes aportes al mismo. Los desplazamientos de turistas hacia otros puntos del país implican gastos, sobre todo cuando es de una nación a otra, ese es el caso del país; los turistas extranjeros generalmente consumen en dólares o intercambian su moneda por el peso dominicano, esto genera una inyección de dólares a la economía y de esta forma, el país puede comprar los servicios y productos que no produce. El país tuvo ingresos en el 2004 de 2,557 millones de euros.

La República Dominicana, gracias a su ubicación geográfica en el Caribe, posee muchas zonas que son explotadas para el turismo, debido a las bellas playas que tiene, así como también sus bellos paisajes. Las provincias más explotadas en cuanto a turismo se refiere, después de la era de Trujillo, son Puerto Plata, La

Romana y La Altagracia, también cabe destacar que la península del Este, es la zona turística más importante del país.

El turismo dominicano es un tema que forma parte de la vida diaria de sus ciudadanos, ya que de él depende en gran parte del sustento económico del mismo, así como su manera de vivir.

## **1.2. Descripción de las exportaciones realizadas por República Dominicana**

En 2020 las exportaciones en República Dominicana cayeron un 9,53% respecto al año anterior. Las ventas al exterior representan el 12,59% de su PIB, un bajo porcentaje comparado con el de otros países, que le sitúa en el puesto 140 de 191 países del ranking de exportaciones respecto al PIB (Isaac, 2011).

Con una cifra de 9.065,6 millones de euros República Dominicana ocupa el puesto número 85 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 60,6%. Si miramos la evolución de las exportaciones en República Dominicana en los últimos años se observa que han caído respecto a 2019, como ya hemos visto, aunque han subido respecto a 2010 cuando fueron de 5.094,4 millones de euros, que suponía un 11,07% de su PIB.

Las principales exportaciones de la República Dominicana son el ferroníquel, la azúcar, cacao, melaza, café, oro y tabaco. A principios de la década de 1990 el valor anual de las exportaciones era de 562 millones de dólares y el de las importaciones de 2.175 millones de dólares. Estados Unidos es el principal socio comercial del país, además de Venezuela, México, Países Bajos, Puerto Rico y Japón. Las principales importaciones son la maquinaria, repuestos, hierro y acero, productos alimenticios, petróleo y derivados, automóviles, algodón y sus manufacturas, y productos químicos y farmacéuticos (Isaac, 2011).

La 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.

Estados Unidos sigue siendo el principal comprador de productos dominicanos, y de cumplirse los datos positivos de crecimiento esperados en este país, el crecimiento del principal socio comercial se convertiría en crecimiento para la propia República Dominicana.

Entre los productos más exportados desde la República Dominicana a Estados Unidos se encuentran instrumentos médicos (20%), cigarrillos (13%), joyería (8,7%),

interruptores automáticos y paneles (8,6%), calzado (6,2%), ropa de algodón (4,4%) y medicinas y productos farmacéuticos (2,4%).

Los instrumentos médicos y los cigarrillos no sólo encabezan la lista, sino que, de todo el grupo de principales productos dominicanos exportados, son los que lideran el crecimiento: un asombroso 93% para los equipos médicos y un remarcable 77% para el tabaco.

770 millones de dólares generaron las exportaciones desde República Dominicana a Canadá en 2016. El quinto país con mayor volumen comercial del mundo es el tercer mejor cliente de los productores dominicanos, en gran parte, gracias al oro.

Las extracciones de oro de la compañía canadiense Barrick Gold en Cotuí, tras la renegociación de un acuerdo con el gobierno dominicano en 2013, explican el extraordinario ascenso de las exportaciones a Canadá. Si en 2012 el volumen de las exportaciones a este país representaba tan sólo un 0,93% del total, en 2013 llegó a alcanzar el 12,23% sobre el total de las exportaciones dominicanas.

### **1.3. Análisis de la comercialización de productos**

Uno de los objetivos principales que poseen las organizaciones empresariales es el de vender los productos y servicios que ofrece y conseguir que los clientes los compren (Isaac, 2011).

En muchas ocasiones, las empresas poseen productos muy interesantes y con muy buenas características, pero no consiguen tener gran éxito en el mercado debido a que no se realiza una buena comercialización.

La comercialización de un producto o servicio, se centra en la acción de comercializar, que consiste en poner a la venta un producto, darle las condiciones comerciales necesarias para su venta y dotarla de las vías de distribución que permitan que llegue al público final.

La comercialización se basa en todas las técnicas y decisiones enfocadas a vender un producto en el mercado, con el objetivo de conseguir los mejores resultados posibles.

Sin embargo, todas estas decisiones y estrategias planteadas para conseguir que los clientes elijan nuestros productos deben ser fruto de un estudio exhaustivo de todos los factores que afectan a la comercialización. El área comercial y de marketing debe encargarse de la análisis y estudio del mercado, de la competencia, de los consumidores, para poder saber qué es lo mejor para poder vender el producto. Solo así podrán decidir cuál es el precio, la forma de distribución y la promoción que debe realizarse, para obtener los objetivos planteados.

El modo en que vamos a vender un producto no puede dejarse a la improvisación. Sino que debe ser el producto de una estrategia coordinada de acciones encaminadas a conseguir que el producto llegue al consumidor y que este nos elija entre las diferentes opciones que posee en el mercado. No importa la calidad de un



producto, si no somos capaces de venderlo. Por ello, esta estrategia deberá plasmarse en el plan de negocio de una empresa, e irá en concordancia con todas las decisiones que se describan en él.

#### **1.4. Descripción comercial de Italia**

Italia tiene una economía orientada a la exportación y es el décimo mayor exportador e importador mundial, con un comercio que representa casi el 60% de su PIB (Banco Mundial, 2019).

Según los últimos datos de ISTAT, de un total de 195.745 empresas exportadoras en Italia, alrededor del 45% está activo en la industria manufacturera, que tradicionalmente ha sido el sector clave para las exportaciones italianas (especialmente para maquinaria, moda y artículos de lujo, muebles). Otras exportaciones importantes incluyen medicamentos, automóviles y repuestos de vehículos, petróleo refinado, maletas y maletines, neceseres y calzado. Italia además es el segundo mayor exportador de vino en el mundo.

Italia depende de las importaciones para sus necesidades energéticas, por lo tanto, los productos de petróleo y gas se encuentran entre los principales artículos en las facturas de importación del país, junto con los automóviles y medicamentos. El año 2020, sin embargo, se caracterizó por una caída sin precedentes del volumen de importaciones y exportaciones, debido a la crisis económica global provocada por la pandemia de COVID-19: el FMI estima que las exportaciones italianas cayeron en un 17,8%, y que las importaciones corrieron la misma suerte (-19%). Se prevé

que ambos indicadores repunten durante 2021 (11,5% y 11,8% respectivamente), aunque la situación comercial global sigue siendo incierta.

Los principales socios comerciales de Italia son Alemania (12,2%), Francia (10,5%), Estados Unidos (9,6%), Suiza (5,5%) y el Reino Unido (5,2%), mientras que Japón fue el país con la mejor tendencia de crecimiento (+20% después de que entrara en vigor el acuerdo comercial entre este país y la UE). Los principales países de origen para las importaciones italianas son Alemania (16,5%), Francia (8,7%), China (7,5%) y los Países Bajos (5,4%) (datos de la OMC) (Labraga, Schecker, & Isa, 2017).

Desde la crisis de la deuda soberana en 2010 y después de varios años de registrar un déficit comercial, Italia ha cambiado de dirección y ha registrado saldos comerciales positivos en los últimos años. Según datos de la OMC, en 2019, el país exportó bienes por un valor de 532.600 millones USD (-3% anualmente), mientras que las importaciones bajaron con un ritmo más rápido (-6%), llegando a 473.500 millones USD.

En el mismo año, Italia exportó servicios por un valor total de 121.400 millones USD, mientras que sus importaciones de servicios fueron de 122.600 millones USD. El superávit comercial representó un valor total de 122.600 millones USD, el superávit comercial de bienes y servicios representó en torno a 3% del PIB (en comparación con 2,4% un año antes, Banco Mundial).

### **1.4.1. Papel económico**

La Economía de Italia es la octava más grande a nivel mundial en términos absolutos de acuerdo con el criterio del PIB nominal. A nivel regional, la italiana es la tercera mayor economía de la eurozona, detrás de Alemania y Francia. En términos relativos o de paridad de poder adquisitivo (PPA), se encuentra también entre las mayores del mundo (Isaac, 2011).

El sector secundario o industrial ha sido el motor del desarrollo italiano, y el actual eje de su economía. Como en la economía de muchos de los países europeos, el sector terciario o sector servicios también tiene un gran peso en la economía italiana. El país ha sido también miembro fundador de la Unión Europea, de la eurozona, de Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y del grupo G-7.

En el período de posguerra, Italia se transformó de una economía basada en la agricultura, la cual había sido severamente afectada por las consecuencias de las guerras mundiales, para pasar a convertirse en una de las naciones más industrializadas del mundo y un país líder en el comercio internacional y en las exportaciones mundiales. Según el Índice de Desarrollo Humano, el país goza de un muy alto nivel de vida estándar y tiene la octava calidad de vida más alta del mundo según la revista europea de economía The Economist. Italia es el tercer país del mundo con más reservas de oro a nivel mundial, y es el tercer mayor contribuyente neto al Presupuesto de la Unión Europea.

El país también es bien conocido por su influyente e innovador sector económico empresarial, lo que le hace una nación muy industrializada (siendo que Italia es el segundo país más fabricante de Europa después de Alemania además de poseer un competitivo sector agrícola (Italia es el mayor productor de vino del mundo), y por sus creativos diseños con una alta calidad de fabricación en el sector de los automóviles, navales, industriales, electrodomésticos y de moda. Italia también es el mercado más grande de bienes de lujo dentro de Europa (tercero a nivel mundial) y la riqueza privada existente dentro del país es una de las más grandes del mundo.

A pesar de estos importantes logros, la economía del país sufre en la actualidad problemas estructurales y no estructurales. Tras haber experimentado un fuerte crecimiento de su Producto Interno Bruto (PIB) durante el periodo 1945-1990, las tasas de crecimiento económico promedio anual de Italia durante las dos últimas décadas se situaron por debajo de la media del crecimiento de la Unión Europea.

#### **1.4.2. Perfil del comercio entre República Dominicana e Italia**

En cuanto a la República Dominicana y la República Italiana, 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.” (Cei-RD, 2019)

Las exportaciones dominicanas hacia Italia han mantenido un comportamiento fluctuante durante el periodo 2013-2017. Durante el periodo en estudio, las exportaciones dominicanas pasaron de US\$59.316 millones en el 2013 a US\$63.655 millones en el 2017, con un crecimiento promedio anual de un 5% (CeIRD, 2019).

Las exportaciones dominicanas hacia Italia se redujeron en el 2014 cuando las mismas alcanzaron los US\$41.81 millones, para una reducción de un 29.52%. En el 2015 se produce otra importante caída en las exportaciones, cuando estas alcanzan los US\$28.14 millones, para una reducción porcentual de un 32.68%.

A partir del 2016 se produce un aumento de las exportaciones dominicanas. En ese año, las exportaciones dominicanas crecen en un 103%, colocándose estas en US\$57.14 millones.

Finalmente, en el 2017, el crecimiento en las exportaciones dominicanas continua, cuando estas alcanzan el máximo registrado durante el periodo en estudio. En este año, las exportaciones se colocan en US\$63.65 millones, con un crecimiento porcentual de un 11.41%, respecto al año anterior (Labraga, Schecker, & Isa, 2017).

En cuanto a los productos exportados en el 2017, los principales diez concentran el 80.21% de las exportaciones dominicanas hacia Italia. En la lista de los diez principales productos exportados destacan el cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado (SA 1801.00) con US\$12.75 millones, instrumento identificado por

el uso ostomio (SA 3006.91), US\$7.25 millones, ferroníquel (SA 7202.60), US\$6.29 millones.

Respecto a nuestras compras de productos provenientes de Italia, las mismas experimentaron un fuerte crecimiento desde el 2013 hasta el 2016, pasando de US\$211.42 millones a US\$505.92 millones, respectivamente.

En el 2017, las importaciones experimentaron una fuerte reducción, cuando las mismas sumaron US\$260.32 millones, para un descenso de un 48.54% respecto al 2016.

A pesar de la disminución de las importaciones dominicanas de productos provenientes de Italia, durante el periodo en estudio, el valor de las importaciones desde dicho país creció en un 13% anual.

La República Dominicana importa una gran variedad de productos provenientes de Italia. En el 2017, el principal producto importado desde Italia por la República Dominicana fue artículos de plástico y manufacturas de las demás materias (SA 3926.90), con US\$12.72 millones.

**CAPÍTULO II:**  
**PROCEDIMIENTOS ADUANEROS EN EL MERCADO**  
**DOMINICANO**

## **CAPÍTULO II: PROCEDIMIENTOS ADUANEROS EN EL MERCADO DOMINICANO**

### **2.1. La gestión de aduanas ante el sistema SIGA**

El Sistema Integrado de Gestión Aduanera (SIGA) de la Dirección General de Aduanas está diseñado para apoyar los procesos de importación y exportación, acelerar las transacciones y reducir los costos involucrados en el comercio internacional. Esta solución soporta el pago de impuestos aduanales por la vía electrónica (Mercado de Exportaciones, 2020).

Otras ventajas adicionales de este sistema son que mejora la conformidad con los requisitos legales que rigen el comercio internacional, facilita una mayor cooperación en materia de procesos aduaneros, tránsito y presentación, clasificación, comunicación electrónica e impresión de documentos. En definitiva, este sistema ayuda a la Dirección General de Aduanas a cumplir con sus responsabilidades fiscales y de control de forma más eficaz.

Características:

- Presentación de Manifiestos
- Presentación de Declaración y Aprobación de los Órganos Anuentes
- Funciones básicas como la Inspección Aduanal, Riesgos, Valoración,



- Pagos, Legislación y Manejo de Faltas
- Registro de Entrada y Salida de Vehículos

## **2.2. Análisis de los cambios reflejados en la Gestión de Aduanas con la introducción del sistema SIGA**

El Sistema Integrado de Gestión Aduanera (SIGA) de la Dirección General de Aduanas está diseñado para apoyar los procesos de importación y exportación, acelerar las transacciones y reducir los costos involucrados en el comercio internacional. Esta solución soporta el pago de impuestos aduanales por la vía electrónica (Cei-RD, 2019).

Otras ventajas adicionales de este sistema son que mejora la conformidad con los requisitos legales que rigen el comercio internacional, facilita una mayor cooperación en materia de procesos aduaneros, tránsito y presentación, clasificación, comunicación electrónica e impresión de documentos. En definitiva, este sistema ayuda a la Dirección General de Aduanas a cumplir con sus responsabilidades fiscales y de control de forma más eficaz.

## **2.3. Beneficios de la participación del comercio exterior en el mercado dominicano**

Para la República Dominicana el comercio exterior es el corazón de su economía: del volumen de ingresos de moneda extranjera depende, en gran medida, la

actividad económica. La reserva monetaria de este país es determinante para la ejecución de planes de desarrollo económico.

Los defensores del libre comercio se basan en los siguientes Beneficios:

- Genera codependencia. Las naciones que comercian libremente pasan a depender la una de la otra y a estrechar lazos comerciales y diplomáticos, yendo así en contra de la aparición de las guerras.
- Promueve la ventaja comparativa. Esto es, los países tienden a especializarse en los bienes que son más eficaces produciendo y exportando, pudiendo así importar los bienes en que no son tan eficientes a buen precio relativo. Esto significaría una mejora en la calidad de vida del país.
- No distorsiona el comercio. Permite el surgimiento de dinámicas comerciales internacionales libres de aranceles y otros mecanismos que interfieren en su dinámica “natural”.
- Permite el crecimiento regional. Enriquece a las regiones que comercian libremente entre sí, en oposición al mercado internacional ordinario (Isaac, 2011).

## **2.4. Análisis de las ventajas y desventajas del Sistema Integrado de Gestión Aduanera**

Uno de sus principales beneficios es que permite realizar interfaces de certificación presupuestal, compromiso anual, registros SIAF y devengados.

Asimismo, permite subir al sistema nuevas metas aprobadas

- Mejora la calidad de ejecución (CN y PAC)
- Simplifica los procesos y se produce un ahorro en los recursos al haber mayor productividad y redistribución de recursos.
- Posee información sistematizada de compras corporativas, consulta de precios y toma de decisiones.
- Cumple con los Órganos Rectores de los Sistemas Administrativos del Estado
- Crea ordenamiento al disminuir las malas prácticas y promover la transparencia.
- Provee de un catálogo único de bienes y servicios, estandarizado a nivel nacional y enlazado con la tabla de operaciones 2 del SIAF (Isaac, 2011).

gracias al SIGA el país fue el primero en implementar el Certificado de Origen Electrónico en el bloque DR-Cafta y el trámite electrónico del despacho aduanal, incluido el pago por e-banking de los tributos, está disponible durante las 24 horas del día, los siete días de la semana, y la “aduana sin papel es una realidad en la República Dominicana”.

El trámite de las importaciones amparadas en el DR-Cafta o el EPA, el desmonte arancelario que deba ser reconocido a cualquier producto, se realiza por la vía electrónica y de manera automática.

**CAPITULO III:**

**EL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE REPÚBLICA  
DOMINICANA E ITALIA**

## **CAPITULO III. EL INTERCAMBIO COMERCIAL ENTRE REPÚBLICA DOMINICANA E ITALIA**

### **3.1. Generalidades para el cultivo de productos**

En la agricultura dominicana encontramos dos sistemas de cultivos que son:

El policultivo: es el sistema que predomina en el país debido a que el minifundio es la forma de tenencia prevaleciente, en esta la tierra es dedicada a cultivos diversos los cuales están destinados a la alimentación del campesino. Este sistema es muy común en el Cibao central especialmente en las provincias Espaillat, La Vega, Salcedo, etc. donde existe los mejores suelos agrícolas del país (CeI-RD, 2019).

El monocultivo: consiste en un sólo cultivo y se corresponde con las grandes plantaciones o latifundios, por ejemplo, las plantaciones de caña de azúcar en la región Este. En sentido general este tipo de sistema lo encontramos en Puerto Plata, San Pedro de Macorís, La Romana, La Altagracia, El Seibo, Hato Mayor, San Juan y Azua, entre otras.

También podemos hacer una clasificación atendiendo a la producción y distribución de los productos, estas son: sistemas de agricultura de autoconsumo, sistema de plantación y la agricultura itinerante. Además, la agricultura puede ser intensiva y extensiva.

La agricultura intensiva se desarrolla en aquellos lugares en donde el terreno es escaso y de alto valor económico o en donde existe carencia de agua, dadas estas características corresponden a propiedades pequeñas y en ellas se procura producir la mayor cantidad de productos con el mínimo espacio posible. Para el logro de estos altos rendimientos se utilizan abonos y semillas seleccionadas, la mano de obra requerida y se hace uso de las más avanzadas técnicas y tecnologías agrícolas. Por sus características este tipo de agricultura intensiva produce generalmente frutas, flores, verduras, etc. Las zonas del país donde se localiza este sistema de producción son: Constanza, Jarabacoa, El Limón, Azua, San Juan, y otros.

La agricultura extensiva se desarrolla en lugares poco poblados donde se dispone de mucha tierra y mano de obra escasa y cara, este tipo de agricultura está dirigida a producir a gran escala y a bajos precios.

También podemos hacer una clasificación atendiendo a la producción y distribución de los productos, estas son: sistemas de agricultura de autoconsumo, sistema de plantación y la agricultura itinerante. Además, la agricultura puede ser intensiva y extensiva.

La agricultura intensiva se desarrolla en aquellos lugares en donde el terreno es escaso y de alto valor económico o en donde existe carencia de agua, dadas estas características corresponden a propiedades pequeñas y en ellas se procura producir la mayor cantidad de productos con el mínimo espacio posible. Para el logro de estos altos rendimientos se utilizan abonos y semillas seleccionadas, la mano de

obra requerida y se hace uso de las más avanzadas técnicas y tecnologías agrícolas. Por sus características este tipo de agricultura intensiva produce generalmente frutas, flores, verduras, etc. Las zonas del país donde se localiza este sistema de producción son: Constanza, Jarabacoa, El Limón, Azua, San Juan, y otros.

La agricultura extensiva se desarrolla en lugares poco poblados donde se dispone de mucha tierra y mano de obra escasa y cara, este tipo de agricultura está dirigida a producir a gran escala y a bajos precios.

### **3.2 Análisis de las condiciones de la republica dominicana para el cultivo de productos agrícolas**

La República Dominicana tiene un PIB per cápita de \$ 7,918 y una alta tasa de crecimiento económico de 6 a 7 por ciento per cápita en 2018 entre los países latinoamericanos, con una población de aproximadamente 11 millones y un número de turistas anuales de aproximadamente 6 millones que solidifica el mercado interno para productos agrícolas en la República Dominicana, pero el porcentaje de la producción económica cayó del 15 por ciento en 2013 al 6,2 por ciento en 2018 y el ingreso de los agricultores fue muy bajo en \$ 491. Además, la industria agrícola de la República Dominicana, como Corea, se enfrenta a una apertura externa de las importaciones agrícolas debido a la conclusión del TLC con los EE. UU., E internamente, al aumento del costo de la producción agrícola debido al aumento de los precios de los materiales agrícolas, una disminución en la población rural y la escasez de mano de obra causada por el envejecimiento (Valderrama, 2013).



Además, se espera que el precio del arroz que EE. UU quiere exportar a República Dominicana sea inferior a la mitad. Muchos agricultores tendrán dificultades en la producción si se implementa la exención arancelaria en 2024. Por lo tanto, para aumentar los ingresos y mejorar la competitividad agrícola, el gobierno debe proporcionar maquinarias agrícolas a un precio asequible a través de inversiones y subsidios en la mecanización para aumentar la eficiencia en las operaciones agrícolas, reducir los costos de producción agrícola y aumentar la productividad y la calidad a través del desarrollo y la distribución de tecnologías de cultivo. Además, el gobierno debe centrarse en la exportación de cultivos aumentando la productividad y la calidad al nivel de los países avanzados, invirtiendo en instalaciones, vegetales y frutas como mango, aguacate, chinola, plátanos, piñas, fresas, pimentón y tomates, de Cultivos tradicionales de exportación como caña de azúcar, cacao, café y tabaco.

La República Dominicana cubre el 27 por ciento del territorio del país, pero su tasa de utilización real es de alrededor del 13 por ciento y el resto no está disponible o administrado. Además, aunque algunas fincas están equipadas con agua y la tierra está lejos de la granja, y allí Hay muchos arrozales que no tienen una granja, por lo que es difícil ingresar o usar máquinas agrícolas individualmente. Como resultado, el arroz se cosecha por cosechadora, pero para transportar los granos, se utilizan caballos y humanos. Además, si bien los molinos y la inclinación de los arrozales son realizados por tractores, muchos de ellos con malas instalaciones de drenaje hacen que sea imposible que los tractores pesados los aplasten, por lo que las vacas y los caballos lo hacen en su lugar. Además, para reducir los esfuerzos en el

cultivo del arroz, el gobierno quiso introducir dos máquinas de arroz, un acondicionador de suelo, una máquina de siembra automática y un cartón de lactancia de Corea hace cinco o seis años atrás, pero la mayoría de los arrozales que no tuvieron un suministro adecuado de arroz, no se utilizó bien, por lo que el suministro de arroz se suspendió debido a los altos costos, como la compra de cajas y la instalación de materiales en tierra.

### **3.3. Descripción de los requisitos para la entrada del producto hacia Italia**

Miles de importación están sujetos a una declaración en versión informática o en papel. Encontrará más información al respecto en la página de la Agencia delle Dogane (Agencia de Aduanas).

En el marco de las normas "SAFE", promovidas por la Organización Mundial de Aduanas (OMA), la Unión Europea ha puesto en marcha un nuevo sistema de control de las importaciones, el "Sistema de control de las importaciones" (ICS), cuyo objetivo es asegurar el flujo de mercancías en el momento de su entrada en el territorio aduanero de la UE. Este sistema de control forma parte del programa comunitario eCustomer en vigor desde el 1ro de enero de 2011. Desde entonces, los operadores deben obligatoriamente hacer una declaración sumaria de entrada (ENS "Entry Summary Declaration") a la aduana del país de entrada, antes de la introducción de mercancías en el territorio aduanero de la Unión Europea (Isaac, 2011).

Las mercancías no agrícolas que entran en el territorio de la UE deben cumplir con las formalidades de aduana (declaración sumaria). Esta declaración deberá ser realizada por la persona que trae las mercancías al territorio. Este procedimiento puede tomar:

- 45 días en el caso de mercancías transportadas por vía marítima;
- 20 días en el caso de mercancías transportadas por vía otra que marítima.

Los materiales pueden entrar temporalmente sin derechos de aduana si se van a utilizar para la fabricación de productos para la exportación. En este caso, el importador debe depositar una garantía (de una compañía de seguros o un banco) por el monto de los derechos de entrada e impuestos. Esta garantía será reembolsada cuando el producto final sea exportado. Este proceso también se aplica a las mercancías previstas para ser reexportadas.

Las mercancías en tránsito sólo necesitan un documento de tránsito de la UE.

El perfeccionamiento activo es libre de tratamiento aduanero. Sólo los bienes que se venden en el mercado de la UE están sujetos al pago de derechos de importación e impuestos.

En el caso de perfeccionamiento pasivo, los derechos de aduana e impuestos se aplican sólo al valor agregado durante el proceso. Sólo las empresas radicadas en Italia y en la UE pueden beneficiarse de esta medida.

Para estar enterado sobre las actualizaciones del código aduanero, consulte periódicamente la página del Código Comunitario de Aduanas de la UE.

El sector portuario especializado (contenedores) se encuentra en pleno crecimiento en Italia. Prueba de esto es la presencia de nueve puertos italianos en la clasificación de los treinta principales puertos de la Unión Europea en términos de tráfico en contenedores. El transporte marítimo se ha incrementado en Italia y en los intercambios intracomunitarios gracias al proyecto de "autopistas marinas " en el marco del desarrollo de la red transeuropea de transporte (Isaac, 2011).

Cada año 750.000 toneladas de flete transitan por los dos aeropuertos internacionales de Roma Fiumicino y Milano Malpensa. El transporte de mercancía por carretera representa 1.243 millones de toneladas cada año. La red ferroviaria italiana representa 87 millones de toneladas de mercancía cada año en Italia.

### **3.3.1. Requerimientos y documentación**

Los documentos de exportación son el soporte para el proceso de salida de la mercancía desde un país. Sin los documentos de exportación, no es posible realizar la exportación, ya que los mismos certifican la procedencia de la mercancía y establecen la ruta de destino. Es muy importante, a la hora de exportar, tener en cuenta los documentos siguientes:

- Documentos de transporte
- Declaración única aduanera

### **Factura Proforma**

Es un documento provisional emitido por el exportador con la finalidad de que el comprador disponga de toda la información de la compra completa. La factura proforma también puede utilizarse para acompañar el envío de muestras que no tienen valor comercial, para que el comprador tramite una licencia de importación o para solicitar la apertura de un crédito en una entidad financiera. La proforma debe de contener todos los elementos de la factura comercial.

### **Factura Comercial**

Es el documento emitido por el exportador una vez confirmada la operación de venta del importador y debe de estar dentro del expediente que acompaña la carga durante la ruta de traslado de aduana a aduana. Es el documento comercial más importante en el flujo de documentos de una operación de exportación, ya que -de acuerdo con el valor de la factura comercial- se aplican los derechos aduanales.

La Factura Comercial debe de contener, como mínimo, las informaciones siguientes:

- Número de Factura (secuencia).

- Fecha de Venta.
- Razón o denominación social completa, tanto del vendedor como del destinatario.
- Número de Registro Nacional de Contribuyentes (RNC).
- Domicilio, tanto del vendedor como del destinatario de las operaciones.
- Descripción de la Venta.
- Descripción Impositiva.
- Firma y Sello del Vendedor.
- INCOTERM.
- Modo de Pago Acordado.

### **Certificado de Origen**

Son documentos que tienen por objetivo acreditar la procedencia de la mercancía. Para gozar de las preferencias arancelarias otorgadas por los Tratados de Libre Comercio, es obligatorio presentar el certificado de origen correspondiente. En este caso, la República Dominicana ha sido signatario de cinco (5) Tratados de Libre Comercio, los cuales contienen sus respectivos tipos de certificados de origen (Mercado de Exportaciones, 2020).

Dependiendo del mercado al cual se dirigen las exportaciones, el exportador debe anexar a sus documentos de exportación un certificado de origen, el cual podría ser:

Certificado de Libre Comercio entre República Dominicana y Centroamérica.

### **Documentos para el transporte**

Son documentos expedidos por la empresa transportista, los cuales validan que la mercancía se ha embarcado en un determinado puerto, así como todas las informaciones de titularidad de la mercancía.

Los documentos de transporte son exigidos en las operaciones de comercio internacional y, dependiendo de si el transporte es marítimo, terrestre, aéreo o multimodal, deberán de emitirse y completarse de manera distinta. Es importante aclarar que los documentos de transporte son emitidos por el transportista, el cual, una vez recibe la carga, es responsable del envío y de la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas (Labraga, Schecker, & Isa, 2017).

Conocimiento de Embarque Marítimo: es un documento emitido por la empresa naviera o su agente, en el cual se manifiesta que se ha recibido la mercancía para ser transportada al puerto de referencia en la nave que se indica.

Sirve como acuse de recibo de las condiciones en que se ha recibido la mercancía, al igual que como contrato de transporte en el que se especifican -al dorso- las

obligaciones de las partes, y como título de crédito que permite a su tenedor retirar la mercancía transportada.

Conocimiento de Embarque Aéreo: es un documento de transporte aéreo, en el cual se registra la carga para ser transportada por una compañía aérea. Al igual que el conocimiento marítimo, denota funciones muy similares para ambas partes.

Carta de Porte: es un documento emitido por las empresas de transportes, en el cual se hace constar la recepción de la mercancía para su traslado terrestre al punto convenido, en las condiciones establecidas en el propio documento.

Talón de Embarque: al igual que la carta de porte, es un documento emitido por las empresas de transportes, en el cual se hace constar la recepción de la mercancía para su traslado al punto convenido en las condiciones, exclusivamente en transporte ferroviario.

### **3.3.2. Leyes y documentación**

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.



## **Ley Núm. 8-90, Sobre Fomento de las Zonas Francas**

Promulgada el 15 de enero del año 1990, con la finalidad de promover una política que rija 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 (CeI-RD, 2019).

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.

Las ventas de artículos provenientes de las empresas de zonas francas hacia territorio dominicano, serán consideradas como exportación por las zonas francas e importación al territorio dominicano. Las ventas de artículos provenientes de las empresas en territorio dominicano hacia las zonas francas serán consideradas como exportación desde el territorio dominicano e importación por las zonas francas.

Las zonas francas podrán exportar a territorio aduanero dominicano hasta el ciento por ciento (100%) de bienes y/o servicios, libre de aranceles cuando se trate de productos terminados pertenecientes a la cadena textil, confección y accesorios; pieles, fabricación de calzados, manufacturas de cuero. Para todos los demás

productos, deberán pagar el 100% de los aranceles e impuestos establecidos para importaciones semejantes (con algunas excepciones).

Las empresas dentro de zonas francas recibirán el 100% de exención del pago de impuestos sobre la renta establecido por la ley Núm. 5911, del 22 de mayo de 1962, y sus modificaciones, referentes a las compañías por acciones; exenciones del pago de impuestos sobre la construcción, los contratos de préstamos y sobre el registro y traspaso de bienes inmuebles, a partir de la constitución de la operadora de zonas francas correspondiente.

### **Ley Núm. 16-95, Sobre Inversión Extranjera Directa**

Promulgada, el 08 de noviembre del año 1995, con el objetivo de contribuir al crecimiento de la economía y el desarrollo social del país, a través de la inversión extranjera directa y la transferencia de tecnologías. Por medio de esta ley, el Estado dominicano reconoce a los inversionistas extranjeros y a los portadores de transferencia de tecnología que cumplan con los requisitos normados en esta ley, bajo las mismas condiciones que un inversionista local (Cei-RD, 2019).

Por medio de esta ley, las personas físicas y morales extranjeras, al igual que las nacionales, podrán dedicarse en la República Dominicana a la promoción o gestión de importación, la venta, el alquiler o cualquier otra forma de tráfico o explotación de mercancías o productos de procedencia extranjera que sean producidas en el extranjero o en el país, sea que se actúe como agente, representante, comisionista, distribuidor exclusivo, concesionario o bajo cualquier otra denominación.

### **Ley Núm. 84-99, Sobre Reactivación y Fomento de las Exportaciones**

Promulgada, el 6 de agosto del año 1999, con la finalidad de reinsertar y fomentar los productos dominicanos en los mercados internacionales. Por medio de esta ley, quedan exentas del pago de los gravámenes arancelarios de importación ciertas mercancías previamente establecidas, las cuales serán incorporadas en bienes con destino exportador (Cei-RD, 2019).

Las mercancías importadas con fines de ser incorporadas en bienes de exportación, serán consideradas bajo el Régimen de Admisión Temporal, con suspensión de los derechos e impuestos reexportadas en un plazo no mayor de dieciocho (18) meses, descontado a partir de los 30 días siguientes a la admisión de las mercancías en territorio aduanero nacional.

### **Ley Núm. 28-01, Sobre Desarrollo Fronterizo**

Promulgada, el 1 de febrero del año 2001, con el objetivo de crear un programa adecuado de desarrollo que estimule la realización de proyectos industriales, agropecuarios, agroindustriales, metalúrgicos, zonas francas, turísticos, energéticos y todo tipo de empresas permitidas por las leyes dominicanas, que fomenten y sustenten la economía dominicana, específicamente en las provincias Pedernales, Independencia, Elías Piña, Dajabón, Montecristi, Santiago Rodríguez y Bahoruco (Cei-RD, 2019).

## Certificado de Origen

Son documentos que tienen por objetivo acreditar la procedencia de la mercancía. Para gozar de las preferencias arancelarias otorgadas por los Tratados de Libre Comercio, es obligatorio presentar el certificado de origen correspondiente. En este caso, la República Dominicana ha sido signatario de cinco (5) Tratados de Libre Comercio, los cuales contienen sus respectivos tipos de certificados de origen (CeIRD, 2019).

Dependiendo del mercado al cual se dirigen las exportaciones, el exportador debe anexar a sus documentos de exportación un certificado de origen, el cual podría ser:

**Tabla 1: Certificado de origen**

Centroamérica	Certificado de Libre Comercio entre República Dominicana y Centroamérica.
Panamá	Certificado de Origen Tratado Comercial entre la República Dominicana y la República de Panamá
El Caribe	Certificado de Origen CARICOM
Estados Unidos	SGP Form A, Caribbean Basin Trade Partnership Act (CBTPA).

Unión Europea	Certificado de Circulación de Mercancías EUR-1, SGP Form A.
Canadá, Japón, Suiza, Noruega, Europa oriental, Nueva Zelanda, Australia	SGP Formulario A.
Los demás países	Certificado de Origen de la República Dominicana.

Fuente: Dirección General de Aduanas, 2020

### **Documentos para el transporte**

Son documentos expedidos por la empresa transportista, los cuales validan que la mercancía se ha embarcado en un determinado puerto, así como todas las informaciones de titularidad de la mercancía (CeI-RD, 2019).

Los documentos de transporte son exigidos en las operaciones de comercio internacional y, dependiendo de si el transporte es marítimo, terrestre, aéreo o multimodal, deberán de emitirse y completarse de manera distinta. Es importante aclarar que los documentos de transporte son emitidos por el transportista, el cual, una vez recibe la carga, es responsable del envío y de la custodia de la mercancía hasta el punto de destino, de acuerdo con las condiciones pactadas

## **Declaración Única Aduanera**

Resume las informaciones generadas en una transacción de comercio internacional, contemplando la información de la mercancía (descripción, valor, peso, régimen, etc.), e informaciones del comprador y el vendedor. Así también el DUA es el documento de fiscalización y control de los flujos de comercio internacional

## **Certificados según la naturaleza de la exportación**

La mayoría de los países exigen que los exportadores e importadores incluyan, dentro de sus documentos de comercio, anexar a los documentos oficiales como: certificados sanitarios, fitosanitarios, certificados de no objeción, entre otros. En el caso de República Dominicana, a continuación, le presentamos las principales entidades involucradas en la actividad exportadora.

### **3.3.3. Exportaciones hacia Italia**

El intercambio comercial entre Italia y República Dominicana mueve unos US\$400 millones cada año, basado en exportaciones de café, cacao y guineo, e importaciones de maquinarias agrícolas, aceites, vinos y materiales de construcción (CeI-RD, 2019).

el crecimiento de casi un 56% de las exportaciones dominicanas a Italia, demuestra una gran vitalidad en la oportunidad de exportación hacia ese país europeo muy especialmente en el campo agrícola. La República Dominicana para analizar las

oportunidades de las Relaciones Económica y Comercial entre ambos países, y tenemos el apoyo de manera importante del Centro de Exportaciones† e Inversiones de la República Dominicana, así como la oportunidad de colaboración con empresas italianas y dominicanas”.

### **Impuesto sobre el valor añadido**

En la República Dominicana, el IVA es conocido con el nombre de Impuesto Sobre las Transferencias de Bienes Industrializados (ITBIS) y en la actualidad tiene dos tasas: un 13% para ciertos bienes de la canasta familiar y un 18% para los demás bienes y servicios gravados (Dirección General de Impuestos Internos, 2019).

Se indica que en los años 90, en la RD el IVA (ITBIS) se mantuvo por debajo del promedio de Centroamérica y tres puntos porcentuales por encima del de Panamá, el país de Centro América con la menor tasa del IVA.

Sin embargo, a partir del año 2000 “la tasa del IVA de República Dominicana supera al promedio de Centroamérica y a Panamá hasta situarse en un 18% en su tasa más general”.

Esta tasa es considerablemente mayor a la media de Centroamérica, cercana al 12.5%, y más de 10 puntos porcentuales por encima que en Panamá.

la figura impositiva del IVA o ITBIS interfiere con la estructura de precios de los mercados, ya que “limitan las cantidades de bienes y servicios que pueden adquirir los consumidores, y las cantidades que de los mismos producen las empresas”

Es un impuesto general al consumo tipo valor agregado que se aplica a la transferencia e importación de bienes industrializados, así como a la prestación de servicios. En otros países este impuesto es llamado Impuesto al Valor Agregado (IVA).

Las personas físicas (profesionales liberales, negocios de único dueño) y personas jurídicas (SRL, EIRL y no lucrativas privadas), nacionales o extranjeras que realicen transferencias, importaciones o prestación de servicios gravados.

Las empresas públicas y privadas que realicen o no actividades gravadas, y estén en la obligación de realizar retenciones al ITBIS involucrado en los servicios que les son prestados por personas físicas, así como cuando paguen las prestaciones de servicios profesionales liberales y de alquiler de bienes muebles a otras sociedades con carácter lucrativo o no.

Bienes y productos exentos:

- Animales vivos.
- Carnes frescas, refrigeradas y congeladas.
- Pescado de consumo popular o reproducción.



- Lácteos (excepto yogurt y mantequilla).
- Leche y miel.
- Otros productos de origen animal.
- Plantas para siembra.
- Legumbres, hortalizas, tubérculos sin procesar de consumo masivo.
- Frutas sin procesar, de consumo masivo.
- Café sin tostar, sin descafeinar, cáscara y cascarilla de café.
- Cereales, harinas, granos trabajados.
- Productos de molinería.
- Semillas oleaginosas y otras semillas (para grasas, siembra o alimentos animales).
- Embutidos.
- Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.
- Cáscara, películas y demás residuos de cacao.
- Servicios financieros, incluyendo seguros.

Los gimnasios están considerados como servicios preventivos de salud y por tanto exentos de la aplicación y pago del ITBIS.

Los servicios odontológicos también son considerados como servicios de salud y por tanto están exentos de la aplicación y pago del ITBIS.

Se consideran servicios funerarios los pagos por servicios de traslado, preparación, velatorio, enterramiento y exhumación del fallecido, así como las ceremonias religiosas, incluyendo el suministro de ataúdes.

No se considera vivienda y por tanto queda gravado el alquiler de fincas, terrenos, industrias, barcos, aviones, villas, apartamentos turísticos, locales o estructuras físicas para el uso distinto de viviendas, tales como locales comerciales o naves industriales, incluyendo lugares donde operan comercios, negocios, oficinas, consultorios, hospitales, colegios, centros educativos o de recreación, hoteles, aparta-hoteles, moteles y otras estructuras que no sean viviendas (Dirección General de Impuestos Internos, 2019).

Los espectáculos artísticos, ya sean clásicos o populares y las presentaciones de artistas, músicos, obras teatrales, ballets y títeres se encuentran exentos del ITBIS en virtud del Decreto 274-01, artículo 2.

### **3.4. Análisis de factibilidad para el intercambio comercial**

Antes de cerrar una negociación bien sea de importación o exportación con otro país se debe partir de un estudio de factibilidad económica. Este reúne aspectos como el análisis de la solicitud de oferta, justificación del acuerdo y las formas de negociación.

#### **Análisis de Solicitud de Oferta o Demanda**

Primer contacto con el cliente o proveedor

Identificación de la empresa a través de Cámaras de Comercio, Embajadas, Consulados, Sector Financiero, Proexport.

Análisis del cliente o proveedor. Se debe tener en cuenta que no es lo mismo comprarle a un comercializador que a un fabricante.

Definición de los bienes y servicios a comprar o vender.

Tener en cuenta aspectos como el embalaje (contenedor, estibas, huacal) y marcas (producto delicado, corrosivo, líquido).

Condiciones de entrega, establecidos a través de los términos Incoterms (Hacer enlace al artículo), donde se define el riesgo y punto de entrega de la mercancía.

- Seguro internacional.

- Cotización del transporte internacional teniendo en cuenta precios y tiempos de tránsito.
- Idioma y cultura de la contraparte.
- Permisos que requiere el producto (normas técnicas).
- Definición de cantidades y tiempo de entrega.

### **Justificación de la Importación o Exportación**

- Escasez del producto.
- Inexistencia.
- Calidad.
- Precio.
- Producto exótico.
- Innovación.

## **Formas de Negociación**

Se pueden establecer negociaciones con mayoristas (venta de grandes cantidades), con intermediario (se negocia con este por desconocimiento del mercado, idioma, cultura, etc.), con representante (representante de la empresa que importo en Colombia), comisionista o distribuidor (me compran el producto para ellos posteriormente venderlo), sucursal o filial (Cei-RD, 2019).

El negociar directamente arroja como ventajas la reducción de costos, eliminación de numerosas intermediaciones, mejores condiciones y oportunidades comerciales. Por otro lado, las desventajas recaen en la posibilidad del desconocimiento en el idioma, cultura, legislación, transporte, documentación, etc. Si se evidencia la posibilidad de incurrir en alguna de estas debilidades es necesario establecer negociaciones de forma indirecta, donde en cabeza del intermediario recaigan responsabilidades adicionales como es el manejo de la moneda, el despacho de aduanas y el mercado interno.

## CONCLUSIONES

Las empresas exportadoras presentan muchas ventajas que pueden ser utilizadas a su favor para competir en el mercado a nivel internacional.

Desde el punto de vista económico, es indudable que el sector ofrece un gran potencial para dinamizar la economía del país, especialmente para generar empleo para una población pobre, mayoritariamente mujeres con pocas alternativas de lograr salarios y condiciones de trabajo como las que ahora tienen.

Las perspectivas en el mercado internacional de puros son buenas debido al crecimiento de la demanda, especialmente entre nuevos segmentos sociales, especialmente en la Unión Europea.

Italia se considera como una comunidad histórica dueña de una gran riqueza cultural por las circunstancias de que hayan convivido y desarrollado en un ambiente diversos, permitió que sus contribuciones sociales, tecnológica, económica y culturales sean variadas y en sus encuentros y desencuentros fortalezcan sus experiencias como pueblo.

La burocracia no deja de aumentar debido a los regímenes presidenciales y parlamentarios que se considera ministro del estado como instrumentos de gobiernos, lo criticable es el exceso y haber inflado el aparato estatal.

En la actualidad el creciente mercado genera cada vez mayores expectativas en los consumidores ya que se ha convertido en un comprador exigente que además

busca mejores oportunidades respecto a la relación calidad precio. Es por eso que las empresas continuamente deben de estar atentos a las necesidades del mercado y explotar las oportunidades de exportación. Estas oportunidades pueden surgir en el mercado nacional o internacional todo depende de los riesgos que la empresa esté dispuesta a enfrentar.

Se puede decir que se ha cumplido el propósito de hacer esta investigación la cual busca visualizar a grandes rasgos los procedimientos requeridos para exportar, ya que estos procesos poseen cierto grado de dificultad especialmente durante la consideración de los tramites y permisos; en ocasiones errores en dichos procedimientos provocan retrasos o pérdidas económicas.

## RECOMENDACIONES

A pesar de la viabilidad del proyecto de exportación, se deben tomar en cuenta ciertas recomendaciones para que el proyecto sea exitoso y no tenga variaciones en su aplicación.

- El mercado al que se destinará el producto será el correspondiente a la clase media y alta de Italia considerando estratégicamente como medio para incursionar a dicho mercado a los distribuidores de tabaco en dicho país, que son personas físicas o morales, que actúan como distribuidores directos en el país de destino que se encargan de todo el manejo y la distribución en el mercado interno de Italia.
- Se considera que en términos mercadológicos la viabilidad de incursionar en dicho mercado para comercializar los puros es favorable de acuerdo a la cantidad de consumidores finales, pues en Italia aproximadamente un 45% de la población fuma, por tanto, de nuestra población de ingresos medio altos y altos, que son los que pueden adquirir puros, se estima que el total de consumidores finales sería alto.
- Al mismo tiempo se hace la sugerencia a los empresarios de participar en ferias internacionales para dar a conocer su producto por lo a través de este medio se le hace referencia a las ferias de tabaco internacionales. En las cuales se sugiere presentar información promocional tanto del producto como de las empresas y directores de las mismas, en trípticos y tarjetas de presentación respectivamente en italiano.



- En cuanto al producto se sugiere añadir como complemento a las cajas de puros que comercializa actualmente finas placas de madera de cedro las cuales cumplan la función e inherente necesidad de encender el puro ya que este instrumento no afecta las características de sabor y aroma al tratar de encender los puros con instrumentos tales como encendedores comunes o fósforos.

## BIBLIOGRAFÍA

- Alcaraz, V. O. (2006). *Economía del control del tabaco en los países del Mercosur y Estados Asociados: Bolivia*. Colombia: Organización Panamericana de la Salud.
- Alfaro, A. (2010). *Apuntes sobre la trayectoria del tabaco en el cantón de Palmares*. Costa Rica: Universidad de Costa Rica.
- Ardon G., J. M. (2019). *Evaluación de tres programas fitosanitarios y su efecto dentro del cultivo de tabaco variedad Criollo 98 (Nicotiana tabacum L.) en Santa Rosa de Copán, Honduras*. Panamá: Escuela Agrícola Panamericana.
- Cei-RD. (Lunes de Agosto de 2019). *Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana*. Obtenido de Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana: <https://www.ceird.gob.do/wp/>
- Dirección General de Impuestos Internos. (Lunes de Mayo de 2019). *Dgii.gov.do*. (Dgii.gov.do) Recuperado el Lunes de Mayo de 2018, de Dgii.gov.do: <https://dgii.gov.do/cicloContribuyente/obligacionesTributarias/principalesImpuestos/Paginas/impuestoSobreRenta.aspx>
- Escobar Herrera, E. D. (2006). *Proyecto de exportación de puros a Alemania*. Veracruz: Universidad Veracruzana.
- Fraile Balbín, P. (1993). *El caso cubano : exportaciones e independencia*. España: Universidad Carlos III de Madrid.
- Gutiérrez Escudero, A. (1999). *El tabaco en Santo Domingo y su exportación a Sevilla (época colonial)*. Santo Domingo: Escuela de Estudios Hispano-Americanos.

- Gutiérrez Escudero, A. (2011). *El tabaco de Santo Domingo y su exportación a Cádiz y Sevilla (siglos XVI y XVIII)*. Santo Domingo : Real Academia Hispanoamericana.
- Gwendoline, G. H. (2011). *PROYECTO DE EXPORTACION Puros de Tabaco a Shanghai, China*. Veracruz: UNIVERSIDAD VERACRUZANA.
- Isaac, N. J. (2011). *Impacto Dr-Cafta En Sectores Productivos De Rd, Exportaciones*. Santo Domingo: Chemonics International Inc.
- Labraga, J., Schecker, E., & Isa, P. (2017). *Promover las Exportaciones para Mejorar la Calidad de Vida*. Santo Domingo: Banco Interamericano de Desarrollo.
- Magallón Montemayor, M. (2019). *Modelo de Negocios aplicable para la exportación de productos de tabaco mexicanos a Dinamarca: una aproximación práctica*. Mexico: universidad autonoma de nuevo leon.
- Medina, G. (16 de Octubre de 2018). *El Dinero*. Obtenido de El Dinero: <https://www.eldinero.com.do/70680/las-frutas-son-el-14-43-de-las-exportaciones-agropecuarias-de-rd/>
- Méndez Beltrán, F. J. (2012). *La economía del tabaco: Sistema agroexportador de ovejas 1870-1920*. Colombia: unjiversidad de cartagena.
- Mercado de Exportaciones. (01 de Enero de 2020). *Mercado de Exportaciones*. Obtenido de Mercado de Exportaciones: <https://www.quieroapuntes.com/mercado-de-exportaciones-de-mermeladas.html>

Ministerio de Agricultura. (8 de Mayo de 2012). *Ministerio de Agricultura*. Obtenido de Ministerio de Agricultura: <http://otca.gob.do/frutas-de-rd-complemento-de-exportaciones-“postres”/>

Náter, L. (2012). *Engranajes del Imperio: el caso de los monopolios de tabaco en el siglo XVIII*. puerto rico: Universidad de Puerto Rico .

Peña, P. P. (2012). *Los Efectos de las Políticas Gubernamentales en la Producción de Tabaco en la República Dominicana*.

Perdomo, S. d. (2003). *La institucionalización del modelo tabaquero español 1580-1636: La creación del estanco del tabaco en España. Nota y discusión*. españa: universidad de las palmas de gran canarias.

Pérez Aguilar, D. (2013). *La incidencia Tributaria de las empresas de tabaco en la provincia de San Martín. Periodo 2009 - 2011*. san martin: universidad nacional de san martin.

Ponce Rizo, G. F. (2020). *Costos de producción de tabaco (Nicotianatabacum L) de pequeños productores en las comunidades Tastasli y Teotecacinte, Jalapa, Nueva Segovia, 2019-2020*. peru: universidad nacional agraria.

Ranedo, A. A. (2013). *Planificando La Internacionalizacion: Los Planes De Exportacion E Importacion*. Madrid: ALCALA GRUPO EDITORIAL.

Romero, W. B. (2014). *COMERCIO E INMIGRACIÓN EN LA PROVINCIA COSTEÑA. LOS ITALIANOS DE EL CARMEN DE BOLÍVAR: EL CASO DE LOS VOLPE*. colombia: Universidad de Cartagena.

Romero, W. B. (2014). *La exportación tabacalera de el carmen de bolívar en los albores del siglo XX: guerra y tabaco*. cartagena: Universidad de Cartagena.

- Sofiatti, M. L. (2019). *Brasil, grande produtor e exportador de tabaco e derivado: a luta contra o tabagismo e o crescimento do comércio ilegal no âmbito nacional e internacional*. Brasil: Universidade Federal de Uberlândia.
- Tapia, W. d. (2017). *TABACO EN EL SIGLO XIX: CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO ECONÓMICO Y EMPRESARIAL DE COLOMBIA*. colombia: Universidad de Cartagena y Universidad Tecnológica de Bolívar.
- Trujillo, R. d. (2010). *Los retos del convenio marco para el control del tabaco en Colombia : Un diagnóstico a partir del análisis de asimetría de información en la regulación de la demanda de cigarrillo 2006-2009* . colombia: Universidad de La Salle.
- Valderrama, C. A. (2013). *PLAN ESTRATÉGICO DEL TABACO*. surco: PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL PERÚ .

## **ANEXOS**



**UNIVERSIDAD APEC**

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

**Anteproyecto del Trabajo de Grado en la modalidad de  
Monográfico Investigación Acción para optar por el título de  
Licenciatura En Negocios Internacionales**

**Sustentada por:**

Estefany Nocerino 2016-0386  
Angel Perez 2016-0033  
Jaimerys Ruiz 2014-3036

**Asesores:**

**Distrito Nacional, Republica Dominicana**

**2021**

## **1.1. Selección y definición del tema**

### **1.1.1. Selección del tema**

#### **Análisis de Factibilidad de Exportación de Tabaco hacia Italia, período 2020-2021.**

El proyecto de investigación cumple con llevar a cabo un análisis sobre la factibilidad que tiene la exportación del tabaco hacia el mercado italiano, donde genere cada una de las consideraciones y aspectos relevantes sobre la determinación de un alcance sostenible en evaluar el desempeño del mercado dominicano hacia la comercialización de productos en el mercado exterior, puesto que cuente con llevar a cabo un buen desglose sobre cada uno de los aspectos que son relativos sobre indagar cada los requerimientos y sistemas necesarios que ejercen una intervención directa sobre el alcance de propiciar un mejor nivel de rentabilidad en satisfacer necesidades comunes y que brinde una ventaja competitiva sobre fomentar relaciones comerciales competitivas y eficiente entre ambos mercados.

### **1.1.2. Definición del tema**

La expansión de los nuevos sistemas han otorgado que se produzcan en el mercado una serie de cambios que han contribuido de forma eficiente en el cumplimiento de los procedimientos que son dictados entre los mercados, debido que la tecnología ha favorecido la presencia de estrategias que componen un agente directo sobre la integración de estrategias que han sido consideradas una de las miras sobre el



crecimiento del comercio internacional, puesto que la participación de los acuerdos y tratados han sido un aspecto muy significativo en brindar mejores escenarios competitivo hacia el logro del bien común.

El comercio internacional ha generado una consecución de cambios sobre la forma de desarrollarse entre las relaciones entre los mercados, donde ha favorecido la comunicación sobre el soporte de satisfacer necesidades comunes, ya que ha producido que los sectores sociales, políticos, económicos y culturales sean enfocados en una nueva mirada que promueve una agilización sobre los procesos que crea un clima competitivo sobre cumplir con cada una de las exigencias exteriores y sobre las conexiones entre los mercados.

El análisis de factibilidad es un apoyo sostenible en el cual cumple con generar un valor agregado sobre mejorar el desempeño de los mercados, donde se encarga e validar y evaluar que cada uno de los requerimientos y requisitos sean alineados en cuestión de fomentar un buen desarrollo sobre cada mercado, puesto que el análisis provee la información apropiada para fomentar un negociación clara, precisa y dinámica en cuestión que cada mercado cumpla con el alcance de los objetivos que han sido señalados.

A través del fomento sobre el análisis de factibilidad pretende evaluar el desempeño del mercado dominicano e italiano con la finalidad de conocer la evolución comercial que han generado sobre la comercialización del producto del tabaco en cuestión de medir el alcance del impacto que ha ocasionado sobre su crecimiento en las relaciones comerciales, además, la evaluación sobre el comercio entre los

mercados asume determinar que situaciones presentan los mercados para entrelazar acuerdos que sirven como medio directo para establecer una comunicación efectiva.

La idea sobre el desarrollo de la investigación surge con fortalecer cada uno de los vínculos con el mercado europeo, ya que se han registrado que el mercado dominicano ha contado con diversos productos que han sido comercializados en el satisfacer las necesidades europeas, siendo Italia un mercado muy activo dentro de los países de la unión europea y que permite abrir las puertas hacia nuevas formas de exportar productos dominicanos de forma efectiva y segura ante el soporte de regir cada una de las leyes y regulaciones sobre el comercio.

Las exportaciones se han afianzado con el paso del tiempo en cuestión de mejorar el escenario de los países en vías de desarrollado, donde el caso del mercado dominicano ha sido considerado con una economía dinámica y creciente entre los países del caribe, permitiendo que otros mercados enfoquen sus negociaciones con mercado del caribe, lo cual permite que la comercialización de productos dominicanos sea reconocida y sean distribuidos a cada uno de los mercados del mundo. Sin embargo, la exportación del tabaco hacia el mercado italiano genera una ventaja competitiva para el mercado dominicano en aumentar su economía y su rendimiento dentro de favorecer la comunicación exterior.

Por otra parte, el análisis de factibilidad sobre la exportación del tabaco cumple con mejorar los vínculos con los mercados europeos como es el caso de Italia, donde cumpla en incrementar la rentabilidad nacional y que mejore la perceptiva del inversionista extranjero acorde a tomar en cuenta cada uno de los aspectos que tienen referencia sobre los canales de comercialización y las regulaciones que se establecen sobre los mercados para mejorar su actividad dentro del sector en el cual se encuentren hacia incrementar el papel de los mercados.

## **2. Planteamiento del problema**

El crecimiento de la internacionalización no se ha detenido porque las empresas no han dejado de buscar oportunidades de crecimiento en otros mercados. Entre los análisis más importantes que se han realizado está la determinación de estrategias para posicionarse en un mercado extranjero.

En base a lo anterior, el marketing es el conjunto y los procedimientos para lanzar eficazmente los productos en un sistema de distribución. Es la planificación y organización de las actividades necesarias para posicionar un bien o servicio para que los consumidores lo conozcan y lo consuman.

Todas las naciones tienen leyes que regulan su comercio de acuerdo con las necesidades e intereses individuales. El comercio es la principal fuente de ingresos de todos los países. Por eso los gobiernos defienden los productos de sus naciones imponiendo altos aranceles a los productores de bienes para la exportación.

Por ello, la exportación se ha estudiado en el ámbito de las finanzas porque es especialmente interesante para que las empresas puedan establecer relaciones internacionales y porque necesitan herramientas que vayan más allá de la economía nacional para aventurarse en la economía internacional.

Teniendo en cuenta lo anterior, el comercio exterior y las exportaciones están estrechamente vinculados, ya que las mercancías que se transportan de un lugar a otro repercuten en la balanza comercial de los países. Las exportaciones tienen que llevarse a cabo de acuerdo con una medida determinada.

Los mercados asumen un intercambio comercial con la finalidad de proveer una serie de aspectos que permitan mejorar las relaciones comerciales, lo cual asumen determinar que necesidades se desean satisfacer para buscar los mercados que disponen de las condiciones ideales para el otorgamiento de establecer negociaciones que cumplan con los estándares del mercado exterior. Sin embargo, el intercambio comercial provee las formas adecuadas para permitir que cada mercado cumpla con un procedimiento correcto.

Por su parte, el mercado dominicano cuenta con una economía dinámica, debido que ha contado con buenos niveles de aceptación sobre el establecimiento de relaciones comerciales con otros países, lo cual ha promovido una cultura exterior adecuada ante otros mercados, siendo un aspecto que ha beneficiado el volumen de productos exportados hacia otros mercados, ya que es un país con una tierra fértil para la producción de una serie de productos.

Las empresas de tabaco tienen la intención de Analizar la viabilidad, con la idea de medir el mercado Italiano, que ha sido analizado como un mercado potencial para ofrecer tabaco de alta calidad para entrar en Europa, Se está evaluando la entrada en el mercado europeo, compitiendo con empresas que operan comercialmente en esta zona, para encontrar una forma viable de ganar el mercado.

El análisis del intercambio comercial entre República Dominicana e Italia genera conocer el dinamismo que otorga el cumplimiento de procedimientos que aumenten la capacidad del sector agrícola sobre evaluar cada uno de los aspectos que intervienen en el proceso aduanero para el intercambio comercial en el mercado dominicano, lo cual cumpla en proveer la información correspondiente sobre determinar las oportunidades que pueden incidir en el establecimiento de alianzas comerciales entre ambos mercados.

### **3. Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo general**

Analizar la viabilidad de exportar tabaco dominicano al mercado italiano

#### **Objetivos específicos**

- Evaluar las estrategias a utilizar para desarrollar un plan de exportación para este mercado
- Enumerar qué métodos se utilizarán para ofrecer el tabaco en Europa

- Identificar las condiciones económicas y políticas del mercado italiano y dominicano
- Conocer la perspectiva existe para el aumento de la producción y lograr satisfactoriamente la demanda externa de tabaco.

#### 4. Justificación de la investigación

### **Justificación practica**

El intercambio comercial es una alternativa que usan los mercados para afianzar los niveles de actividades de los países, lo cual recurren a otras regiones sobre la búsqueda de satisfacer necesidades sobre la obtención de productos que cumplan con los estándares de calidad adecuada para fomentar una cultura de negocios que cumpla en asegurar un vínculo ante cada una de las exigencias exteriores (Diario, 2015).

El intercambio comercial facilita las negociaciones entre los mercados, lo cual permite evaluar e identificar cada uno de los aspectos considerativos en función de asegurar un crecimiento sobre el desarrollo del mercado en relación a determinar el grado de actividad del sector agrícola sobre su crecimiento en cuestión de otorgar un mejor rendimiento de cada una de las acciones que se deben de establecer en un comercialización de mercancías de manera coordinada y eficaz (Barradas, 2014).

El comercio internacional ha generado la participación de diversos países por medio de las distintas negociaciones que se han llevado a cabo y que finalizan en un acuerdo. En el caso de Alemania es una nación que forma parte de la unión europea, este organismo está compuesto por 28 estados europeos que han trabajado comprometidos en lucha juntos en establecer un sólido comercio internacional (OECD, 2017).

### **Justificación Metodológica**

El tipo de investigación utilizado es de carácter descriptivo y explicativo, ya que sirven como medio directo para obtener información concreta sobre la adquisición de datos concretos de manera que permita un conocer cada uno de los elementos que inciden sobre el desarrollo del fenómeno, los tipos de investigación usados ofrecen respuestas acertadas de forma y alternativa que se deben controlar el comportamiento de los mercados hacia determinas las mejoras adecuadas sobre el fomento de un buen nivel de rentabilidad.

Los métodos usados serán el deductivo, análisis y sintético en el cual generan un aporte considerado sobre el grado de actividad en el desarrollo del fenómeno, donde permita captar información que sirva para establecer respuestas que sean claras y precisas sobre el desarrollo del mercado.

A través del uso de la herramienta basada en la encuesta y la entrevista sirve como medio eficaz para obtener todo tipo de información acerca de evaluar ambos mercados en función de una comercialización de mercancías que cumplan con las necesidades internas, lo cual permita elaborar preguntas que sirvan para puntualizar sobre cada uno de los aspectos que inciden en el desarrollo del tema en responder con un proceso coordinado y eficaz.

### **Justificación práctica**

El objetivo de este estudio es evaluar la posibilidad de exportar a un mercado extranjero, obtener información sobre los requisitos del mercado europeo, presentar la calidad de los productos de la empresa y posicionarse en la industria de este mercado, y ampliar la comercialización.

Cabe recordar que el enfoque del estudio es explorar la posibilidad de exportar tabaco dominicano de la mano de una empresa con experiencia en el mercado norteamericano, estructurando un plan de asistencia para lograr la viabilidad y el desarrollo en el mercado europeo, en función del sector a comercializar y las condiciones requeridas para ingresar al mercado.

Entre los efectos que se producen está el cambio en el mercado porque el mercado exterior dará acceso al producto y con la posible rentabilidad, las empresas podrán enfrentarse a diferentes competidores. La empresa evaluará el desarrollo de las cuestiones de marketing, económicas y de distribución que requerirá el producto en este mercado.



Es fundamental promocionar el producto en todas las regiones en las que se puede consumir para conseguir una mayor demanda y mayores niveles de adopción. A partir de ahí, se estudiará la viabilidad, se analizará el factor humano para exportar el producto local y se realizará un estudio de mercado para analizar la buena percepción del producto.

## **5. Marco referencial**

### **5.1. Marco teórico**

#### **Exportaciones**

Las exportaciones y los volúmenes de tabaco se sirven como conjunto de mercancías que nuestro país vende a otro enviando por diversos medios de transporte, principalmente por el transporte marítimo por políticas de comercio exterior.

La exportación desde el punto de vista económico es el tráfico legítimo de bienes y servicios desde un territorio aduanero hasta otro, estas son generalmente llevadas a cabo bajo condiciones específicas debido a la complejidad de diversas legislaciones y condiciones especiales de estas operaciones, además que se pueden dar toda una serie de fenómenos fiscales.

(economipedia.com, 2015). Explica que las exportaciones son todos los bienes y servicios que un país vende a un territorio extranjero para su propio uso. Junto con las importaciones, son una herramienta indispensable de la contabilidad nacional.

Las exportaciones son esencialmente cualquier bien y/o servicio lícito que el país productor o emisor (exportador) envía como mercancía a un tercero (importador) para su compra o uso.

El individuo y la agencia gubernamental principalmente responsables de este proceso son las aduanas, de modo que las mercancías deben salir de un puesto aduanero concreto en un Estado o bloque económico determinado y deben entrar en un puesto similar en el país receptor. Es importante tener en cuenta que este tipo de transacciones entre diferentes estados suelen presentar un grado importante de complejidad jurídica y fiscal, ya que se supone que varían de un país a otro.

Se trata de un sistema conocido desde la antigüedad. La palabra "exportación" procede del latín "exportatio", que significa el acto de enviar y recibir bienes y mercancías, cuyo resultado final es un beneficio para la empresa o el país emisor. Existen diferentes procedimientos o variedades de exportación: por ejemplo, la exportación desde una empresa base a una filial en otro país.

También puede hacerse como una transacción con clientes independientes o con un comprador directo a través de una empresa intermediaria, como en el caso del gigante estadounidense Amazon. Otro procedimiento habitual es la exportación de

materias primas o productos semiacabados para que la empresa importadora pueda terminar de producirlos.

### **Exportaciones y demanda agregada**

El papel de las exportaciones en la producción de un país, como hemos dicho, es muy importante. Un país puede producir productos a nivel nacional y venderlos a nivel nacional, pero también puede buscar compradores fuera del país.

Si miramos la fórmula de la demanda agregada:

$$DA = C + I + G + (X - M)$$

Donde C es el consumo, I la inversión, G el gasto público, X las exportaciones y M las importaciones.

Podemos ver cómo se escriben las exportaciones por adición. Es decir, en igualdad de condiciones, si el valor de las exportaciones aumenta, la demanda agregada, conceptualmente similar al producto interior bruto (PIB), aumentará.

Otro punto interesante se refiere a la balanza de pagos. Habitualmente y de forma errónea, las exportaciones se asocian a la balanza comercial. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la balanza comercial se refiere a los productos, pero hay otros componentes de la balanza de pagos, como la balanza de servicios. Por lo tanto, sería correcto referirse a la balanza por cuenta corriente (parte de la balanza de pagos) dentro de la cual se encuentra la balanza de bienes y servicios.

En este caso, si las exportaciones superan a las importaciones en el total de bienes y servicios, habría un superávit en la balanza de pagos del país. Por el contrario, si las exportaciones son menores que las importaciones en el total de bienes y servicios, el país tendrá un déficit en su balanza de bienes y servicios.

### **Exportaciones desde el siglo XX**

(John D. Daniels, 2016) citado (Hill, 2020) En la vida moderna, cada país desarrolla su legislación en función de sus intereses y necesidades. Es una de las principales fuentes de ingresos del país. Por ello, los gobiernos quieren proteger a los productores nacionales creando barreras a las importaciones, como impuestos o aranceles muy elevados, lo que lógicamente afecta a los países productores y monoprodutores.

Un ejemplo es un país como Venezuela. Históricamente, el país ha dependido en gran medida de las exportaciones de petróleo. Por tanto, cabe esperar que los cambios en la demanda mundial de petróleo o los problemas con otros países puedan afectar seriamente a su economía. Pero, al mismo tiempo, el aumento de la demanda puede aportar considerables ingresos a la economía.

### **Empresa exportadora**

Czinkota y Ronkainen (2020) afirman que "las empresas se convierten en exportadoras, no de la noche a la mañana, sino paso a paso, a través de un proceso de desarrollo de la exportación. Las diferentes razones para la internacionalización,

los elementos empresariales y de gestión de la empresa, la influencia de los agentes de cambio y la capacidad de la empresa para superar los obstáculos a la internacionalización conforman el proceso".

(conavalsi.com, 2019). Las empresas exportadoras son las que venden sus productos o servicios más allá de las fronteras nacionales. Una vez que una empresa está establecida en un mercado nacional y tiene una marca consolidada, comienza el proceso de internacionalización, a través del cual desarrolla nuevos mercados. Para tener éxito, una empresa debe ser capaz de adaptar su estrategia de marketing y comercialización a las particularidades del país, aplicando economías de escala siempre que sea posible.

### **Ventaja de exportar**

Una de las principales ventajas de abrirse al comercio exterior es que entrará en nuevos mercados y nuevos clientes, lo que implica una mayor diversificación del riesgo. No dependerá únicamente del mercado nacional, por lo que la reducción del consumo no afectará tanto a su negocio (Hill, 2020).

Con la diversificación puede minimizar el impacto de las condiciones económicas adversas en los mercados en los que opera, ya que puede compensar estas pérdidas o fallos con los beneficios que obtiene en otros mercados:

- Proyectar una imagen corporativa más fuerte. Poder ampliar los procesos de producción, entrar en nuevos mercados y enriquecer la base de clientes da

a las pequeñas y medianas empresas más estabilidad financiera. Una empresa exportadora que es capaz de competir a nivel internacional también tiene una imagen más fuerte y fiable. El valor percibido de una empresa que realiza actividades de comercio exterior tiende a aumentar no sólo entre los consumidores, sino también entre los proveedores, los accionistas y las instituciones financieras.

- Ganar competitividad y rentabilidad. La capacidad de aplicar economías de escala es una de las mayores ventajas de las empresas exportadoras, ya que, al reducir el coste de producción, pueden reducir el precio final al consumidor. Las economías de escala también mejoran la calidad final de los productos y aumentan la productividad para que la empresa sea más eficiente y competitiva en el mercado. En consecuencia, las actividades de exportación tienden a tener un impacto positivo en la rentabilidad financiera, de modo que los socios reciben un mayor rendimiento financiero de la inversión.
- Aumento de los ingresos: la búsqueda de nuevos clientes en el mercado internacional suele traducirse en un aumento de los ingresos. Las ventas de las empresas exportadoras tienden a aumentar en comparación con las que se limitan al territorio nacional. Según un estudio de la consultora Millward Brown, la facturación de las empresas españolas que llevan más de cinco años comerciando en el extranjero aumenta un 40%.
- Mejorar el posicionamiento de la marca. La internacionalización aumenta el posicionamiento de la marca, incluso en el país de origen. La mejora de la

reputación en los nuevos mercados conduce a un cambio positivo en la actitud de la marca, tanto entre los consumidores como entre los demás. Las empresas que consiguen crear una marca internacional obtienen ventajas competitivas que aumentan el valor de sus productos y servicios (INEGI., 2015).

## **Comercialización**

La comercialización es una actividad muy importante para los productores de tabaco, de la misma se vincula el acto de comerciar o vender mediante la utilización de técnicas de mercadotecnia o estudio de mercado; también se le llama mercadeo que implica el estudio de precio, mercancía, mercado y promoción (economipedia.com, 2021).

Desde el punto de vista administrativo, comerciar es determinar Donde, Cuanto, A qué precio, y que cantidad de un producto determinado, en este caso, el tabaco, requiere el consumidor.

(economipedia.com, 2021). Explica que el marketing es un conjunto de actividades destinadas a facilitar la venta y/o la entrega de un producto al consumidor.

Dado que el intercambio comercial es la actividad de compra y venta de bienes entre dos partes, este acto es fundamental para el comercio y afecta al mercado de bienes, servicios y propiedad intelectual.

La comercialización es una práctica muy antigua, en sus orígenes el trueque se utilizaba como forma de intercambio, para obtener aquellos productos a los que no se tenía acceso. Desde la antigüedad hasta nuestros días, la comercialización ha evolucionado, y uno de los factores que contribuyeron al desarrollo del comercio fue el trueque.

### **Etapas de la comercialización de productos**

Para promocionar un producto o servicio, las áreas de marketing y comercial se encargan de estimular la demanda y vender los productos en los distintos mercados (John D. Daniels, 2016).

Para conseguirlo con éxito, deben analizar las características de los mercados, la competencia y hacer un plan de marketing. Las variables clave del proceso de comercialización son: producto, precio, distribución y promoción (mezcla de comercialización).

### **Comercio internacional**

(John D. Daniels, 2016) indica que una de las formas más populares de comercialización es el comercio internacional. Como cualquier otra relación comercial, se basa en el intercambio de bienes y servicios entre empresas situadas en distintos países.

Cuando una relación de intercambio tiene lugar, por ejemplo, entre países miembros de la Unión Europea, se denomina comercio intracomunitario. El caso contrario, el



comercio entre un país perteneciente a la Unión Europea y un país extranjero fuera de la Unión, se denomina comercio extraeuropeo.

El comercio exterior implica implícitamente una relación entre la oferta y la consideración de varios elementos. Lo que una empresa o país necesita y lo que otra empresa o país puede ofrecer. Estos elementos son:

- Bienes: Son bienes tangibles, las exportaciones son la exportación de bienes de un país a otro; y las importaciones son la importación de bienes a un país, desde un país extranjero.
- Servicios: Se refieren a la provisión de activos que son intangibles, en el caso de las exportaciones o importaciones de servicios, que se manifiesta en el movimiento de dinero.
- Capital: El intercambio de capital se refiere a las inversiones y al movimiento de dinero. Por ejemplo: el movimiento de divisas entre empresas situadas en diferentes países, resultante de las exportaciones o importaciones de bienes o servicios (John D. Daniels, 2016).

## **Producción**

En lo que respecta la producción de tabaco enfocado al método artesanal ha venido tomando mucha importancia en los últimos años, debido a la creciente demanda internacional, la producción tabacalera ha formado parte importante en dinamización de la economía del país (Valdéz, 2015).

La producción se define como cualquier utilización de recursos que convierte en un bien determinado en un bien diferente, la producción por lo tanto incluye el almacenamiento, venta al por mayor, transporte, empaque y elaboración.

(definicion.mx, 2021). La producción es toda actividad destinada a producir, transformar u obtener bienes y servicios. Dado que la producción es un proceso complejo, requiere varios factores, que pueden dividirse en tres grupos principales: tierra, capital y trabajo. La tierra es el factor productivo, que incluye los recursos naturales; el trabajo es el esfuerzo humano para crear beneficios; por último, el capital es un factor derivado de los otros dos y es un conjunto de bienes que no sólo se consumen directamente, sino que se utilizan para aumentar la producción de otros bienes. La producción combina los elementos anteriores para satisfacer las necesidades de la sociedad reconociendo la demanda de bienes y servicios.

La producción de una empresa puede medirse en un determinado volumen. La diferencia entre la cantidad producida en términos monetarios y los bienes consumidos representa el valor añadido de estos recursos. Así, en función de la diferencia en el uso de los factores de producción y el valor final del producto se referirá a la rentabilidad o beneficio de la organización empresarial. Las empresas miden, reorganizan y combinan constantemente estos factores de forma cada vez más innovadora para reducir los costes o contabilizar los bienes o servicios cuya alta demanda ofrece un precio más elevado y, por tanto, mayores beneficios.

## 5.2. Marco conceptual

**Exportaciones:** Las exportaciones y los volúmenes de tabaco se sirven como conjunto de mercancías que nuestro país vende a otro enviando por diversos medios de transporte, principalmente por el transporte marítimo por políticas de comercio exterior (Hill, 2020).

**Empresa exportadora:** las empresas se convierten en exportadoras, no de la noche a la mañana, sino paso a paso, a través de un proceso de desarrollo de la exportación. Las diferentes razones para la internacionalización, los elementos empresariales y de gestión de la empresa, la influencia de los agentes de cambio y la capacidad de la empresa para superar los obstáculos a la internacionalización conforman el proceso Czinkota y Ronkainen (2020).

**Comercialización:** La comercialización es una actividad muy importante para los productores de tabaco, de la misma se vincula el acto de comerciar o vender mediante la utilización de técnicas de mercadotecnia o estudio de mercado; también se le llama mercadeo que implica el estudio de precio, mercancía, mercado y promoción (economipedia.com, 2021).

**Comercio internacional:** indica que una de las formas más populares de comercialización es el comercio internacional. Como cualquier otra relación comercial, se basa en el intercambio de bienes y servicios entre empresas situadas en distintos países (John D. Daniels, 2016).

**Producción:** En lo que respecta la producción de tabaco enfocado al método artesanal ha venido tomando mucha importancia en los últimos años, debido a la creciente demanda internacional, la producción tabacalera ha formado parte importante en dinamización de la economía del país (Valdéz, 2015).

**Segmentación de Mercado:** la segmentación del mercado como "la manera en que una compañía decide agrupar a los clientes, con base en diferencias importantes de sus necesidades o preferencias, con el propósito de lograr una ventaja competitiva (Valdéz, 2015).

**Acceso al mercado:** Expresión que se refiere a las condiciones en que las importaciones compiten con sustitutos producidos en el país. Tales condiciones son determinadas por la medida en que los productos extranjeros estén sujetos a impuestos o a otros mecanismos de regulación discriminatorios (John D. Daniels, 2016).

**Agregado de productos:** Grupo de productos definido con fines de análisis (por ejemplo, todos los productos textiles). El programa informático Solución Comercial Integrada Mundial (WITS, por sus siglas en inglés) aporta un conjunto de agregados predefinidos, y el usuario puede crear los suyos (Hill, 2020).

## 6. Metodología

### 6.1. Tipo de investigación

La investigación será de carácter bibliográfico porque, según Porto (2013), la bibliografía consiste en la recopilación de todas las fuentes teóricas, documentación, leyes, códigos, digitales, diccionarios, revistas, libros, periódicos, etc.

Con base en lo anterior, se puede decir que se utilizan las fuentes necesarias como referencia para darle una estructura sólida basada en fuentes confiables relacionadas con la investigación en cuestión, de manera que se pueda sustentar de manera coherente y confiable, aportando los datos necesarios para su desarrollo.

En base a lo anterior, la información que se va a utilizar es fiable y da credibilidad y apoyo a la investigación. y tiene un mejor desarrollo.

Sampieri, Collado & Lucio (2014) explican que el estudio descriptivo tiene como objetivo especificar las características y rasgos importantes de un fenómeno analizar, así como describir las tendencias de un grupo o población. El texto describe la información que es relevante para los datos del estudio y para el desarrollo de la investigación. (p. 92)

El estudio es principalmente de naturaleza cuantitativa, deben recogerse datos numéricos, y el estudio puede estructurar estrategias de comportamiento y utilizar teorías de comercio internacional. Se utilizaron las directrices de análisis para

cuantificar los datos, las frecuencias y los porcentajes relacionados con el estudio de viabilidad de las exportaciones.

## **6.2. Métodos de investigación**

El método deductivo es una guía para analizar las conclusiones de los resultados anteriores. Comienza con lo general (principios o leyes) y termina con lo particular (hechos concretos).

Según Ander-Egg, E. (2015) "es el razonamiento que, partiendo de casos concretos, conduce al conocimiento general. Este método permite formular hipótesis, verificar las leyes científicas y realizar demostraciones. La inducción puede ser completa o incompleta". (p. 97).

El método lógico-deductivo se utiliza para aplicar los principios descubiertos a casos concretos, a partir del contexto de las sentencias.

El estudio parte del método deductivo analizando lo particular para llegar a lo general, descubriendo sus propios conceptos y utilizando las pautas para desarrollar los objetivos en estudio.

El campo utiliza el método inductivo, de lo particular a lo general, en la búsqueda del conocimiento y en el estudio de los resultados. Es una estrategia basada en los detalles para llegar a conclusiones generales.

### 6.3. Técnicas de investigación

La aplicación de las técnicas de investigación sirve como recurso directo sobre el funcionamiento ante una captación de información sobre el alcance de contar con herramientas que sean eficaces para generar un nivel de rentabilidad sobre el desarrollo del tema, lo cual implica la obtención de información de diversas fuentes como son la recopilación documental, la entrevista y la encuesta, siendo un aspecto que genera la información adecuada para responder de forma directa sobre el establecimiento de determinar cada uno de los aspectos referentes a una adecuada alternativa.

La recopilación documental es un medio directo sobre la captación de información a través de diversos autores que expresan diversos argumentos y criterios sobre un análisis concreto en el desarrollo del tema que cuente con mejorar cada uno de los escenarios relativos sobre la generación de valor y cumplimiento de procedimientos y regulaciones que son vinculados sobre el mercado dominicano hacia el mercado exterior.

La entrevista es un medio que sirve para asumir cada una de las información adecuadas y concernientes sobre el desarrollo del tema que es vinculado en establecer una serie de preguntas que son asociadas en estructurar preguntas conformes al tema y que enriquecen la recolección de información sobre el tema, siendo un aspecto que genera un nivel de confiabilidad sobre el tema en su desarrollo.

La encuesta es un medio que permite establecer preguntas conforme a un segmento de personas en específicas y que se establecen para enriquecer el desarrollo del tema sobre el análisis entre ambos mercados, donde cada una de las partes genera componer una buena información que sea eficaz y que cumpla con ofrecer resultados concretos sobre la magnitud del desarrollo del tema. Sin embargo, la encuesta es un medio que cumple con promover un buen escalón en propiciar que la información suministrada sea puntual.

#### 6.4. Procedimientos de la investigación

Las fuentes primarias serán libros, revistas, tesis, monográficos, enciclopedias y publicaciones por parte de diversos autores o personas que redactan la información necesaria para conocer más sobre el tema e indagar sobre el análisis del mercado.

Las fuentes secundarias serán a través de miembros directos de entidad que realizan actividad en el exterior para un análisis e interpretación de los datos de forma que se logre alcanzar los objetivos propuestos.



## 7. Índice preliminar para el trabajo de grado

### **Agradecimientos**

### **Dedicatorias**

### **Resumen Ejecutivo**

### **Introducción**

### **Capitulo I. Mercado Dominicano**

#### 1.1. Análisis económico y comercial de Republica Dominicana

##### 1.1.1. Descripción económica

##### 1.1.2. Industria

##### 1.1.3. Comercio internacional

##### 1.1.4. Tecnología

##### 1.1.5. Agricultura

##### 1.1.6. Turismo

#### 1.5. Descripción de las exportaciones realizadas por República Dominicana

#### 1.6. Análisis de la comercialización de productos

## 1.7. Descripción comercial de Italia

### 1.7.1. Papel económico

### 1.7.2. Perfil del comercio entre República Dominicana e Italia

## **Capítulo 2: Procedimientos Aduaneros en el mercado dominicano**

### 2.1. La gestión de aduanas ante el sistema SIGA

### 2.2. Análisis de los cambios reflejados en la Gestión de Aduanas con la introducción del sistema SIGA

### 2.3. Beneficios de la participación del comercio exterior en el mercado dominicano

### 2.4. Análisis de las ventajas y desventajas del Sistema Integrado de Gestión Aduanera

## **Capítulo III. El intercambio comercial entre República Dominicana e Italia**

### 3.1. Generalidades para el cultivo de los productos

### 3.2. Análisis de las condiciones de la República Dominicana para el cultivo de productos agrícolas

### 3.3. Descripción de los requisitos para la entrada del producto hacia Italia

#### 3.3.1. Requerimientos y documentación

3.3.2. Leyes y documentación

3.3.3. Exportaciones hacia Italia

3.3.4. Impuesto sobre el valor añadido

3.4. Análisis de factibilidad para el intercambio comercial

## **Conclusiones**

## **Recomendaciones**

## **Bibliografía**

## **Anexos**

Las estrategias utilizadas fueron las fuentes bibliográficas y los análisis obtenidos a partir de ellas. Se evaluaron las fuentes para obtener la información necesaria y recoger los datos de forma adecuada.

## Referencias Bibliográficas

conavalsi.com. (14 de enero de 2019). *conavalsi.com*. Obtenido de conavalsi.com:  
<https://www.conavalsi.com/blog/ventajas-de-las-empresas-exportadoras#:~:text=Las%20empresas%20exportadoras%20son%20aquellas,del%20cual%20explora%20nuevos%20mercados.>

definicion.mx. (6 de marzo de 2021). *definicion.mx*. Obtenido de definicion.mx:  
<https://definicion.mx/produccion/>

economipedia.com. (14 de mayo de 2015). *economipedia.com*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/exportacion.html>

economipedia.com. (27 de mayo de 2015). *economipedia.com*. Obtenido de economipedia.com: <https://economipedia.com/definiciones/segmentacion-de-mercado.html>

economipedia.com. (6 de marzo de 2021). *economipedia.com*. Obtenido de economipedia.com:  
<https://economipedia.com/definiciones/comercializacion.html>

Hill, C. (2020). *Negocios Internacionales*. México:: McGraw Hill.

INEGI. (2015). *Banco de Información Económica (BIE)*. . Obtenido de Banco de Información Económica (BIE). : <http://www.inegi.org.mx/sistemas/bie/>

John D. Daniels, L. H. (2016). *Negocios internacionales*. . Prentice Hall.

latribuna.hn. (17 de junio de 2017). *latribuna.hn*. Obtenido de latribuna.hn:  
<https://www.latribuna.hn/2017/06/17/preparar-suelo-la-siembra/>

Porto, J. P., & Gardey, A. (2015). *Definicion.de*. Obtenido de Definición.de:  
(<https://definicion.de/exportacion/>)

Ruíz, R. (2015). *El Método Científico y sus etapas*. . Mexico: Esfinge.

Sampieri, R. H. (2018). *Metodología De La Investigación 2ª Edición*. New York,  
España: Mcgraw-Hill.

Valdéz, R. A. (2004). *Exportación efectiva. Ediciones Fiscales ISEF*.

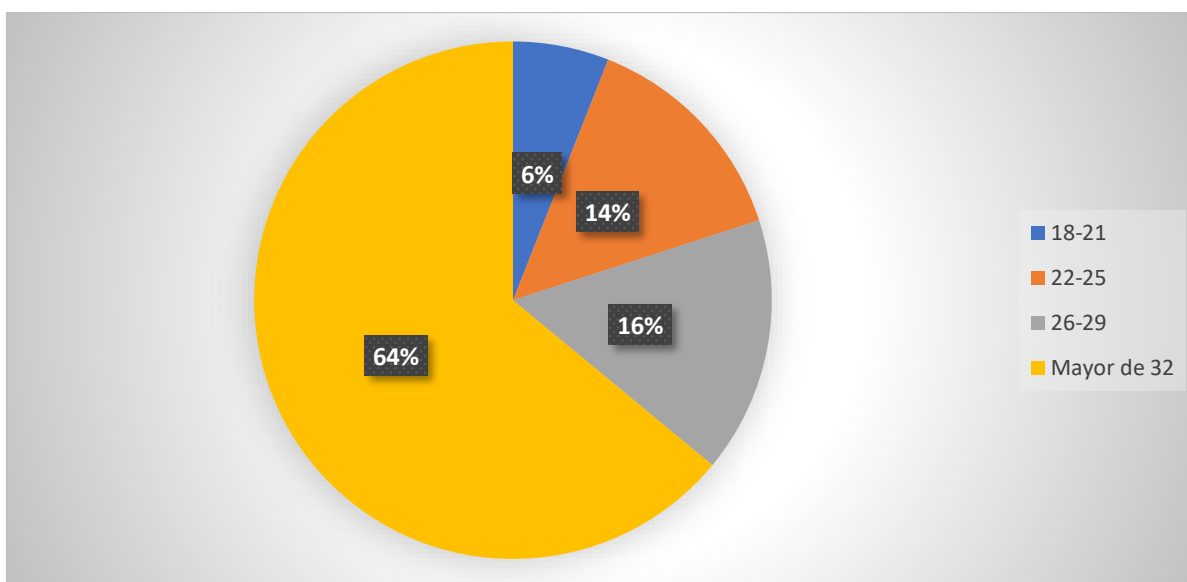
# ENCUESTA DEL ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE EXPORTACIÓN DE TABACO HACIA ITALIA, PERÍODO 2020-2021.

## 1. ¿Qué edad tienes?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
18-21	3	6%
22-25	7	14%
26-29	8	16%
Mayor de 32	32	64%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 1 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 1**



Fuente: pregunta No. 1 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

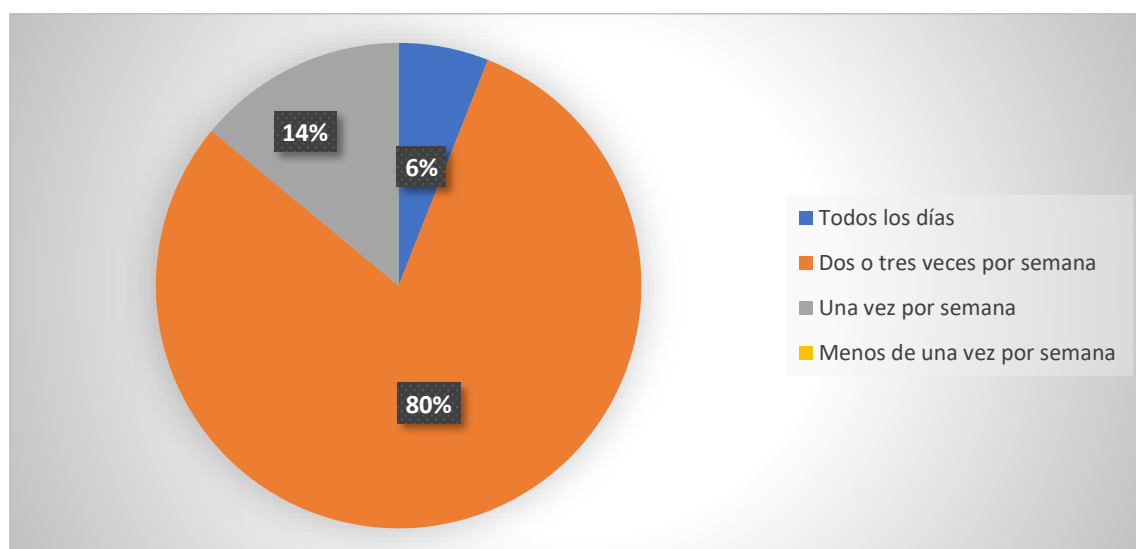
En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 64% de los encuestados se encuentra en el rango de edad mayor de 32 años, el 16% entre los 26 a 29 años, el 14% oscila entre 22 a 25 años y por último, el 6% está en una edad entre los 18 y 21 años.

## 2. ¿Qué tan seguido fumas?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
Todos los días	3	6%
Dos o tres veces por semana	40	80%
Una vez por semana	7	14%
Menos de una vez por semana	0	0%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 2 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 2**



Fuente: pregunta No. 2 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

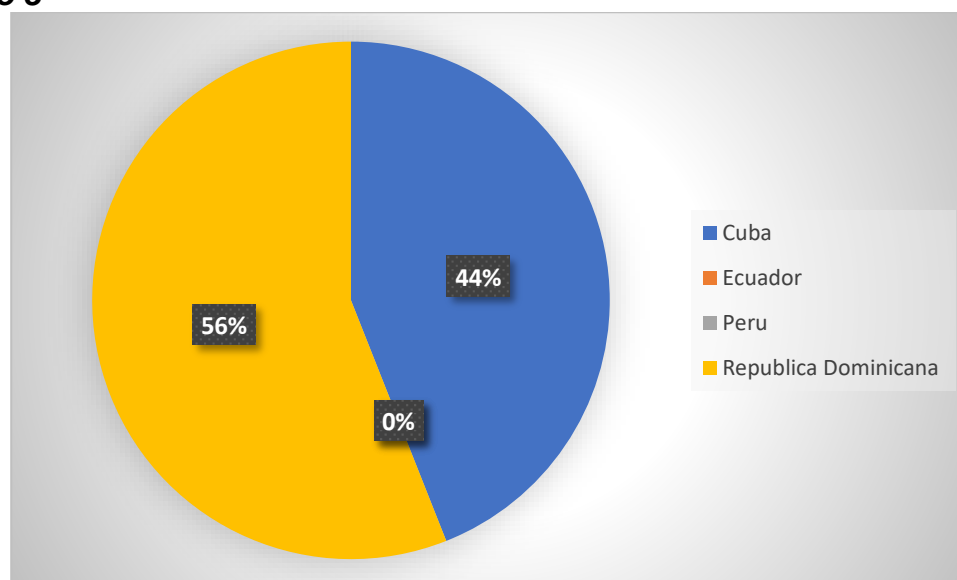
En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 80% de los encuestados fuma dos o tres veces por semana, el 14% fuma una vez por semana y, por último, el 6% fuma todos los días.

### 3. De qué país prefieres comprar tabaco?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
Cuba	22	44%
Ecuador	0	0%
Perú	0	0%
República Dominicana	28	56%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 3 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 3**



En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 56% de los encuestados prefiere comprar tabacos de Republica Dominicana, y, por último, el 44% prefiere comprar tabaco de Cuba.

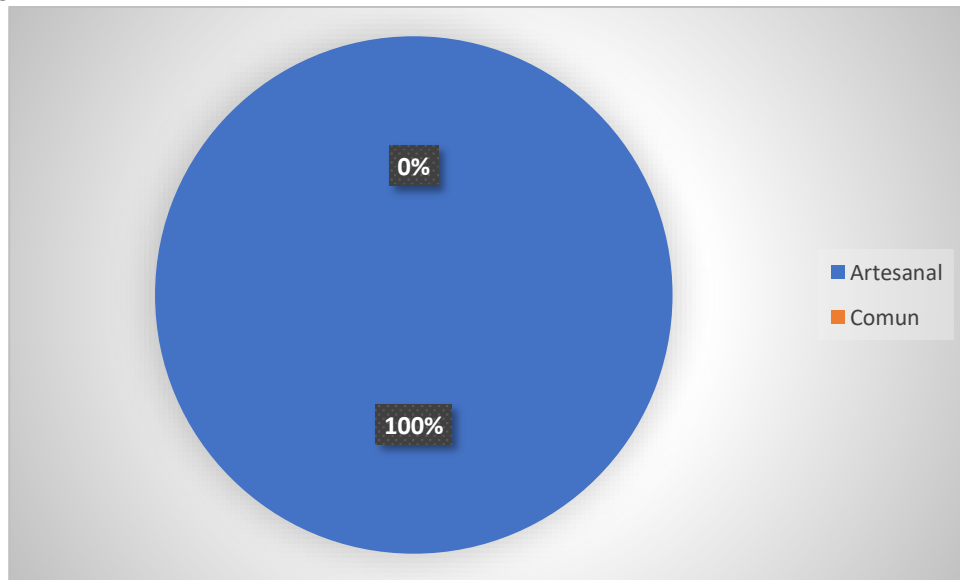


#### 4. Al elegir un tipo de tabaco, ¿Qué prefieres artesanal o común?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
Artesanal	50	100%
Comun	0	0%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 4 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 4**



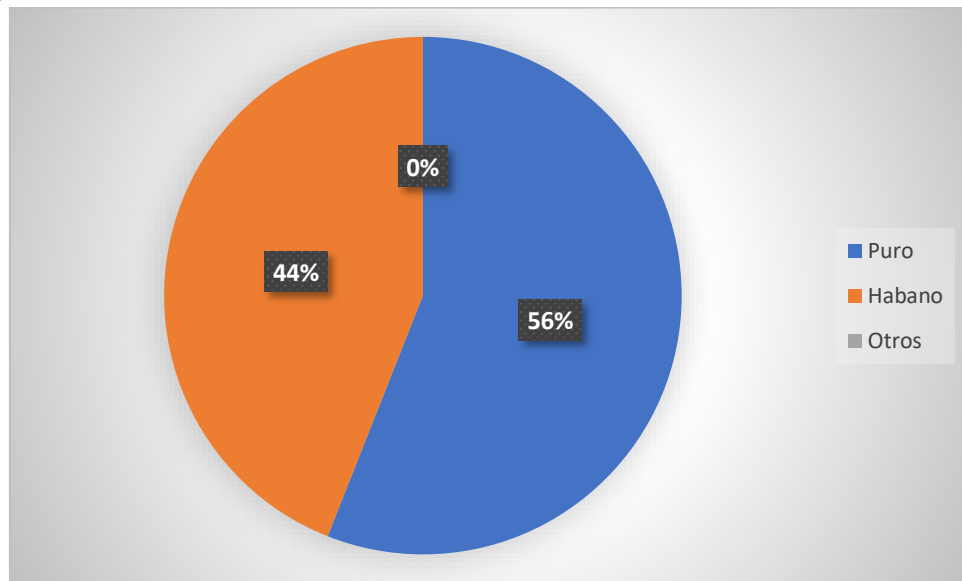
En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 100% de los encuestados prefiere comprar los tabacos artesanales.

## 5. Que tabaco prefieres?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
Puro	28	56%
Habano	22	44%
Otros	0	0%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 5 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 5**



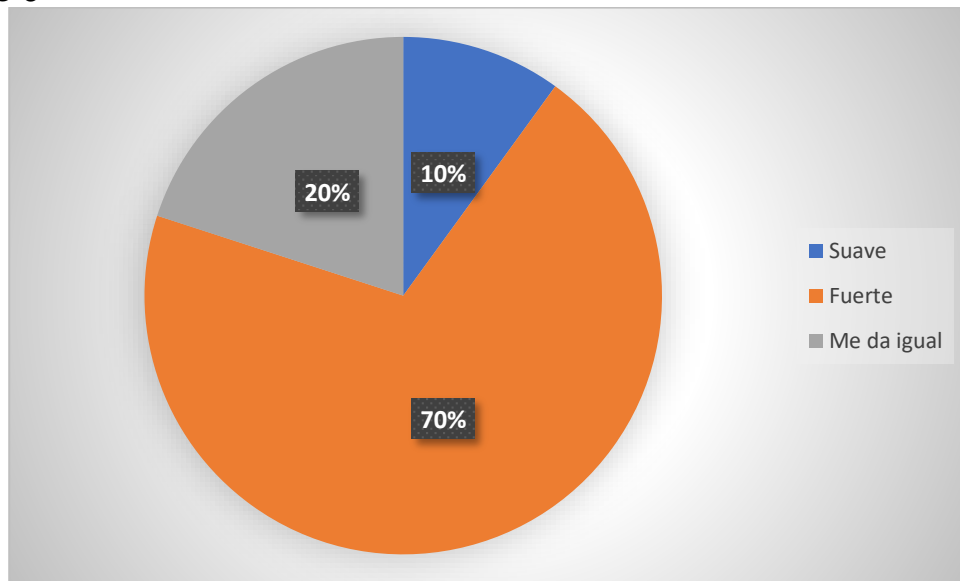
En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 56% de los encuestados prefiere los puros y, por último, el 44% prefiere los habanos.

## 6. ¿Prefieres un tabaco suave o fuerte?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
Suave	5	10%
Fuerte	35	70%
Me da igual	10	20%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 6 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 6**



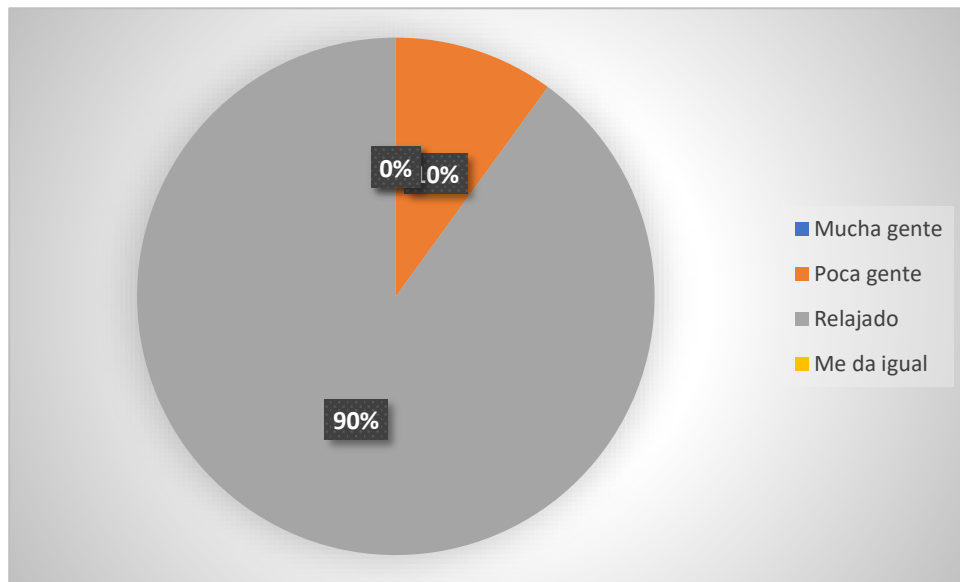
En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 70% de los encuestados prefiere el tabaco fuerte, el 20% le da igual y, por último, el 10% prefiere el tabaco suave.

## 7. Qué tipo de ambiente prefieres para fumar un tabaco?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
Mucha gente	0	0%
Poca gente	5	10%
Relajado	45	90%
Me da igual	0	0%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 7 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 7**



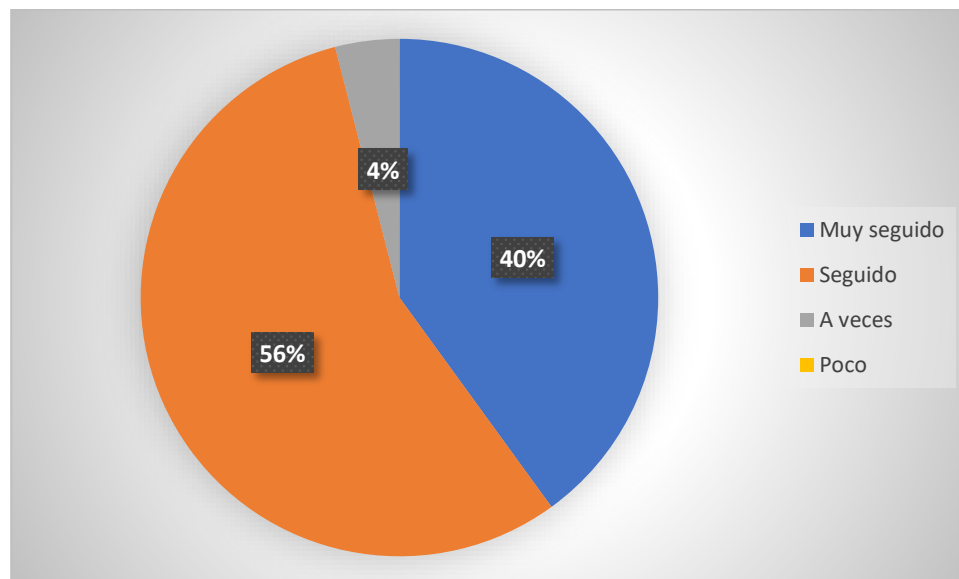
En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 90% de los encuestados prefiere un ambiente relajado para fumar y, por último, el 10% prefiere un ambiente con poca gente para fumar.

## 8. Que tan seguido compras tabacos?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
Muy seguido	20	40%
Seguido	28	56%
A veces	2	4%
Poco	0	0%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 8 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 8**



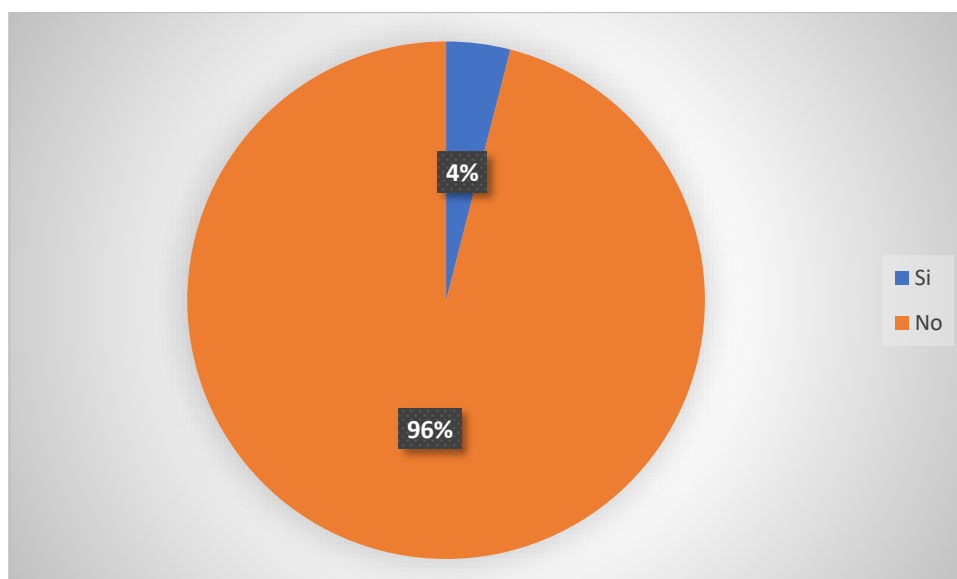
En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 56% de los encuestados compra tabaco seguido, el 40% compra tabaco muy seguido y, por último, el 4% compra tabaco a veces.

### 9. ¿Cuándo eliges un lugar para fumar, es en público tu primera opción?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
Si	2	4%
No	48	96%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 9 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 9**



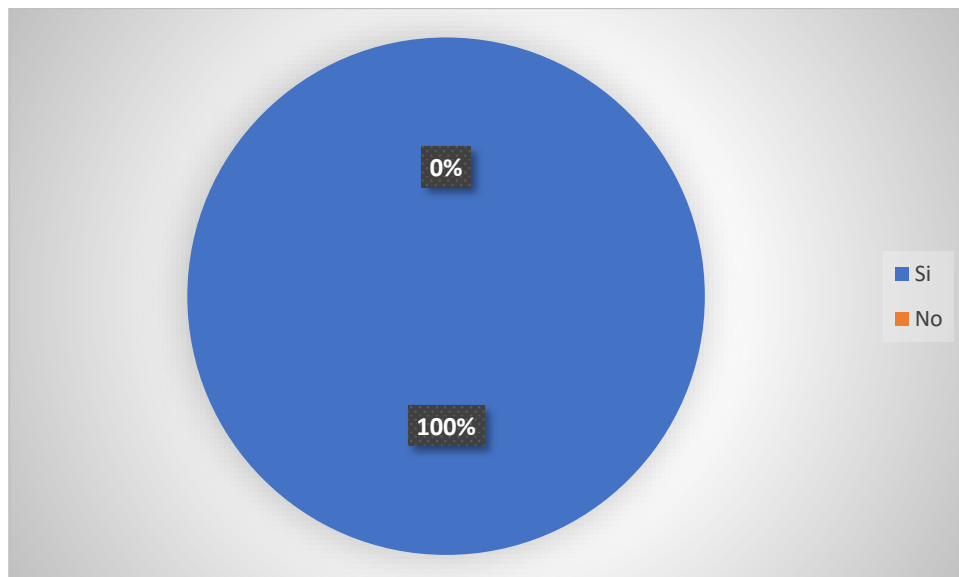
En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 96% de los encuestados no elige fumar en público, y, por último, el 4% elegiría fumar en público.

### 10. ¿Le recomendarías a tus conocidos un tabaco específico?

Variables	Personas encuestadas	Porcentaje
Si	50	100%
No	0	0%
<b>Total.</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Fuente: pregunta No. 10 del Cuestionario aplicado a los consumidores de Tabaco

**Gráfico 10**



En relación a los datos de la encuesta aplicada a los colaboradores se determinó que el 100% de los encuestados recomendaría un tabaco específico a sus conocidos.



# Plagiarism Checker X Originality Report

**Similarity Found: 2%**

Date: sábado, julio 31, 2021

Statistics: 267 words Plagiarized / 12757 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

---

VICERRECTORIA ACADEMICA DEPARTAMENTO DE CURSO MONOGRAFICO  
Trabajo Final de Grado para optar por el título de Licenciatura en Negocios  
Internacionales Título de la monografía: Análisis de Factibilidad de Exportación de  
Tabaco hacia Italia, período 2020-2021. Nombres de los Estudiantes: Insertar.  
Insertar. Insertar. Nombre profesores Asesores: Insertar. Coordinación Curso  
Monográfico: Dra. Sención Raquel Yvelice Zorob Avila Distrito Nacional, República  
Dominicana 2021