



**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**OFICINA COORDINADORA DE CURSO MONOGRÁFICO**

**Tema:**

**OPORTUNIDAD DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS PLÁSTICOS DESDE  
REPÚBLICA DOMINICANA HACIA NAMIBIA**

**SUSTENTANTES:**

**JESÚS A. TREJO COLON      20150419**

**LUIS PEREYRA              20150420**

**ESKARLET M. EVANGELISTA   20161329**

**PROFESORES CONFERENCISTA Y AUXILIAR**

**JUANA PATRICIA CESPEDES**

**ILENA ROSARIO**

**COORDINACIÓN TF MON:**

**DRA. SENCIÓN RAQUEL YVELICE ZOROB AVILA**

**Monografía para optar al título de Licenciatura en Negocios  
Internacionales**

**DISTRITO NACIONAL  
NOVIEMBRE, 2020**

## INDICE GENERAL

ÍNDICE DE TABLAS.....	iv
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	v
DEDICATORIA.....	vi
RESUMEN.....	xi
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	3
La exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia .....	3
1.1. La Industria de productos plásticos en la República Dominicana.....	4
1.2. La exportación de productos plásticos de República Dominicana.....	7
1.3.-Situación actual de la exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia.....	8
1.3.1. Análisis PESTEL de la República Dominicana .....	10
1.3.1.1. Factores Políticos (Tipo de Gobierno).....	10
1.3.1.2. Política Fiscal .....	11
1.3.1.3. Factores Económicos .....	11
1.3.3.4. Factores Legales .....	11
Leyes del sector comercio.....	11
Documentos Requeridos de Exportación .....	13
Leyes para el sector de la Industria Plástico .....	13
1.3.3.5. Factores sociales.....	15
1.3.3.6. Factores Tecnológicos.....	16
1.3.2. Análisis PESTEL del Mercado Objetivo (Namibia) .....	16
1.3.2.1. Factores Políticos (Tipo de Gobierno) .....	17
1.3.2.2. Política Fiscal .....	17
1.3.2.3. Factores Económicos .....	18
Crecimiento económico .....	20
1.3.2.4. Factores Legales .....	21
Leyes del sector comercio.....	21
Procedimientos para llevar a cabo la Importación .....	22
1.3.2.5. Factores sociales.....	23
1.3.2.6. Factores Tecnológicos.....	24
1.3.2.7. Oportunidades de negocios.....	24
1.3.3. Resultados de las Entrevistas realizadas a expertos del sector del comercio exterior .....	25
1.3.3.1. Análisis FODA sobre las exportaciones de la República Dominicana ...	27
CAPÍTULO II.....	30
Modelo de oportunidades de exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia .....	30
2.1. Condiciones para desarrollar el intercambio comercial con Namibia .....	31
2.2. Estructura y elementos que conforman los modelos de exportación referentes de otros países con la República de Namibia .....	34

2.3. Establecimiento de oportunidades de exportación de productos plásticos de República Dominicana con la República de Namibia. ....	35
CAPÍTULO III.....	37
Oportunidades de exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia.....	37
3.1. Valoración de un modelo de oportunidades para la exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia .....	38
3.1.1. Características del país .....	38
3.1.2. Ventajas que posee Namibia que favorecen el intercambio comercial....	39
3.1.3. Oportunidades de Inversión.....	42
3.1.4. Factores que limitan el comercio en Namibia .....	42
3.2. Impacto del desarrollo de iniciativas de exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia .....	44
BIBLIOGRAFÍA.....	54
ANEXOS .....	56
ANEXO 1 .....	57
ANEXO 2.....	58
ANEXO 3.....	59

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Codificación internacional para los distintos plásticos.....	4
--	---

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Factores Internos que caracterizan las exportaciones de productos plásticos de República Dominicana .....	28
Gráfico 2. Factores Externos que caracterizan las exportaciones de República Dominicana .....	29

## DEDICATORIA

Todo va dedicado a mis seres queridos que fueron parte de este camino. En primer lugar, esta Dios y después están mis padres, a quienes estaré eternamente agradecido, han tomado sacrificios y trabajaron para yo tenga las puertas abiertas a una buena educación y los recursos necesarios para poder avanzar en esta trayectoria, su amor y apoyo es algo por lo que siempre estaré agradecido.

A pesar de que mi querida abuela Evangelista Reyes y mi tío adorado Roberto Díaz no estarán presentes en este logro que acabo de alcanzar sé que en los más altos del cielo están orgullosos de mí y de mis esfuerzos, siempre lo llevare en mi corazón.

Mis queridos hermanos Jessir y Carlos gracias por confiar en mí y de darme motivo de seguir hacia delante, por siempre estar a mi lado, aunque a veces me sacan de la casilla, pero así somos los hermanos nos protegeremos hasta el final los quiero mucho.

Mi querida abuela Australia Estévez mi segunda madre, la que estuvo ahí ayudándome y aconsejándome todo el tiempo gracias por todo y tu fe me ayudado a siempre seguir hacia delante.

Estaré siempre agradecido con mis hermanas, Laudina, Lia, Florangel, Nicole, Sweetbreumi, Eva, quienes siempre han estado en las buenas y en más mala y El amor, el respaldo y seguridad que me han dado no hay palabras o hechos para expresarle lo agradecido y le doy gracias a Dios de haberme permitido tenerlos en mi vida, han sido tantos años de inquebrantable unión que estoy seguro de que se mantendrá así hasta el final.

Mis primos y mis tíos que son tantos, pero en especial Griselda, Olga, Cindry, Robertico, Marlen y My Gaby, de los cuales siento que tengo suerte al tener primos y tías tan valiosos que son para mí, gracias por confiar en mis capacidades de seguir hacia delante y nunca dejarme caer en los momentos más difíciles de mi vida.

Agradezco a mis compañeras de mi trabajo que me ayudaron a llegar hasta el final de mi licenciatura, Dorila, Amalia, Paola, Sharo, Jenny, Vianela, Loren, Solangi y Yania que no pude pedir por mejores compañeros tan dedicados como ustedes, y amorosos.

Gracias a mis compañeros de monográfico, Eskarlekt Evangelista y Luis Pereyra que por fin acabamos de esto y por ser un gran equipo esta finalidad.

¡Muchas gracias a todos!

Jesús A. Trejo Colon

## DEDICATORIA

Todo se lo dedico a mis seres queridos los cuales me ayudaron en este transcurso de mi camino educativo para poder convertirme en Licenciado en negocios internacionales de los cuales estaré agradecido de por vida.

Mi madre María Lourdes García Cáceres, la persona que más me ha ayudado en esta vida siendo una madre soltera trato de que nada faltara, siempre se ha preocupado por mi bienestar, mi salud y mi educación, de brindarme su amor de una forma incondicional, de brindarme los recursos para mi educación sin importar la situación y por educarme de una manera asombrosa.

Mi padre Pedro Manuel Rossi Pagán, una persona que sin importar la situación siempre ha estado ahí para mí y mi familia, por ser una persona generosa, por ser atento y por preocuparse por mi salud ya que sin el yo no estuviera vivo, por ser la persona más trabajadora que he conocido en mi vida, por ser humilde y respetuoso con todas las personas sin importar su estatus, por siempre proteger a nuestra familia y porque sin él no habría podido lograr tener la educación que tengo.

Mi hermana Danae Miranda Rossi García, que desde que era pequeña siempre la he protegido brindándole un amor infinitamente incondicional, por ser una hermana feliz, cariñosa, aunque a veces siempre discutimos, pero eso es lo que te hace especial para mí los momentos felices y los momentos de disturbio entre nosotros. Siempre te voy a querer y protegerte, aunque me cueste la vida mi hermana querida.

A mi tío Wascar Bienvenido García, por darme de tu apoyo cuando más lo necesitaba, por escucharme cada vez que necesitaba expresarme y por orientarme en el buen camino, le doy gracias a tu familia a Rosalys por ser otra madre para mí siempre corrigiéndome en los momentos de falta y brindarme su amor cuando lo necesitaba, a tus 3 hijos Alejandro, Alonso y Mancera por siempre darme su cariño incondicional y por darme momentos felices que nunca se borrarán de mi mente mientras viva.

A todos mis tíos Rosmery, Esther, Luz, Yesenia y mi abuela Ángela, por siempre darme de su amor incondicional, de todos los momentos felices que pasamos y los momentos tristes, por siempre preocuparse por mí y de siempre estar ahí en los momentos que lo he necesitado.

Para Sandy Rafael Colón siempre estaré agradecido por todos los momentos que pasamos a lo largo de nuestras vidas, momentos felices y los momentos tristes, aunque gracias a eso nuestra amistad ha sido forjada con un lazo inquebrantable, por ayudarme cuando lo necesitaba, por aconsejarme cuando estaba erróneo, por brindarme el amor de tu familia y abrirme las puertas de tu hogar, y tu confianza.

Julio Cesar Méndez, por ser mi primo y el hermano que nunca tuve siempre has estado a mi lado desde que nos conocimos brindándome tu confianza, tu respeto y mucha admiración, también por los momentos felices, los momentos tristes siempre estuviste ahí para darme tus consejos que tanto me han ayudado.

A Jesús González del Orbe, por ser más que un amigo mi hermano menor, el que siempre ha estado en mis momentos de felicidad y tristeza, ayudándome con lo que necesito, de poder haber conocido a su familia y abrirme las puertas de su hogar, por ser una persona llena de felicidad y contagiosa, por ser mi confidente en el que puedo contar en el momento que necesite. Agradezco también a su tía María Teresa una persona llena de bondad, respeto y dedicación en todos los aspectos de la vida, también agradezco a su hermana Paola González por brindarme su amistad y haberme permitido muchos momentos felices y de tristeza.

A mis compañeros de monográfico Jesús Trejo colón y Eskarlet Evangelista por haber confiado en mí para ser parte de esta odisea con ellos, por siempre brindar de su apoyo y de su comprensión siempre estaré agradecido con ustedes eternamente.

- Luis Pereyra García

## DEDICATORIA

Agradezco en primer lugar a Dios por haberme permitido llegar hasta este punto; por haberme dado salud, ser el manantial de vida y darme lo necesario para seguir adelante día a día para lograr mis objetivos. Además, agradezco infinitamente a mi familia por darme las bases necesarias para culminar con éxito este gran proyecto de monográfico. Dedico este monográfico a mi madre que siempre se ha esforzado por darme todo a base de sacrificios, esa persona incondicional que siempre me ha cuidado y velado por el bienestar y futuro mío. La motivación más grande de superación es mi madre, al yo ver a mi madre todos los días trabajando para poder darme un futuro mejor distinto al que ella tuvo me llena de satisfacción y hoy le puedo decir que "VALIO LA PENA" todos los sacrificios hechos por mí. Siempre estaré agradecida con DIOS por esa estupenda madre que me obsequio.

Siempre estaré agradecida con mi padre quien a lo largo de mi vida ha velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento, por siempre estar preocupado por ayudarme a crecer tanto en mi vida laboral como personal, gracias por siempre estar disponible para tus hijos, especialmente para mí.

Agradezco también a mi tía Sandra quien ha sido como una segunda madre para mí, quien siempre ha estado dispuesta ayudarme y guiarme en cada paso de este trayecto y transcurso de mi vida. Gracias por siempre cuidarme y amarme como si fuera tu hija. El amor y la gratitud hacia ti nunca se acabarán.

Le agradezco mucho a mi ángel amado quien hoy no tengo la dicha de tener conmigo, pero sé que desde el cielo está muy feliz por verme culminar esta etapa de mi vida. Te dedico esto abuelita de mi alma, gracias por siempre amarme, cuidarme y demostrarme ese amor y apoyo incondicional.

Dios me dio la dicha de tener dos padres, abuelito de mi vida son tantas las palabras de agradecimientos que tengo para ti, gracias por ser como un padre para mí, gracias por tu amor incondicional, tus cuidados, tu desinterés hacia mí, gracias por siempre brindarme tu apoyo en todo momento de mi vida, pero sobre todo gracias por sacrificarte por brindarnos un mejor futuro a nosotros, tu familia.

Le agradezco mucho a esa privilegiada persona que DIOS me permitió tener como pareja quien siempre ha estado ahí para apoyarme, creyendo en mí y depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Siempre estaré agradecida de que hayas sido uno de mis principales motores en esta maravillosa etapa, gracias por siempre estar ahí para celebrar cada uno de mis logros, pero sobre todo por enseñarme a ver la vida desde una perspectiva diferente donde los fracasos no son el final de todo sino una enseñanza.

Gracias a la mejor amiga del mundo, a mi hermana Lisbeth, a uno de los mejores regalos que DIOS me ha dado. Gracias manita por siempre estar disponible para mí, gracias por siempre cuidarme, por estar ahí cuando necesito un abrazo, por hacerme comer cuando estoy triste, por querer enseñarme la realidad por más dura que sea. Gracias por tu amor, lealtad y paciencia para conmigo, mejor hermana no pude pedir.

Eskarlet M. Evangelista

## RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia. El presente trabajo es una investigación de campo. Las técnicas de recolección de datos utilizada fueron las entrevistas a un representante de ADIPLAST, y otro del Ministerio de Comercio. El valor práctico de esta investigación consiste en la consideración de la oportunidad de exportación a Namibia, así como presentar recomendaciones que impulsen esta idea, siendo la industria del plástico, una tendencia de exportación de la República Dominicana. Este estudio permite una perspectiva amplia al considerar un mayor conocimiento sobre las oportunidades de exportación hacia Namibia, beneficiando en cierta forma a las empresas que se dedican a la fabricación de plástico en formas primarias y de caucho sintético, así como a la fabricación de envases y embalajes de productos comestibles, productos de consumo masivo y farmacéuticos en República Dominicana. Los resultados conducen a considerar que en Namibia existen obstáculos tales como que se importa fundamentalmente de Sudáfrica y otros países vecinos a quienes los vincula una historia común, no obstante hay otros países como socios comerciales, como España, Estado Unidos y China y en la actualidad se están incentivando las inversiones de capital extranjero, además entre sus fortalezas se encuentran la estabilidad política, las condiciones macroeconómicas favorables, el sistema judicial independiente, la protección de la propiedad y de los derechos contractuales, una infraestructura de buena calidad, y la facilidad de acceso a Sudáfrica. Entre las recomendaciones se plantea que a mediano a o largo plazo pudieran crearse las condiciones partiendo del análisis de los principales obstáculos que pueden impedir una inserción exitosa en los mercados internacionales.

**Palabras Claves:** Oportunidad de exportación, productos plásticos, República Dominicana, Namibia.

## INTRODUCCIÓN

En la actualidad la Globalización ha influenciado en forma más intensa el intercambio comercial entre diferentes países, en este sentido, las exportaciones constituyen una forma de ingreso adicional relevante para un país, esto le permite colocar el excedente interno de los productos en los mercados externos, y así de esta manera, incrementar los ingresos. Por otra parte, la diversificación tanto en productos como en nuevos mercados disminuye el riesgo de estar limitado a un solo mercado o producto y exponerse a los riesgos que trae consigo esa dependencia a nivel internacional.

Por consiguiente, la búsqueda de otros mercados potenciales, su selección y penetración de nuevos mercados, es fundamental, no obstante, para ello se requiere la formulación de estrategias, e instrumentar el diagnóstico profundo de estos nuevos mercados. Es por ello, que el presente estudio se ha enfocado en analizar la oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia, este país africano se encuentra situado al sur oeste de África, destacándose por sus importaciones más que sus exportaciones, representando, por tanto, un mercado objetivo pudiéndose aprovechar las oportunidades existentes como mercado de exportación.

Por las razones expuestas, surge la inquietud de hacer una investigación donde se plantea el análisis de oportunidades de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia.

Esta monografía está compuesta por 3 capítulos desarrollados de la siguiente forma:

En el capítulo I, se presentan aspectos relativos a la industria de productos plásticos en República Dominicana, la Asociación Dominicana de la Industria del plástico, la exportación de productos plásticos en el país, y la situación actual de la exportación, a través del análisis PESTEL.

En el capítulo II, se presentan brevemente las condiciones previas que permitan cambios de la situación actual para las oportunidades de exportación

de productos plásticos hacia Namibia, la estructura y elementos que conforman los modelos de exportación referentes de otros países con la república de Namibia, y el establecimiento de oportunidades de exportación de productos plástico de República Dominicana con la República de Namibia.

En el Capítulo III se va a presentar la valoración de un modelo de oportunidades para la exportación de productos plásticos, y la valoración del impacto del desarrollo de iniciativas de exportación de productos plásticos en la República Dominicana hacia Namibia.

Finalmente se presentan las Conclusiones y recomendaciones, y la Bibliografía.

## **CAPÍTULO I**

**La exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia**

## 1.1. La Industria de productos plásticos en la República Dominicana

El plástico constituye en el mercado internacional uno de los productos frecuentemente utilizados en la industria, ya que es adecuado para elaborar empaques, bolsas, botellas, tubos, entre otros. Estas son sustancias derivadas del petróleo y en la actualidad es muy frecuente su uso por la relevancia de sus características como: poco peso, tacto agradable, color y fuerte ante la degradación ambiental, lo cual lo convierte en un producto ideal para ser comercializado.

Así mismo, se ha dispuesto una identificación numérica válida a nivel internacional para una cierta variedad de material plástico y de esta manera se pueda distinguir. Este número está asociado a su vez de la abreviatura del nombre del plástico. (Albano, 2014, p.23). En la Tabla 1, que se presenta a continuación, se puede observar las diferentes categorías:

**Tabla 1 Codificación internacional para los distintos plásticos**

Nombre	Abreviatura	Número
Poliéster o Polietilentereftalato	PET o PETE	1
Polietileno de alta densidad	PEAD o HDPE	2
Policloruro de vinilo o Vinilo	PVC o V	3
Polietileno de baja densidad	PEBD o LDPE	4
Polipropileno	PP	5
Poliestireno	PS	6

*Fuente:* Datos tomados de Albano, (2014)

De los tipos de plásticos presentados en la tabla anterior el PET, es uno de los más populares, se utiliza en envases y empaque: aceite, conservas, cosméticos, agua purificada, bebidas carbonatadas, productos farmacéuticos, detergentes y productos químicos, fibras: cuerdas, telas tejidas, hilos de costura, cerdas de brochas, refuerzos para mangueras, electro-electrónico, capacitores, películas ultradelgadas, aislamiento de motores. También se puede reciclar para ser utilizado en alfombras, fibras, envases para alimentos y productos no alimenticios.

El PET se caracteriza por su elevada pureza, alta resistencia y tenacidad. Presenta propiedades de transparencia y resistencia química. Existen diferentes grados de PET, los cuales se diferencian por su peso molecular y cristalinidad. Cada vez más nuevos campos de aplicación para el PET y se desarrollan botellas de peso reducido.

Por otra parte, la producción de plásticos en la industria ha sido esencial, ya que se ha considerado un material alternativo para sustituir los envases de vidrio empleados en el sector manufacturero. Este material puede ser manipulado para el empaquetado de juguetes, artículos deportivos, fibras textiles, bolsas, tubos, aparatos electrónicos, entre muchas otras utilidades

Ahora bien, los principales usuarios de envases plásticos lo constituyen las empresas productoras de alimentos y bebidas, lo cual suele ser poco más de la mitad del mercado y en la actualidad más de la tercera parte de todos los productos que se consumen actualmente se envasan en plásticos (Castro, 2011)

En este aspecto, el sector manufacturero de productos plásticos en la República Dominicana tiene un papel fundamental, tanto para el abastecimiento de la demanda nacional como en el área de la exportación. En relación con esto último, Rodríguez, (2020), basado en lo que revelan las estadísticas de la Asociación Dominicana de la Industria de Plástico (ADIPLAST), la asociación que agrupa a los industriales dedicados a la fabricación y comercialización de productos de plásticos desde el 2011, señala que una cantidad aproximada de “300 empresas formales están ligadas al sector y de estas 133 se dedican a la fabricación de productos de plástico, en formas primarias y de caucho sintético, así como a la fabricación de envases y embalajes de productos comestibles; productos de consumo masivo y farmacéuticos” (p.1).

Por otro lado, estas empresas dan empleo a un grupo aproximado de “6,800 personas, un 20% de ellas son compañías familiares y la mayoría están tipificadas como pequeñas y medianas (Pymes); mientras que unas 20 están categorizadas como grandes empresas” (p.1).

Señala también Rodríguez (2020), que hay un grupo importante de empresas dedicadas al reciclaje, tanto formalmente como informalmente, procesando 3,000 toneladas de plásticos al mes lo cual es cerca de 15,000 toneladas que entran al mercado según sus estimaciones. Así mismo, afirma que según ADIPLAST, las manufacturas plásticas se han convertido en un destacado producto de exportación, con valores anuales superiores a US\$ 300 millones. De la misma manera, según Castaño (2019), quien cita a la directora ejecutiva de ADIPLAST, explicó que la industria del plástico en la República Dominicana toma cada día mayor auge a nivel empresarial, para el 2017, “el país exportó 600 millones de toneladas de plástico hacia el extranjero”. (p.1)

Agrega que las manufacturas plásticas se han convertido en un destacado producto de exportación, con valores anuales superiores a US\$ 300 millones. Específicamente, entre 2008 y 2017, las empresas y personas que reciclan sacaron de las calles 228.2 millones de kilogramos de plásticos, 67% PET (botellas plásticas) y exportaron US\$116.6 millones, 57% a China, 13% a India, 10% a Colombia, 5% a Estados Unidos, entre otros.

En palabras de (Alvarez, 2019), ADIPLAST agrupa a más de “60 industriales dedicados a la fabricación y comercialización de productos de plásticos dentro y fuera del país. Este sector integra más de 300 compañías; el 20% son familiares, 20% están categorizadas como grandes empresas y el resto son Pymes”. (p.1)

En otras palabras, la industria del plástico forma parte de una economía circular, este material tiene la propiedad de la reutilización bajo la forma actual, o siendo transformado y genera beneficios económico, ambiental y social. En fin, el plástico es parte fundamental en la fabricación, procesamiento y embalaje de productos en otros sectores de la industria, además los productos derivados del plástico o caucho, es decir los materiales reciclables o chatarra es también una industria importante.

## **1.2. La exportación de productos plásticos de República Dominicana**

En lo que respecta a los productos Plásticos, Álvarez (2019), citando a Álvaro Sousa, presidente de la Asociación Dominicana de Industrias de Plásticos (ADIPLAST), durante una entrevista con elDinero, señala: “en la República Dominicana la industria del plástico aporta al Producto Interno Bruto (PIB) con exportaciones que ascienden a US\$600 millones al año”. (p.20).

Continúa diciendo, que de acuerdo al informe titulado Contribución del Sector de Plásticos a la Economía Dominicana, elaborado por ADIPLAST, el sector de plástico es responsable de generar RD\$4,300 millones en recaudaciones fiscales de las direcciones generales de Impuestos Internos (DGII) y Aduanas (DGA).

Adicionalmente señala que en “los últimos años, esta cifra ha ido en aumento, ya que en 2007 la industria era sólo responsable del 4.5%, lo que indica un crecimiento de 1.5 puntos porcentuales”. Cabe destacar que en los últimos 10 años ha aumentado la inversión y a partir del 2017, la industria del plástico es la numero uno en materia de exportaciones nacionales, después de la minería y agricultura, exportando más que el sector azucarero. Sostiene además que la industria del plástico genera 19,800 empleos directos y más del 80% de los supermercados locales tienen algún tipo de plástico.

Cabe tomar en cuenta, según Bonilla, (2018), quien cita las palabras de la presidenta de la Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección medio ambiental (ECORED) que el plástico viene siendo un derivado del petróleo, cuando su precio baja, “disminuye el precio de la resina que se saca de los residuos plásticos, dejando de ser atractivo para las industrias que lo utilizan”, (p'1)

No obstante, hay que resaltar que desde el año 2014, República Dominicana ha exportado a China la cantidad de 4.3 millones de kilogramos de plástico PET reciclado, por el cual recibía 2.4 millones de dólares, sin embargo, a partir del primer trimestre del año 2018, China estableció la prohibición de

importar plástico reciclado, por lo cual las exportaciones de esos residuos a esa nación han disminuido un 80% desde 2014 hasta la fecha, por la baja del petróleo. No obstante, a pesar de esta prohibición se ha exportado al país asiático la cantidad de 472 Mil 651 kilogramos de material plástico.

Sumado a lo anterior, más de 10 países han decidido no recibir ese tipo de material desde la República Dominicana, entre esos países se encuentran Bélgica, Canadá, Curazao, Indonesia, Noruega, Trinidad y Tobago, Países Bajos, Reino Unido, San Martín, Francia, Islas Vírgenes Británicas, Vietnam y Lituania (se retiró en 2015).

### **1.3.-Situación actual de la exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia.**

El intercambio comercial es un proceso que se realiza a lo largo de todo el mundo, y se produce cuando dos agentes económicos intercambian bienes o servicios a cambio de una contraprestación, esto es una acción muy frecuente en la sociedad y entre diferentes países, y al conjunto de esos intercambios se le llama comercio. El comercio dependiendo de quién lo realice puede ser comercio interior o exterior.

Al mismo tiempo, en relación con el comercio exterior existen dos tipos de intercambio comercial, estos son: importaciones y exportaciones, las primeras se producen cuando los bienes son adquiridos para ser consumidos o comercializados en un país diferente al país de origen. En cuanto a lo referido a las exportaciones, son los bienes y servicios enviados al exterior, para consumirlo o comercializarlo en otros países.

En este sentido, “el comercio internacional, o el intercambio de bienes y servicios comercial entre los países, ha venido creciendo de forma acelerada debido a la gran apertura de las economías en las últimas décadas” (Ministerio de Industria y Comercio, 2012, p.8).

Los países con mayor número de exportaciones han sido liderados por los

Estados Unidos (12%), China (10%), y Alemania (8%), ahora bien, con respecto a los países donde hubo evidencia de mayor crecimiento de sus exportaciones en Asia y África se encuentran consecutivamente: Azerbaiyán, Turkmenistán, Cambodia y en África: Uganda, Mozambique, Cape Verde y Egipto. Por el otro lado, hubo varios países que obtuvieron fuertes reducciones en sus exportaciones como Zimbabue, Venezuela, Gabón y Canadá entre otros.

Los productos dirigidos a la exportación en orden de importancia a nivel mundial han sido los combustibles minerales, aceites minerales, y productos de su destilación, máquinas, aparatos y material eléctrico, sus partes y aparatos de grabación, máquinas, reactores nucleares, calderas, aparatos y artefactos mecánicos, vehículos automóviles, tractores, ciclos, demás vehículos terrestres y sus partes, materias plásticas y manufacturas de estas materias.

En lo que respecta a la balanza comercial, o la diferencia entre el valor de las exportaciones y las importaciones de bienes en una economía, ha venido presentando cambios a nivel mundial. Además, la diversificación en materia de nuevas exportaciones o la búsqueda de nuevos mercados, ajustarse a las nuevas tendencias y la preservación del ambiente, es fundamental en la economía de un país.

De la misma manera, otro de los desafíos claves de una economía exportadora es indudablemente identificar cuáles productos tienen potencial para ser exportados y en el cual el país de origen tenga mayor conocimiento del mercado. De allí que el comercio internacional se convierte en una estrategia para impulsar el crecimiento económico de los países.

Por otro lado, adicionalmente es fundamental seleccionar el mercado más adecuado al cual acceder a mediano o a largo plazo. Ahora bien, la selección de los mercados potenciales internacionales constituye una delicada decisión, ya que requiere información. En esta tarea un paso importante a considerar es el análisis de los distintos países, con los cuales se puede comercializar.

Concretamente, el análisis de estas variables mencionadas como la posible

disponibilidad del producto, calidad, valor agregado, adaptabilidad, capacidad empresarial y las condiciones de acceso, la apertura de los nuevos mercados, los aranceles, certificaciones y requerimientos, son fundamentales, ya que de este análisis se obtienen los aspectos más relevantes a considerar, para junto con el empresario avanzar en su interés de llegar a otros mercados. Para esto, es importante realizar un diagnóstico del entorno en el que se detallan los factores, para ello el análisis PESTEL, es el ideal, ya que este identifica aspectos políticos, económicos, socio-culturales, tecnológicos, ecológicos y legales que pueden favorecer o perjudicar búsqueda de nuevos mercados, además de determinar las nuevas tendencias que se puedan aprovechar para generar las oportunidades.

Por tanto, el análisis del entorno empresarial dominicano, en sus aspectos políticos, económicos, socioculturales, tecnológicos, ecológicos y legales es propicio para determinar las oportunidades y el potencial que puede ofrecer el sector de la industria del plástico para la exportación a un país como Namibia en el continente africano.

De esta manera, el análisis de las variables del entorno y su impacto positivo o negativo sobre la oportunidad de exportación del plástico como son: tipo y forma de gobierno, política fiscal, crecimiento económico, calificación riesgo-país, tendencia de consumidor, estilos de vida, impacto de las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TICS), leyes de protección medioambiental, leyes y decretos, son necesario como punto de partida para tomar en cuenta nuevos mercados objetivos.

### **1.3.1. Análisis PESTEL de la República Dominicana**

#### **1.3.1.1. Factores Políticos (Tipo de Gobierno).**

En República Dominicana existe una democracia representativa estable, donde el presidente es Jefe de Estado y Jefe de Gobierno, elegido cada cuatro años por elección popular. El país se rige por una Constitución Política de la

República Dominicana. Ley Electoral No. 275-97 y sus Modificaciones. (CEPAL, 2018).

### **1.3.1.2. Política Fiscal**

En República Dominicana existe la obligatoriedad de inscribirse en el Registro Nacional de Contribuyentes (RNC) para la realización de actividades susceptibles de generar obligaciones tributarias. La Importación o exportación de bienes, directamente o a través de terceros, va a generar una obligación tributaria, así como también transacciones en entidades bancarias o financieras, del país o del exterior, o cualquier otra actividad de lícito comercio o servicio. (Internos, 2018).

### **1.3.1.3. Factores Económicos**

Según un informe presentado por la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL, 2018), la República Dominicana, con un aumento del PIB del 5.04%, ha sido el líder en el crecimiento económico regional a finales de 2018.

### **1.3.3.4. Factores Legales**

#### **Leyes del sector comercio**

En relación con las leyes del sector comercio, en el país se encuentra el siguiente basamento legal:

- Constitución Política de la República Dominicana, (2015). Gaceta Oficial No. 10805 del 10 de julio de 2015.

- Ley No. 226-06, otorga a la Dirección General de Aduanas (DGA), la calidad de ente de derecho público con personalidad jurídica propia, autonomía funcional, presupuestaria, administrativa, técnica, y patrimonio propio.

- Ley No.11-92, del 16 de mayo de 1992, aprueba el Código Tributario de la República Dominicana, en lo que se refiere exclusivamente a los recursos y procedimientos jurisdiccionales, así como por los demás reglamentos y disposiciones legales para su funcionamiento.

- Tratado de Libre Comercio entre la República Dominicana, Centroamérica y los Estados Unidos de Norteamérica (DR-CAFTA). A través de este Convenio pueden acceder libres de aranceles al territorio dominicano, los productos especificados en el calendario de Desgravación Arancelaria elaborado con base en el Anexo 3.3 del DR-CAFTA, los que están incluidos en el Arancel de Aduanas, Ley No. 146-00.

- Acuerdo de Libre Comercio con la Comunidad del Caribe (CARICOM). Debe ser tomada en cuenta la relación de mercancías sujeta a exención arancelaria, a partir de consulta previa a la Sección de Normas de Origen de la Dirección General de Aduanas, previa presentación del Certificado de Origen que acredita la preferencia arancelaria.

- Acuerdo de Asociación Económica con los Países de la Unión Europea y los Países del CARIFORUM. El Acuerdo de la EU-CARIFORUM, presenta un amplio calendario de productos sujetos a desgravación arancelaria, que entró en vigencia a partir del año 2009, cuya aplicación debe ser solicitada a la Sección de Normas de Origen de la Dirección General de Aduanas para su validación, previa presentación del Certificado de Origen correspondiente.

- Acuerdo Parcial de Libre Comercio entre la República Dominicana y Panamá, incluye un listado de mercancías, principalmente materias primas, que deben ser declaradas en preferencia arancelaria, previa consulta a la Sección de Normas de Origen de la Dirección General de Aduanas para su validación.

- Acuerdo de Asociación Económica entre los países del CARIFORO y de la Comunidad Europea (EPA, por sus siglas en inglés) (2008).

- Ratificación del Acuerdo de Asociación Económica (AAE) entre los Estados del Cariforum y el Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte,

aprobado por la Cámara de Diputados Dominicana en su sesión ordinaria celebrada el 16 de septiembre de 2020.

### **Documentos Requeridos de Exportación**

El Ministerio de Industria y Comercio (2018), ha establecido los siguientes documentos para la exportación:

- Constancia de registro del nombre de la empresa ante ONAPI.
- Certificado de registro en la Cámara de Comercio y Producción.
- Registro Nacional del Contribuyente (RNC).
- Inscripción y Registro de Exportador.
- Factura Comercial
- Entregar el Formulario de Declaración única Aduanera de Exportación (DUA)
  - Carta de Origen.
  - Buena Pro
  - Listado de Embalaje.
  - Permiso y documento de Embarque.
  - Documento donde se Autoriza, el transporte ya sea marítimo o aéreo.
  - Tener a la mano la Declaración Única de Exportación.

### **Leyes para el sector de la Industria Plástico**

En República Dominicana dentro de las disposiciones legales existen algunas pertinentes a la actividad del reciclaje de residuos sólidos entre las cuales se encuentran en la Ley General sobre el Medio Ambiente y los Recursos Naturales” (ley 64-00) y la “Ley sobre el Distrito Nacional y los municipios (Ley 176-07).

- Ley General sobre el Medio Ambiente y los Recursos Naturales. (ley 64-00).

En esta Ley en su capítulo VI, en los artículos 106 y 108, se ratifica la operación de sistemas de recolección, tratamiento, transporte y disposición final de desechos sólidos no peligrosos, por parte de los ayuntamientos municipales; y se establece la implantación de sistemas de clasificación de “desechos” en las instituciones públicas respectivamente. También dentro del marco de aplicación de la Ley 64-00 existe:

a) Norma para la Gestión Ambiental de Residuos Sólidos no Peligrosos (NA- RS-001-03 - Sustituye a la RE-DM-01) de junio 2003: esta Norma define el reciclaje propiamente como “la transformación de las materias segregadas de los residuos, dentro de un proceso de producción, para ser incorporados como materia prima al ciclo productivo”. (p.18). La referida norma define también el concepto Valorización: como un “conjunto de acciones asociadas cuyo objetivo es el aprovechamiento de los recursos contenidos en los residuos, sin poner en peligro la salud humana y sin utilizar métodos que puedan causar perjuicio al medio ambiente”. Bajo este concepto caen los cuatro procesos: reciclaje, compostaje, biometanización e incineración.

En el punto 3, “De los principios”, el acápite 3.4 indica: Se incorporarán en la gestión programas y proyectos de reducción en origen de residuos. La valorización y reciclaje se tomarán como medidas básicas de gestión en el proceso de disposición final En el punto 5, “Especificaciones sobre generación, almacenamiento, recolección, transporte y valorización de los residuos”, el acápite 5.7 hace referencia a las “Disposiciones Generales para el Reaprovechamiento, la Valorización y el Reciclaje

b) Política para la Gestión Integral de Residuos Sólidos Municipales. Febrero 2014. Entre sus líneas de acción, se establecen:

- Promover la formalización de los segregadores o recuperadores de residuos sólidos, popularmente conocidos como “buzos”.
- Incentivar la recuperación y el reciclaje.

- Incentivar la formalización los centros de reciclaje existentes y creación de -nuevos.

- Incentivar la formalización los centros de reciclaje existentes y creación de -nuevos.

- Promover en la población formas alternativas de manejo sostenible de los residuos -sólidos domiciliarios.

c) Procedimiento para la Recuperación de Multimateriales con Valor Comercial, el cual establece las responsabilidades de los distintos actores involucrados, las alternativas de recuperación y los pasos a seguir.

La ley 176-07 establece dentro de sus atribuciones, la responsabilidad de los municipios en la gestión de los residuos, en el Capítulo 1 “De las Competencias”, en el artículo 19, se indica: normar y gestionar la protección de la higiene y salubridad públicas para garantizar el saneamiento ambiental, además de ofrecer los servicios de limpieza y ornato público, recolección, tratamiento y disposición final de residuos sólidos.

#### **1.3.3.5. Factores sociales**

El país tiene una superficie de 48.670 km<sup>2</sup> y una población de aproximadamente 10.766.998 habitantes con edades entre los 0 a 55 años. Es una población donde se encuentran una gran cantidad de inmigrantes procedentes Haití, país vecino más cercano y otros países como Venezuela. En la actualidad el Índice de Desarrollo Humano o IDH, que elabora las Naciones Unidas ha permanecido estable, los dominicanos tienen un nivel de vida estable y un buen nivel de acceso a educación.

No obstante, citando a Aldana (2018), República Dominicana es uno de los países con más “del 50% de la población en los sectores socioeconómico bajo o muy bajo, es decir, tienen necesidades básicas insatisfechas, en este grupo se encuentran la mayoría de los inmigrantes, ahora bien, un 27% se encuentra en buenas condiciones para vivir”. (p.1).

### **1.3.3.6. Factores Tecnológicos**

Dado que la tecnología tiene un impacto positivo en el crecimiento y la competitividad de un país, hay que resaltar la incorporación de las redes de internet a gran cantidad de la población, en todas las áreas económicas. En este sentido, cabe destacar que la intervención de un mayor número de empresas extranjeras, incluso las de Zonas Francas, han logrado la incorporación de maquinarias y procedimientos más avanzados los cual san mejorado la productividad en diversos sectores, generando valor agregado a la economía dominicana. (Revista Digital Analítica, 2016, p.1).

En lo relacionado con los diferentes sectores económicos, la incorporación de la tecnología es fundamental para hacer más eficientes los procesos en la industria del plástico.

### **1.3.2. Análisis PESTEL del Mercado Objetivo (Namibia)**

La República de Namibia debe su nombre a la zona desértica dominada por el desierto del Namibia, y con excepción de la zona norte, es un lugar seco y desértico con escasa precipitación pluvial.

Este país está situado en el sur de África, tiene una superficie de 824.290 Km<sup>2</sup>. Su capital es Windhoek y su moneda Dólares namibios. Limita al norte con Angola, al noreste con Zambia, al oeste con el océano Atlántico, al este con Botsuana, y al sureste y sur con Sudáfrica.

El Censo de población y vivienda de 2011, estimó que la población era en total de 2.113.077 habitantes. Los resultados del censo de 2011 indican que hay 1.091.165 mujeres y 1.021.912 hombres y también que el 94% de los residentes son namibios y solo el 3% extranjero, manteniendo una muy baja densidad de población, por Km<sup>2</sup>. Es miembro de la Mancomunidad de Naciones, la Unión Africana y las Naciones Unidas. Su capital y ciudad más poblada es Windhoek. (Oficina Económica y Comercial de España en Johannesburgo, 2018)

### **1.3.2.1. Factores Políticos (Tipo de Gobierno)**

El gobierno de Namibia tiene un Jefe de Estado, y jefe de gobierno, elegido por voto popular cada cinco años.

En relación con el parlamento de Namibia es bicameral, compuesto por el Consejo Nacional con 26 escaños, ocupados por dos representantes elegidos por cada consejo regional y la Asamblea Nacional con 78 escaños, de los que 72 miembros se eligen por sufragio popular y los restantes son designados directamente por el presidente, en legislaturas de cinco años. Esta asamblea es el principal cuerpo legislativo del país, teniendo al Consejo como órgano de apoyo en la toma de decisiones.

La Corte Suprema de Justicia, es presidida por Jueces asignados por el presidente bajo recomendación de la Comisión del Servicio Judicial. Es un país que es miembro de la Comunidad de Desarrollo de África Austral (CDA), la Unión Africana (UA), la Mancomunidad de Naciones y la Organización de las Naciones Unidas (ONU).

### **1.3.2.2. Política Fiscal**

En relación con la política fiscal, la principal fuente de ingresos de Namibia es la participación en los ingresos por el arancel común en la unión aduanera Sudafricana (Southern African Customs Union, SACU). La totalidad de las importaciones al territorio de la Unión están sujetas a un arancel común y todos los derechos de aduana, impuestos especiales y derechos adicionales percibidos se ingresan en un fondo común que posteriormente se divide entre los países miembros de acuerdo a una serie de criterios, si bien todos los países menos Sudáfrica reciben una proporción mayor que su participación en las importaciones de la zona.

Es decir, hay un componente de redistribución. Sudáfrica ha anunciado su intención de renegociar este acuerdo para reducir el componente de redistribución, añadiendo incertidumbre sobre las cuentas públicas de Namibia.

Durante los últimos años del periodo de crecimiento hasta 2015 la administración namibia aplicó una política fiscal expansiva, al tiempo que los ingresos por SACU empezaron un descenso por las menores importaciones sudafricanas, originando un marcado aumento del endeudamiento público, tanto interior como exterior. En 2016-2017 el déficit público alcanzó casi el 10% del PIB. Desde 2016 y con la llegada del ciclo de bajo crecimiento económico, la administración empezó a aplicar medidas de control del gasto y aumento de los ingresos. La legislación para establecer la autoridad fiscal fue promulgada en diciembre de 2017, con una transición sin problemas en 2018.

Ahora bien, en la actualidad existe una profunda revisión de esta política fiscal incluyendo el Impuesto al Valor Agregado (IVA), el cual se comenzó a aplicar desde el 2002, a los bienes suntuarios como el vino, tabaco, artículos de cuero, televisiones, vídeos, equipo de audio, motocicletas, relojes, joyas, armas de fuego y vehículos para el transporte de personas, por un valor superior a 200.000 dólares de Namibia en un 15%.

### **1.3.2.3. Factores Económicos**

El país es miembro de la OMC desde 1995 y dentro de la OMC pertenece a los grupos G-77, ACP, Grupo Africano, G-90, NAMA-11 y W-52. Como miembro de la unión aduanera regional -Southern African Customs Unión (SACU)-sus relaciones con la OMC se canalizan a través de esta. Además, mantiene relaciones comerciales con la Unión Europea, con una balanza comercial favorable, además posee relación comercial con China, país que ha incrementado su inversión en la economía nacional.

Su economía está basada en la minería, principalmente la explotación de diamantes y uranio; con pequeños yacimientos de cobre produce grandes cantidades de plomo, zinc, estaño, plata, y wolframio. En este sentido, Namibia es el cuarto mayor exportador de minerales no combustibles en África y el quinto mayor productor de uranio del mundo. En los últimos años se ha estimulado la inversión extranjera, realizándose acuerdos de privatización de varias empresas.

En las exportaciones predominan los productos de la minería, especialmente los diamantes. Otras exportaciones son principalmente las de pescado, animales vivos, carne, bebidas y otros productos alimenticios. La mayoría de la exportación de diamantes, se envían principalmente a Sudáfrica y a Europa.

Las importaciones consisten fundamentalmente en maquinaria, incluido el equipo eléctrico; material de transporte, incluidos los vehículos; productos químicos; combustibles; alimentos y bebidas; y metales. En un 90% estas importaciones proceden principalmente de Sudáfrica.

Por otro lado, se cuenta con infraestructuras que permiten la promoción del comercio. Tiene una buena red de carreteras que lo comunican con otros países como Angola, Botswana, Sudáfrica, Zambia y Zimbabwe. Las autovías proporcionan una buena conexión con el principal puerto de Namibia de Walvis Bay, para el tráfico comercial de entrada y salida a Namibia y otros países sin litoral. Además, en las últimas décadas se ha intensificado el ecoturismo en la región dado sus bellos paisajes naturales y la variedad de su fauna nativa. Por otra parte, coexisten una economía urbana y una rural, y más de la mitad de la población depende de la agricultura de subsistencia, además de que el país debe importar alguno de sus alimentos.

En relación a la actividad industrial, se observan las de procesamiento de pescado, productos lácteos, pasta, bebidas; Minería (diamantes, plomo, zinc, estaño, plata, tungsteno, uranio, cobre). La manufactura representó un 11% del PIB en el 2000. Además de la producción de alimentos y bebidas se incluyen la elaboración de carnes, la fabricación de metales, el envasado de pescado, los productos de madera incluidos los muebles, los productos químicos, las pinturas, los materiales de plástico para embalaje, los textiles y los productos de cuero. La manufactura representa un 7 por ciento del empleo.

En la República de Namibia además se producen inversiones de capital extranjero, los principales factores que han facilitado esta inversión han sido la

estabilidad política, las condiciones macroeconómicas favorables, un sistema judicial independiente, la protección de la propiedad y de los derechos contractuales, una infraestructura de buena calidad, y la facilidad de acceso a Sudáfrica (Basu y Srinivasan, 2002, p.22).

### **Crecimiento económico**

En relación con el producto interior bruto (PIB) en el 2018 creció un 0,3% respecto a 2017, una tasa 4 décimas mayores que la de 2017, que fue del -0,1%. La minería representa más del 8% del PIB y del 50% de los ingresos de divisas.

En lo referido a las exportaciones en el 2017, utilizando los datos de Naciones Unidas, las exportaciones se situaron en los 5,2 mil millones de dólares, un nivel parecido al de los años anteriores, ahora bien, las importaciones muestran una tendencia decreciente en los últimos años, lo cual podría relacionarse con la ralentización de la economía y la depreciación de su moneda.

En el 2019, cayeron un 0,22% respecto al año anterior, en este contexto, las ventas al exterior representan el 37,04% de su PIB, por lo que se encuentra en el puesto 48 de 191 países del ranking de exportaciones respecto al PIB. Con una cifra de 4.541,7 millones de euros Namibia ocupa el puesto número 111 en el ranking de países según el importe de sus exportaciones. Esto quiere decir que las exportaciones son muy escasas, este país se caracteriza por la venta de productos de minería fundamentalmente, es decir es una economía dependiente de la aportación de pocos productos. En este sentido, hay una dependencia de Sudáfrica muy marcada, pues Namibia importa el 55% del total de sus importaciones de sus vecinos y en poca cantidad de Botsuana y Zambia.

En el año 2019, hubo un 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 70,47%. Por tanto, observando la evolución de las exportaciones en Namibia en los últimos años se evidencia que han caído respecto a 2018, aunque han subido respecto a 2009.

En cuanto a las importaciones en el 2017 alcanzaron los seis mil millones de dólares, sin embargo, para el 2019, las importaciones en Namibia cayeron un 8,62% respecto al año anterior. Las importaciones supusieron ese año 6.444,4 millones de euros. Las compras al exterior representan el 57,39% de su PIB, una proporción alta que le sitúa en el puesto 168 de 191 países, del ranking de importaciones respecto al PIB, ordenado de menor a mayor porcentaje. No obstante, se encuentra según el ranking Doing Business, en el puesto 107º de los 190 que clasifica a los países según la facilidad que ofrecen para hacer negocios.

#### **1.3.2.4. Factores Legales**

La constitución vigente desde 1990 se destaca por ser una de las primeras en incorporar la protección medioambiental en su texto. Namibia desde el año 2013 está dividida en 14 regiones.

#### **Leyes del sector comercio**

- En el sector de importación y exportación se encuentra la Ley de Aduanas e Impuestos Especiales, 1998; esta ley modifica el Impuesto sobre el Valor agregado en el 2002.
- Ley de Prácticas Comerciales, 1976;
- Ley de Mercancías, 1941
- Ley de Energía y Productos Petrolíferos, 1999
- Ley de Zonas Francas Industriales, 1995
- Ley de Inversiones Extranjeras, 1990 y modificaciones de 1993
- Acuerdo sobre procedimientos para el trámite de Licencias de Importación (Párrafo 3 del artículo 7)

## **Procedimientos para llevar a cabo la Importación**

Como consecuencia de su pertenencia a la SACU, Namibia aplica el régimen comercial delimitado en dicha Unión Aduanera. Las importaciones procedentes de la SACU y de Zimbabwe entran libres de derechos en Namibia. Al resto de importaciones se les aplica el Arancel Exterior Común de la SACU que, generalmente, es elevado para los bienes de consumo, semielaborados y de capital producidos en Sudáfrica y relativamente bajo, o incluso nulo, para las importaciones esenciales para la economía de dicho país.

En relación con los procedimientos aduaneros este país ha modernizado sus procesos sobre la base del Sistema Automatizado de Datos Aduaneros (SIDUNEA), no obstante, desde 1998 han ocurrido pocos cambios significativos en los trámites de licencias de importación. En su mayoría las importaciones están amparadas en licencias; la concesión de licencias para algunos productos, por ejemplo, para el pescado, la carne y, al parecer, las mercancías de segunda mano no son en forma automática, y requiere una autorización del ministerio competente.

Para la importación de alimentos como el maíz blanco, sémola de maíz, trigo y harina de trigo, se requiere la utilización en primer lugar de la oferta interna. En tanto que, la importación de algunos productos está prohibida por motivos de salud, fitosanitarios, de seguridad y ambientales.

Los importadores deben tener un permiso de importación otorgado por el Ministerio de Comercio e Industria y han de ser nacionales o residentes namibianos. Los agentes son autorizados por la Dirección de Aduanas e Impuestos Especiales del Ministerio de Hacienda.

De la misma manera, existe un impuesto sobre el combustible a todos los productos petrolíferos vendidos en Namibia. Todas las importaciones, incluidas las de productos agropecuarios, deben ampararse en licencias del Ministerio de Comercio e Industria. En general, las licencias obedecen a licencias automáticas, Sin embargo, se aplican licencias no automáticas a las

importaciones de medicinas; productos químicos; pescado y carne congelados y refrigerados; animales vivos y materiales genéticos; productos petrolíferos controlados; armas de fuego y explosivos; diamantes, oro y otros minerales y, aparentemente, a todos los productos de segunda mano, como prendas de vestir y vehículos de motor.

En su totalidad, la entrega de una licencia no automática está supeditada a un permiso del ministerio competente, por ejemplo, el Ministerio de Salud respecto de las medicinas, el Ministerio de Minas y Energía para los minerales, y el Ministerio de Medio Ambiente y Turismo para las especies amenazadas comprendidas en la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestre (CITES).

#### **1.3.2.5. Factores sociales**

El país cuenta con muchos grupos étnicos diferentes, conforman gran parte población, se encuentran también una población minoritaria de raza blanca, y otra que es originada por la mezcla de razas, (mestizos o mulatos). La convivencia y el escaso número de conflictos caracterizan las relaciones entre los diversos grupos étnicos. En este orden de ideas, el inglés es la lengua oficial, aunque se hablan el oshivambo, afrikaans, nama, khoi y otras lenguas regionales.

En cuanto al Índice de Desarrollo Humano o IDH que elabora las Naciones Unidas para medir el progreso de un país y que muestra el nivel de vida de sus habitantes, este indica que hay una baja calidad de vida. Para el 2013, este fue de 64,48. En lo que respecta a la esperanza de vida está había disminuido dado la expansión del virus del VIH, no obstante, en los últimos años se ha logrado disminuir el número de contagios, con la influencia de los programas sociales de prevención gubernamentales.

En cuanto a la religión hay un dominio del cristianismo, con una gran parte

de la población protestantes y otra perteneciente al catolicismo y en menor medida la anglicana

#### **1.3.2.6. Factores Tecnológicos**

El Gobierno de la República de Namibia ha hecho grandes inversiones para mejorar las telecomunicaciones, incluido el servicio de telefonía móvil.

#### **1.3.2.7. Oportunidades de negocios**

En este aspecto la Oficina Económica y Comercial de España en Johannesburgo, (2018), socio comercial de Namibia, aporta los siguientes datos.

- En la República de Namibia gran parte del poder adquisitivo está concentrado en un 8% de la población del país, por lo cual se observa una demanda de productos de alta calidad, e incluso de lujo.

- Existe otra demanda de bienes más económicos por parte de la mayoría de la población, ya que el poder adquisitivo está distribuido geográficamente, es decir la venta de los bienes de calidad se concentra en su mayoría en Windhoek, y en algunas localidades costeras, como Swakopmund y Walvis Bay. En el resto del país, la capacidad adquisitiva media suele ser baja, especialmente en las regiones situadas al norte del país.

- Desde esta perspectiva, la mayor parte de las importaciones de Namibia es de origen sudafricano; por lo cual se evidencia baja producción en el país y se mantienen fuertes vínculos económicos y políticos con Sudáfrica facilitadas por la pertenencia a la misma zona económica, aduanera y monetaria (SADC, SACU, CMA).

- Por lo tanto, las mercancías provenientes de Sudáfrica no están sujetas a aranceles, lo cual se extiende a todos los productos que proceden de Sudáfrica, sean o no fabricados en el país, a parte por la cercanía, no hay necesidad de tener almacenes o centros logísticos en Namibia.

- Cabe resaltar que Namibia suele seguir las políticas exteriores e industrial de Sudáfrica.

- No obstante, existen otras oportunidades de negocios en el sector industrial, pero muy localizadas, ya que este sector es pequeño, se limita a las plantas de tratamiento, procesado y/ refinado de pescado y minerales, así como de procesado de alimentos y bebidas. Sin duda la principal industria namibia es la minera, demandando todo tipo de servicios de ingeniería y de equipamiento.

- Las oportunidades de inversión pueden también estar concentradas en el sector de agua por la escasez de la misma. Así mismo otra oportunidad es el sector turístico, predominando los hoteles de tamaño medio.

### **1.3.3. Resultados de las Entrevistas realizadas a expertos del sector del comercio exterior**

A fin de reforzar la información planteada anteriormente se realizaron dos entrevistas de manera electrónica a dos expertos conocedores del sector del comercio exterior mediante con lo cual se pretende conformar un diagnóstico de la situación y las debilidades o fortalezas que presenta.

En la primera entrevista realizada a Ámel Figueroa del Departamento de Facilitación de información del Ministerio de Comercio de la República Dominicana, esta asevera que dentro las principales características del mercado exportador dominicano se encuentran que este es un mercado productivo, con una manufactura nacional y se exportan bienes y servicio con los mejores estándares de calidad internacional.

Por otra parte, los países con los que se realizan intercambios comerciales, son principalmente los Estados Unidos, la Unión Europea y los países de la región del Caribe y América Central, a través de varios acuerdos de libre comercio, especialmente el Tratado de Libre Comercio entre República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos, conocido como DR-CAFTA (Dominican Republic-Central América Free Trade Agreement), y el Acuerdo de Asociación Económica con la Unión Europea (AAE).

En cuanto a la tercera interrogante sobre si considera que el comercio exterior dominicano esta diversificado, respondió que el país pudo lograr diversificar sus exportaciones en el mercado global, con un cambio significativo en el ámbito textil y un aumento de las exportaciones en cuanto a productos menores.

Seguidamente se planteó si se considera a África y algunos de los países que integran ese continente como un objetivo potencial para la exportación de productos plásticos, a lo que señaló que esto puede ser posible dada las enormes posibilidades que posee República Dominicana en materia prima y ubicación geográfica privilegiada, pudiendo abastecer ese país africano en cualquiera de los rubros donde tiene una ventaja comparativa.

Adicionalmente ante la pregunta sobre si existen las condiciones para un intercambio comercial con países como Namibia, la respuesta es afirmativa ya que Republica dominicana puede ofrecerles muchos productos de alta calidad y tiene una distancia considerable de 6 horas lo que hace a estos países una buena combinación a la hora de hacer actividades comerciales.

En cuanto a cuál podrían ser las condiciones para la comercialización con países como Namibia del continente africano no hubo respuesta.

El segundo experto Kristie Marie Sabrías Faraz perteneciente a ADIPLAST respondió que las principales características del comercio exterior dominicano, son las facilidades logísticas, acuerdo de libre comercio y flexibilidades, dentro de los principales productos plásticos destinados a la exportación se encuentran todo tipo de productos plásticos terminados desde envases, botellas, fundas, laminas, en cuanto a las principales empresas comercializadoras de plástico del país se encuentran Plásticos Mitzutama SRL, Medical, BALGROIN, SRL, y Republica Dominicana exporta productos plásticos principalmente hacia Estados Unidos, el Caribe, Centroamérica y Suramérica.

En cuanto a si considera a África y algunos de los países que integran ese continente como objetivo potencial para la exportación de productos plásticos,

respondió sencillamente que no se exporta a África porque hay muchas prohibiciones y limitaciones.

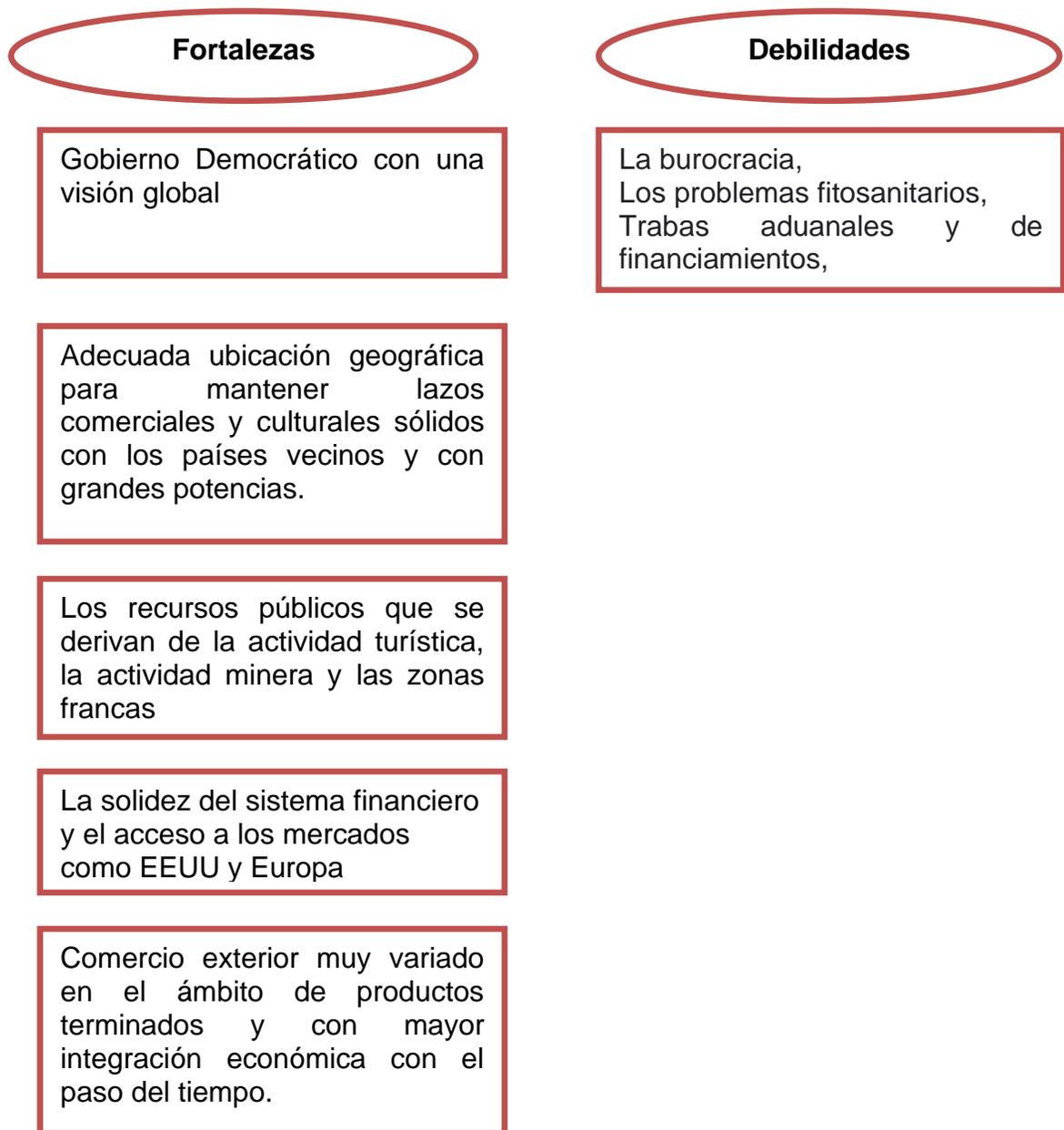
#### **1.3.3.1. Análisis FODA sobre las exportaciones de la República Dominicana**

Sobre el análisis de la oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia y para comprender mejor la situación actual que atraviesa las exportaciones dominicanas se ha elaborado un análisis FODA (Fortalezas, oportunidades y debilidades y Amenazas), basado en las entrevista realizada de manera electrónica a un informante del Ministerio de Comercio Exterior y otro de ADIPLAST, mediante lo cual se pretende conformar un diagnóstico de la situación, a través de las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.(Ver gráficos 1 y 2 ).

Los puntos coincidentes entre ambas entrevistas es la fortaleza del mercado de Republica Dominicana para la exportación, es un mercado con productos terminados y con el transcurrir del tiempo ha intensificado sus relaciones comerciales con otros países participando en diferentes tratados y acuerdos internacionales con el fin de ampliar los mercados o preferiblemente mantener la vinculación con los mercados establecidos, es importante añadir que posee una excelente ubicación geográfica que le permite la salida al mar lo cual posibilita el comercio, posee además estabilidad democrática lo cual permite el comercio y la inversión, adicionalmente recibe recursos provenientes del turismo y la minería, no obstante, existen debilidades como la burocracia pertinente a la permisología, trabas aduanales, y para obtener el financiamiento.

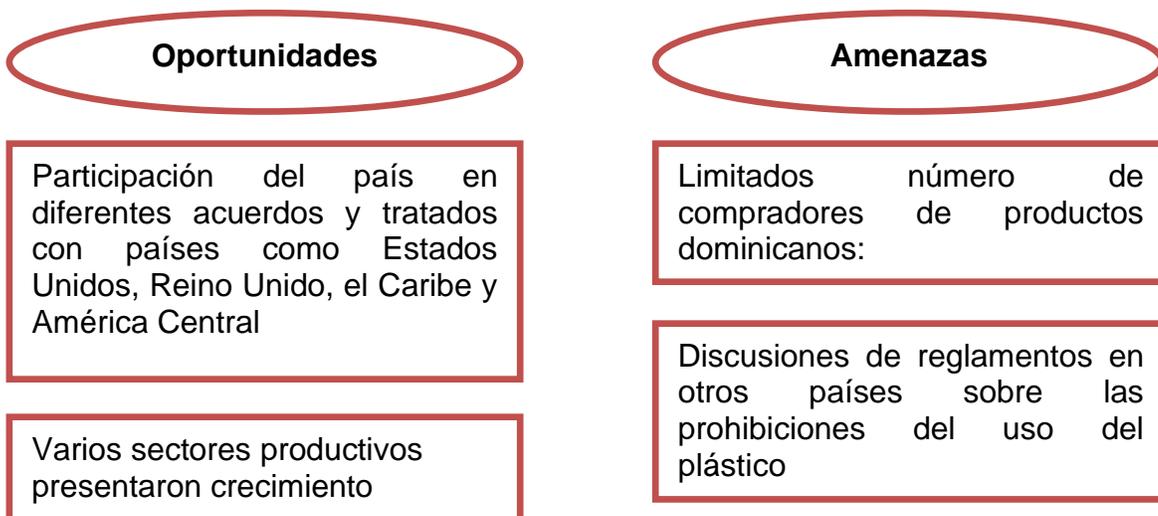
Entre las oportunidades se encuentra el continuo crecimiento de varios sectores de la economía, no obstante, existe un limitado número de compradores, lo cual le exige al país incrementar los destinos de exportación.

**Gráfico 1. Factores Internos que caracterizan las exportaciones de productos plásticos de República Dominicana**



**Fuente:** Instrumentos de recolección de datos (2020)

## Gráfico 2. Factores Externos que caracterizan las exportaciones de República Dominicana



**Fuente:** Instrumentos de recolección de datos (2020).

## **CAPÍTULO II**

**Modelo de oportunidades de exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia**

## **2.1. Condiciones para desarrollar el intercambio comercial con Namibia**

Namibia está situado en el sur de África. Su capital es Windhoek y su moneda Dólares namibios. Limita por el lado norte con Angola, al noreste con Zambia, por el oeste con el océano Atlántico, al este con Botsuana, y al sureste y sur con Sudáfrica. En la época actual es una democracia con estado de derecho y separación de poderes, organizada en forma de república presidencialista y bicameral.

Ahora bien, si se desea desarrollar el intercambio comercial con Namibia es necesario considerar que esta situación requiere de un esfuerzo sostenido, ya que introducirse en este mercado lleva algo de tiempo, es decir, esperar que se adapten los involucrados y que haya creación de actividades y proyectos innovadores, en otras palabras, la sostenibilidad en el tiempo es uno de los factores a considerar. Es importante la sensibilización de los empresarios sobre nuevos proyectos que vinculen el comercio exterior de ambos países, proponiendo innovaciones.

En este sentido, Namibia es un país donde hay una escasa diversificación económica, la economía está basada de la minería, principalmente la explotación de diamantes y uranio. Actualmente tiene dos minas de uranio que puede proporcionar el 10% de la producción mundial, siendo el quinto país en la producción de este mineral en el mundo. Así mismo, es el cuarto mayor exportador de minerales no combustibles en África con algunos yacimientos de cobre, produciendo grandes cantidades de plomo, zinc, estaño, plata, y wolframio, diamante. También extrae oro, plata, estaño, vanadio, tantalita, fosfato, azufre y sal de minas. La mayoría de la exportación de diamantes, se envían principalmente a Sudáfrica y a Europa.

La economía de Namibia muestra un sector servicios y un sector industrial con relativamente poco peso en comparación con los países avanzados (58% y 17% respectivamente), lo que es compensado por una elevada aportación del sector minero, que alcanza 11,3% del PIB. (Oficina Económica y Comercial de

España en Johannesburgo, 2018, p.9). No obstante, entre los sectores más dinámicos, además de la minería está el de la hostelería y restauración con un 2,2% del PIB, relacionado con el turismo alemán, británico, francés, italiano y escandinavo. El país muestra también una inflación tradicionalmente estable.

La industria es relativamente pequeña, y se desarrolla con escaso contenido tecnológico, como en el proceso de alimentos y bebidas.

Entre otras exportaciones se encuentran principalmente las de pescado (las principales especies que se encuentran en sus aguas son la sardina, la anchoa, la merluza y el jurel), animales vivos, carne, bebidas y otros productos alimenticios, además de que el país debe importar alguno de sus alimentos, ya que la tierra cultivable representa el 1% de la superficie del país.

Hay que agregar que en la actualidad se ha intensificado el ecoturismo como actividad económica en el país dado sus bellos paisajes naturales y la variedad de su fauna nativa.

Por otra parte, su continua dependencia de Sudáfrica hace que su economía dependa directamente de este país. Desde esta perspectiva, las importaciones consisten fundamentalmente en maquinaria, incluido el equipo eléctrico; material de transporte, incluyendo los vehículos; productos químicos; combustibles; alimentos y bebidas; y metales y en su mayoría estas importaciones proceden principalmente de Sudáfrica.

Entre sus principales socios comerciales se encuentra Sudáfrica, país al cual se dirige casi una cuarta parte de las exportaciones namibias. El segundo mayor destino es Botsuana y el tercero Suiza, también se encuentra España como el sexto comprador de productos namibios, relacionado con el sector de la pesca. En lo que se relaciona con las importaciones es dependiente de Sudáfrica y en poca cantidad se encuentra Botsuana y Zambia. Las inversiones en el sector de la minería y explotación de canteras se originan en China y Mauricio, en el pesquero las inversiones provienen de España.

Cabe destacar que la mano de obra calificada en el país es escasa, la electricidad es importada en su mayor porcentaje, y a nivel social existe un alto índice de pobreza y desigualdades económicas.

Ahora bien, dentro de las ventajas para las oportunidades comerciales se encuentran que existe seguridad política, jurídica, es una economía abierta a las inversiones. En los últimos años se ha estimulado la inversión extranjera, realizándose acuerdos de privatización de varias empresas y para ello ha venido adaptando su política y su legislación y también se está adaptando para conseguir ser más competitiva. Cualquier proyecto que genere empleo dentro de la población es apreciado motivado al alto índice de desempleo.

Otras ventajas que representa la inversión en el país además de la estabilidad política, la constituyen las condiciones de inversión que fija el gobierno, entre ellas, la protección a la inversión y la igualdad de tratamiento de inversiones locales como extranjeras.

Por otro lado, se encuentran infraestructuras que permiten la promoción del comercio. Tiene una buena red de carreteras que lo comunican con otros países como Angola, Botswana, Sudáfrica, Zambia y Zimbabwe. Las autovías proporcionan una buena conexión con el principal puerto de Namibia de Walvis Bay, para el tráfico comercial de entrada y salida a Namibia y otros países sin litoral.

En la actualidad se observan escaso y poco diversificado tejido industrial, las actividades industriales existentes están relacionadas con el procesamiento de pescado, productos lácteos, pasta, bebidas. Además de la producción de alimentos y bebidas se incluyen la elaboración de carnes, la fabricación de metales, el envasado de pescado, los productos de madera incluidos los muebles, los productos químicos, las pinturas, los materiales de plástico para embalaje, los textiles y los productos de cuero. La manufactura representa un 7 por ciento del empleo.

No obstante, el sector que más aporta a la economía del país es el sector

servicios y los sectores que ofrecen mayores oportunidades de negocio en Namibia son las energías renovables, servicios, transporte y logística.

## **2.2. Estructura y elementos que conforman los modelos de exportación referentes de otros países con la República de Namibia**

Existen infinidad de riesgos asociados al proceso de intercambio comercial entre los países, que fundamentalmente están asociados a la falta de información, con respecto a los mercados objetivos, por lo cual es importante conocer la experiencia de países que consiguieron expandirse hacia esos mercados en particular.

Por lo anteriormente mencionado, es necesario identificar los modelos de intercambio comercial de países como España en la Unión Europea, el cual ha conseguido expandir su mercado, es decir analizar cuáles fueron las estrategias implementadas y cuáles los riesgos a lo que se vieron enfrentados. Esta información ha sido tomada en su mayor parte del documento Oportunidades de negocio. Informe económico y comercial elaborado por la Oficina Económica y Comercial de España en Johannesburgo, (2018).

En este orden de ideas, España ha mantenido un importante intercambio comercial con Namibia, estas relaciones comerciales han tenido al sector pesquero como su principal propósito, llevando a cabo importantes inversiones donde intervienen diferentes empresas de ese país. En este sentido, han sido muy relevantes las importaciones españolas de pescado y molusco. También ha sido de interés para España en términos de proyectos e inversiones en ese país el sector energético y de infraestructura.

Para ello se han firmado distintos acuerdos y programas, en el 2001, Acuerdo para la Promoción y Protección Recíproca de Inversiones (APPRI, 2003), Convenio para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal en materia de impuestos sobre la renta y sociedades (CDI, 2006), entre otros.

De igual manera, las exportaciones españolas a Namibia han mostrado crecimiento a través de los años. En el 2017 las exportaciones alcanzaron los 55 millones de euros, no obstante, están concentradas en pocas partidas, fundamentalmente en la partida de barcos y embarcaciones, relacionado con la flota de barcos pesqueros operada por empresas españolas, otro restante fueron vehículos y automóviles y maquinaria mecánica y eléctrica. Por otro lado, las importaciones de España en el 2017 han crecido vinculadas fundamentalmente al pescado, crustáceos o moluscos.

Ha sido relevante para España tomar en cuenta la dependencia de Namibia de Sudáfrica, ya que la mayor parte de las importaciones de Namibia tiene ese origen, basado en que ambos países comparten una historia común.

### **2.3. Establecimiento de oportunidades de exportación de productos plásticos de República Dominicana con la República de Namibia.**

Con base al modelo de Uppsala, citado por Arias, Zambrano y Suescun (2018), en la búsqueda oportunidades de exportación de productos plásticos de República Dominicana con la República de Namibia, sería conveniente comenzar por ejecutar una serie de pasos, llamado cadena de establecimiento lo cual integra “en primer lugar actividades esporádicas o no regulares de exportación, en segundo lugar exportaciones a través de representantes independientes; en un tercer lugar, la creación de una sucursal comercial en el país destino; y por último, el establecimiento de unidades productivas en el país extranjero”(p.17).

Desde esta perspectiva, las empresas en República Dominicana que tienen en proyecto diversificar en estos mercados potenciales deben tener en cuenta que se requiere de una búsqueda de estrategias de introducción para lo cual se precisa de procesos específicos que involucren exportaciones, filiales, etc. Ya que de esta manera es más factible que pase de un proyecto a un hecho concreto, pero se debe tener en cuenta que para poder aplicar estas estrategias

es necesario que el producto plástico de exportación satisfaga el mercado local namibio y de esta manera tener ventajas competitivas al momento de abastecer este mercado internacional.

En este sentido, la exportación permite realizar cambios para mejorar en la competitividad en los productos ofrecidos, en la generación de nuevas oportunidades para incrementar las ventas, no obstante, con el fin de que esto suceda es necesaria la adecuación de las estrategias para entender el funcionamiento y bajo que esquemas de comercialización se puede desarrollar.

Adicionalmente, se debe considerar que en Namibia se están incentivando las inversiones de capital extranjero, y entre sus fortalezas se encuentran la estabilidad política, las condiciones macroeconómicas favorables, el sistema judicial independiente, la protección de la propiedad y de los derechos contractuales, una infraestructura de buena calidad y la facilidad de acceso a Sudáfrica, es decir hay oportunidades tanto políticas como comerciales de iniciar un acercamiento con este país.

Además, al valorar las ventajas competitivas, la fortaleza de República Dominicana viene dada por su tecnología, producción, organización, dirección o comercialización y su experiencia como país exportador de productos plásticos, lo cual proporciona una mayor ventaja competitiva sobre sus competidores que favorece el intercambio comercial con Namibia.

### **CAPÍTULO III**

**Oportunidades de exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia**

### **3.1. Valoración de un modelo de oportunidades para la exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia**

Un modelo de oportunidades para la exportación tiene su base fundamental en la identificación de las necesidades, problemas comerciales, o aspiraciones que posea el país objetivo. En este sentido, al identificar las necesidades del comercio exterior en Namibia, un país que ha sido independiente desde 1990, lo primero que se evidencia es una escasa diversificación económica, además la economía de Namibia muestra un sector servicios y un sector industrial con relativamente poco peso en comparación con los países más avanzados.

De la misma manera, este país africano depende de un número relativamente limitado de mercados y productos. No obstante, dentro de sus planes de desarrollo entre los que destaca la Visión 2030, documento estratégico de largo plazo (2004-2030), elaborado en 2004 y aún vigente en todos los programas posteriores, se establece un marco de desarrollo a largo plazo del país, con una visión de una "una próspera e industrializada Namibia, desarrollada por sus recursos humanos, disfrutando de la paz, la armonía y la estabilidad política "(p.1). Esta proyección se ha ido desarrollando a través de planes nacionales de desarrollo quinquenales que definen los objetivos de desarrollo a medio plazo.

#### **3.1.1. Características del país**

La mayor parte de los habitantes, están insertos en una economía principalmente agraria, pues casi las dos terceras partes de la población dependen de la agricultura. El Gobierno sigue prestando gran atención a la política agropecuaria, pero también fomenta la diversificación a través de la industria y los servicios particularmente en el turismo. Por otra parte, el país posee un mercado nacional excesivamente reducido con elevados costos del

transporte, altos precios de la energía y el limitado acceso a la mano de obra especializada, lo cual afecta directamente el sector manufacturero.

Uno de los grandes problemas de Namibia es la pobreza de más de la mitad de la población, con parte de ellos en la extrema pobreza. La población sufre seriamente por la situación económica teniendo graves consecuencias para el desarrollo y la supervivencia. (Cerezo, 2016, p.13).

El sector manufacturero consiste principalmente en la elaboración de alimentos, incluidos el pescado y la carne, una de las principales medidas de política para ampliar las exportaciones de manufacturas es el Programa de Desarrollo de Zonas Francas Industriales y otras ventajas fiscales para los demás exportadores de productos manufacturados.

Por otro lado, la contribución del sector manufacturero al PIB ha experimentado un descenso, debido al aumento de la minería. En lo referido a la fabricación de productos alimenticios y bebidas ha cambiado muy poco a través de los años, de la misma manera ha ocurrido con la fabricación de otras manufacturas lo cual engloba diferentes productos tales como madera y productos de la madera, fabricación de metales, productos químicos, pinturas, plásticos, cueros y textiles.

### **3.1.2. Ventajas que posee Namibia que favorecen el intercambio comercial**

Entre las ventajas que tiene Namibia las cuales inciden en el intercambio comercial, puede mencionarse la estabilidad en la economía y excelentes infraestructuras, además este país es poseedor de gran cantidad de recursos minerales y varias áreas económicas bien desarrollados.

En el país, hay buenas comunicaciones aéreas y terrestres, muy buena infraestructura y servicios financieros modernos y eficientes. Este país ubicado en el continente africano cuenta también con acceso preferencial a las Comunidades Europeas en el marco del Acuerdo de Asociación Económica que

se viene aplicando con carácter provisional desde diciembre de 2007, y a los Estados Unidos en el marco de la Ley sobre Crecimiento y Oportunidades para África (AGOA).

En la actualidad el país, posee una amplia cobertura vía telefónica, y la mayor parte del territorio está cubierta por redes móviles. El monopolio de las telecomunicaciones de línea fija, lo tiene la empresa estatal Telecom Namibia en tanto dos operadores, uno que es de propiedad mayoritariamente estatal, suministran las comunicaciones de telefonía móvil.

El turismo es una fuente importante de empleo y de entrada de divisas, se basa en los espectaculares desiertos, paisajes y fauna silvestre de Namibia y está sustentado por infraestructuras eficientes y bien mantenidas. Actualmente, la Cooperación española, apoya desde el 2006 a la Dirección de Turismo del Ministerio de Medio ambiente y Turismo “en la identificación de estrategias que permitieran mejorar la gestión y el desarrollo de iniciativas de turismo comunitario a través de asociaciones entre inversores privados y las comunidades de base en Espacios Naturales Protegidos” (Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID, p.65).

En Namibia operan cuatro bancos comerciales y otras cuatro instituciones financieras de propiedad estatal, los primeros ofrecen variedad de servicios bancarios, en tanto los de propiedad estatal tienen menos cantidad de servicios ya que están dirigidos a sectores específicos u objetivos de política, como Agribank o el Banco de Desarrollo de Namibia.

Estos bancos del sector privado están regulados por el Banco Central de Namibia, y las instituciones financieras no bancarias por la Autoridad de Supervisión de Instituciones Financieras de Namibia. También tienen operaciones instituciones multilaterales como el Banco Mundial, el Banco Africano de Desarrollo o el Banco Europeo de Inversiones

La infraestructura de carreteras es buena en general y se mejora continuamente, en particular los corredores de transporte como la autovía Trans-

Caprivi o la autovía Trans-Kalahari. En la misma forma, este país tiene una importante salida al mar, y posee dos puertos principales, uno en Walvis Bay y el otro en Luderitz, los dos están administrados por la Autoridad Portuaria de Namibia (NamPort), empresa paraestatal.

En Walvis Bay se manipulan los cargamentos de importación y exportación que entran y salen de Namibia y de los países del interior que carecen de litoral. Las principales actividades son las importaciones de equipos para la extracción minera y de bienes de consumo y las exportaciones de minerales. El Grupo del Corredor de Walvis Bay, asociación empresarial de los sectores público y privado, se creó para promover el uso de los distintos corredores de transporte que enlazan Walvis Bay con centros del interior y otros puertos de la región.

Posee además el transporte aéreo, principalmente Air Namibia el cual presta servicios de línea internos y servicios regionales y vuelos internacionales a Alemania y Sudáfrica. Por otro lado, la mayoría de las líneas aéreas extranjeras tienen derechos de tránsito aéreo. Adicionalmente, Namibia ha suscrito la “Decisión de Yamoussoukro relativa a la liberalización del acceso a los mercados del transporte aéreo en África, y en consonancia con ella ha firmado acuerdos de reciprocidad con Sudáfrica, Zambia, la República del Congo, Zimbabwe y el Reino Unido” (Oficina Económica y Comercial de España en Johannesburgo, 2018, p.53).

Otra ventaja válida de mencionar es que desde 2014, funciona una oficina comercial con predominio de personal español con competencia sobre Namibia en Johannesburgo, desde allí se vienen organizando misiones comerciales a Windhoek como complemento a misiones comerciales a Sudáfrica, también resuelve consultas, ofrece datos de contacto institucionales y recopila estadísticas e informes y en colaboración con la embajada, recopila y difunde las licitaciones más significativas, y divulga conferencias y eventos de interés.

En resumen, este país tiene muchas ventajas que ofrecer al fortalecimiento

del sector industrial, por ejemplo, el acceso al mercado de la SACU, buenas comunicaciones tanto aéreas como por carretera, una adecuada infraestructura y servicios financieros modernos y eficientes.

Namibia cuenta también con acceso preferencial a las Comunidades Europeas en el marco del Acuerdo de Asociación Económica que se viene aplicando con carácter provisional desde diciembre de 2007, y a los Estados Unidos en el marco de la Ley sobre Crecimiento y Oportunidades para África (AGOA).

### **3.1.3. Oportunidades de Inversión**

Según la Oficina Económica y Comercial de España en Johannesburgo, (2018) desde el 2016 el gobierno namibio ha emitido licencias para la generación fotovoltaica, lo que ha precisado diversos equipos y material eléctrico.

Adicionalmente, dada la gran escasez de agua de la parte centro del país, las autoridades namibias han licitado al respecto sin que se haya producido iniciativa alguna.

A pesar de la importancia del turismo en los últimos años como fuente de ingreso aun predominan los hoteles de tamaño medio.

Por otro lado, el gobierno le ha tomado mucho interés en promover la industria agroalimentaria, por ejemplo, la de empaquetado. En estos casos el inversor puede encontrar varias facilidades fiscales y administrativas.

### **3.1.4. Factores que limitan el comercio en Namibia**

De acuerdo con lo acordado con la SACU, este país aplica los derechos de importación y medidas que establece con Sudáfrica, siendo este Sudáfrica el principal socio comercial de Namibia, importando la gran parte d sus importaciones. Los aranceles aplicados, y otros impuestos comerciales, se

armonizan con los de los países integrantes de la SACU Las demás medidas de política comercial, en cambio, son de responsabilidad de cada país miembro.

Por otra parte, todas las importaciones, incluidas las de productos agropecuarios, se amparan en licencias del Ministerio de Comercio e Industria. En general, las licencias obedecen a fines estadísticos (licencias automáticas). Sin embargo, se aplican licencias que son no automáticas a las importaciones de medicamentos; productos químicos, pescado y carne congelados y refrigerados; animales vivos y materiales genéticos; productos petrolíferos controlados; armas de fuego y explosivos; diamantes, oro y otros minerales; y todos los productos de segunda mano, como prendas de vestir y vehículos de motor. En general, la entrega de una licencia no automática está supeditada a un permiso del ministerio competente, por ejemplo, el Ministerio de Salud respecto de los medicamentos, el Ministerio de Pesca respecto de los organismos marinos vivos.

Namibia es signatario del Protocolo de Montreal relativo a las sustancias que agotan la capa de ozono y el Convenio de Viena y la Enmienda de Londres; del Organismo Internacional de Energía Atómica; del Convenio de Basilea sobre el control de los movimientos transfronterizos de desechos peligrosos y su eliminación; la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres; y el Protocolo de Cartagena sobre Seguridad de la Biotecnología.

En la actualidad existe una marcada dependencia de la importancia de bienes de consumo de Sudáfrica, también hay excesiva dependencia de los mercados europeos y de los de los Estados Unidos y el mercado chino, por otra parte el comercio de este país se circunscribe en un número muy limitado de productos básicos, siendo para la exportación fundamentalmente los productos mineros, y animales, se decir es una economía que basa su exportación en materia prima, es decir prácticamente mono productora.

Por otra parte, uno de los problemas principales del país es la falta de mano de obra calificada lo cual obstaculiza en parte la implantación de la industria.

### **3.2. Impacto del desarrollo de iniciativas de exportación de productos plásticos de la República Dominicana hacia Namibia**

El desarrollo de iniciativas de exportación de productos desde República Dominicana pasa por la necesidad de generar una vinculación sólida y de manejar las prioridades del pueblo de Namibia, la necesidad de incrementar las tasas de empleo y las desigualdades sociales, además de su incipiente industria y escasa diversificación económica.

Para el establecimiento de relaciones comerciales con este país, el cual posee mucho potencial, es necesario invertir tiempo y establecer un vínculo personal, además de hacerse presente en el país, construyendo una buena imagen para lograr buenas oportunidades de comercio. Por otro lado, es recomendable iniciar la presencia en ese país a través de visitas comerciales organizadas y la participación en ferias.

En este sentido, no se puede negar el potencial que representa este país africano para llevar a cabo un intercambio comercial, dado su incipiente desarrollo del sector secundario y el ánimo gubernamental de fortalecer su crecimiento, un floreciente sector turístico que demanda infraestructura e iniciativas turísticas, y un entorno que posee características de estabilidad gubernamental, necesidad de fuentes de empleo, todo lo cual con un ánimo positivo hacia apertura a la inversión extranjera, propicio para llegar a acuerdos bilaterales o multilaterales que inicien a las partes involucradas.

Ahora bien, en lo relativo a los productos plásticos, el cual es un producto de exportación de la República Dominicana, este constituye uno de los productos frecuentemente utilizados en la industria en empaques, bolsas,

botellas, tubos, entre otros, su uso es relevante y muy frecuente sobre todo en la industria alimenticia.

No obstante, una estrategia de exportación de estos productos hacia nuevos mercados, pasa por identificar el mercado potencial y un análisis detallado del país seleccionado “en cuanto a la determinación de los tipos de industria, un análisis de la demanda y de los productos competidores y complementarios, un plan de actividades para concretar el proyecto de exportación y una evaluación económica” (Bojórquez, 2011, p.2)

En otras palabras, la decisión de exportar, la selección del potencial objetivo, que comprometa a la empresa o al país a funcionar en un mercado determinado, es quizás una de las decisiones más importantes a desarrollar. Como en efecto, producto de esa principal decisión, existen otras que paralelamente se deben tomar, como, por ejemplo, redes de distribución, de la fuerza de venta o de las fuentes de financiación, tomar en cuenta que en los acuerdos preestablecidos normalmente existen medidas preferenciales para las empresas que estén localizadas en los países que pertenecen al acuerdo o en zonas adyacentes.

Siguiendo la metodología de Brewer, (2001), citado por Bojórquez, (2011), basado en una serie de pasos que inician con la selección de países potenciales para decidir por el cual es el que tiene mayor probabilidad de éxito en relación a una serie de factores como son: consumo o necesidad del producto, tamaño del mercado, apertura del país a las importaciones, existen empresas que ofrecen el mismo producto dentro del país, que compran los insumos y desarrollan sus propios productos entre otros, que en resumen se califica como: demanda en el país y posición competitiva, por último seleccionar al país con la mayor rentabilidad para el producto que desea exportar.

Así mismo, se recomienda seguir la orientación de la estrategia aplicada según la experiencia de otros modelos o países, asociaciones del gobierno, acceso de datos en las redes, informes publicados tanto en prensa como en las

redes, ya que ningún mercado potencial está aislado, todos generan datos que pueden ser conocidos a través de la red, también puede ser mediante visitas directas, para informarse e investigar el posible mercado.

Ahora bien, hay que considerar de igual manera los costos de transporte. barreras arancelarias y no arancelarias, todos estos datos se unen para determinar la viabilidad del proyecto para la exportación, ya que tomar esta decisión no es algo trivial, principalmente porque se comprometen recursos económicos.

## CONCLUSIONES

El comercio internacional desarrollado por un país permite que este crezca, y que genere excedentes que pueden ser reinvertidos para producir una mayor producción, mayor empleo y mayores oportunidades de progreso para la población del país. En este sentido, la exportación como parte del comercio internacional se manifiesta fundamentalmente en que existe una ventaja para competir en el mercado mundial, esta se traduce en relación a República Dominicana y los productos plásticos, en criterios positivos como la ubicación geográfica, el dominio de las inversiones en maquinaria, tecnología, capacitación de la mano obra, procesos, organización, entre otros, todos estos son determinantes de la eficiencia con que se administran los recursos para la competitividad.

En este sentido, cabe destacar que la exportación permite realizar cambios para mejorar en la competitividad en los productos ofrecidos, en la generación de nuevas oportunidades para incrementar las ventas, no obstante, con el fin de que esto suceda es necesaria la adecuación de las estrategias para entender el funcionamiento y bajo que esquemas de comercialización se pueden desarrollar

Ahora bien, para dar respuesta al objetivo general de esta investigación el cual consistió en analizar la oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia, se hizo necesario investigar tanto bibliográficamente como a través de entrevistas realizadas por medios electrónicos a un integrante del Ministerio de Comercio de República Dominicana y a otro de la asociación que reúne a los industriales de plástico ADIPLAST, ambas instituciones están fuertemente vinculadas a la exportación.

Cabe destacar que Namibia es un país situado en el sur de África. Su capital es Windhoek y su moneda es en dólares namibios, en cuanto a sus límites, por el lado norte con Angola, al noreste con Zambia, por el oeste con el océano Atlántico, al este limita con Botsuana, y al sureste y sur con Sudáfrica,

en la actualidad posee un gobierno estable con estado de derecho y separación de poderes.

La economía de este país es fundamentalmente dependiente de la extracción y procesamiento de recursos minerales naturales para exportación. Namibia es un país donde hay una escasa diversificación económica, la economía está basada de la minería, principalmente la explotación de diamantes y uranio, particularmente el país muestra también una inflación tradicionalmente estable.

En cuanto a la industria esta es relativamente pequeña, y se desarrolla con escaso contenido tecnológico, como en el proceso de alimentos y bebidas, a su vez escaso y poco diversificado tejido industrial, y están relacionadas con el procesamiento de pescado, productos lácteos, pasta, bebidas. Además, se incluyen la elaboración de carnes, la fabricación de metales, el envasado de pescado, los productos de madera incluidos los muebles, los productos químicos, las pinturas, los materiales de plástico para embalaje, los textiles y los productos de cuero, en este sentido, la manufactura representa un 7 por ciento del empleo.

El sector manufacturero consiste principalmente en la elaboración de alimentos, incluidos el pescado y la carne, una de las principales medidas de política para ampliar las exportaciones de manufacturas es el Programa de Desarrollo de Zonas Francas Industriales y otras ventajas fiscales para los demás exportadores de productos manufacturados.

Por otro lado, la contribución del sector manufacturero al PIB ha experimentado un descenso, debido al aumento de la minería. En lo referido a la fabricación de productos alimenticios y bebidas ha cambiado muy poco a través de los años, de la misma manera ha ocurrido con la fabricación de otras manufacturas lo cual engloba diferentes productos tales como madera y productos de la madera, fabricación de metales, productos químicos, pinturas, plásticos, cueros y textiles.

No obstante, el sector que más aporta a la economía del país es el sector servicios, y los sectores que ofrecen mayores oportunidades de negocio en Namibia son las energías renovables, servicios, transporte y logística.

Entre otras exportaciones se encuentran principalmente las de pescado (las principales especies que se encuentran en sus aguas son la sardina, la anchoa, la merluza y el jurel, animales vivos, carne, bebidas y otros productos alimenticios, además de que el país debe importar alguno de sus alimentos, ya que la tierra cultivable representa el 1% de la superficie del país. Hay que agregar que en la actualidad se ha intensificado el ecoturismo como actividad económica en el país dado sus bellos paisajes naturales y la variedad de su fauna nativa.

Por otra parte, cabe destacar que existe una continua dependencia de Sudáfrica, país al cual se dirige casi una cuarta parte de las exportaciones namibias y las importaciones consisten fundamentalmente en maquinaria, incluido el equipo eléctrico; material de transporte, incluyendo los vehículos; productos químicos; combustibles; alimentos y bebidas; y metales. Entre sus principales socios comerciales se encuentra Sudáfrica, el Reino Unido, Angola, Francia, Suiza, los Estados Unidos, Canadá también España, relacionado con el sector de la pesca. Las inversiones en el sector de la minería y explotación de canteras se originan en China y Mauricio.

En estas relaciones comerciales, ha sido relevante para España tomar en cuenta la dependencia de Namibia de Sudáfrica, ya que la mayor parte de las importaciones de Namibia tiene ese origen, basado en que ambos países comparten una historia común.

En lo que respecta a las entrevistas, la realizada a Ámel Figueroa del Departamento de Facilitación de información del Ministerio de Comercio de la República Dominicana, señala que dentro las principales características del mercado exportador dominicano, se encuentra que este es un mercado

productivo, con una manufactura nacional y se exportan bienes y servicio con los mejores estándares de calidad internacional.

Adicionalmente ante la pregunta sobre si existen las condiciones para un intercambio comercial con países como Namibia, la respuesta es afirmativa ya que Republica Dominicana puede ofrecerles muchos productos de alta calidad y tiene una distancia poco considerable lo que hace a estos países una buena combinación al momento de realizar actividades comerciales. En cuanto a cuáles podrían ser las condiciones para la comercialización con países como Namibia del continente africano no hubo respuesta.

El segundo experto Kristie Marie Sabrías Faraz perteneciente a ADIPLAST respondió que las principales características del comercio exterior dominicano, son las facilidades logísticas, acuerdo de libre comercio y flexibilidades, dentro de los principales productos plásticos destinados a la exportación se encuentran todo tipo de productos plásticos terminados desde envases, botellas, fundas, laminas, en cuanto a las principales empresas comercializadoras de plástico del país se encuentran Plásticos Mitzutama SRL, Medical, BALGROIN, SRL, y Republica Dominicana exporta productos plásticos principalmente hacia Estados Unidos, el Caribe, Centroamérica y Suramérica.

En cuanto a si considera a África y algunos de los países que integran ese continente como objetivo potencial para la exportación de productos plásticos, respondió sencillamente que no se exporta a África porque hay muchas prohibiciones y limitaciones.

Desde esta perspectiva, hay que considerar que un intercambio comercial con Namibia pasa por tomar en cuenta su dependencia de Sudáfrica, ya que se aplican medidas comerciales y derechos de importación acorde con Sudáfrica, e incluso los importadores deben tener un permiso otorgado por el Ministerio de Comercio e Industria y adicionalmente han de ser nacionales o residentes en Namibia, no obstante, el país ha modernizado sus procedimientos de aduana. Así mismo, en materia de importación, las mismas en su totalidad deben estar

amparadas en una licencia del Ministerio de Comercio e Industria, también hay que destacar que, aunque se aplican licencias automáticas, de igual manera se aplican licencia no automática en el área de la importación de medicinas, productos químicos, congelados, animales vivos, materiales genéticos, productos petrolíferos, control de armas, explosivos, minerales, prendas de vestir y vehículos de motor.

Hay que tomar en cuenta que las empresas que tienen como proyecto diversificarse en mercados potenciales requieren de una búsqueda de estrategias de introducción a nuevos mercados para lo cual se precisa de procesos específicos que involucren exportaciones, filiales, etc. Ya que de esta manera es más factible que pase de ser solo una iniciativa a algo concreto, pero se debe tener en cuenta que para poder aplicar estas estrategias es necesario que el producto pueda satisfacer el mercado local y de esta manera ser competitivos no sólo en el precio sino también al momento de abastecer un mercado internacional.

Por consiguiente, en cuanto al objetivo sobre la propuesta de estrategias para la oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia, se evidencia que un país interesado en tener oportunidades de exportación a mediano o a largo plazo con Namibia debe crear las condiciones, es decir considerar como estrategias iniciar actividades no regulares de exportación, en segundo lugar exportaciones a través de representantes independientes; en un tercer lugar, la creación de una sucursal comercial en el país destino; y por último, el establecimiento de unidades productivas en el país extranjero.

Por otro lado, es fundamental vincular los aspectos culturales de esta región los cuales marcan el funcionamiento en materia de exportación e importación, en relación a la exportación de plástico es necesario tomar en cuenta las características únicas de esta región, específicamente este país mantiene una dependencia comercial básica de Sudáfrica y a los países

adyacentes a los cuales les une una historia común, con principios arancelarios que también son dependiente de Sudáfrica, no obstante uno de los objetivos fundamentales del país es mejorar su industria, y posee excelente receptividad para las inversiones foráneas, lo cual implique generación de empleo, y capacitación de la mano de obra.

Adicionalmente, en la actualidad un país que desee exportar productos plásticos a Namibia, debe considerar que hay una industria en formación donde se importa mayormente de Sudáfrica y otros países vecinos, pero que además se están incentivando las inversiones de capital extranjero, donde los actores principales que contribuyen a estas inversiones son la estabilidad política, las condiciones macroeconómicas favorables, el sistema judicial independiente, la protección de la propiedad y de los derechos contractuales, una infraestructura de buena calidad, y la facilidad de acceso a Sudáfrica.

Además, de acuerdo al objetivo de valorar la ventaja competitiva hay que considerar como fortaleza los factores dominicanos vinculados a la tecnología, producción, organización, dirección o comercialización y los procesos de certificación internacional; lo cual permite competir en el mercado de los productos plásticos, teniendo en cuenta que el propósito es diversificar las exportaciones de productos plásticos de República Dominicana hacia ese país.

## RECOMENDACIONES

En el objetivo de analizar las oportunidades de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia, se propone las siguientes recomendaciones:

- Siguiendo los aportes del enfoque de Upsala, el factor relevante es el conocimiento del mercado potencial y es importante almacenar suficiente información sobre las potencialidades de exportación hacia ese país africano, ya que las exportaciones a países con diferentes cultura e idioma se hacen después que se haya adquirido el conocimiento sobre el proceso y se tenga información objetiva sobre dicho mercado,

- Se puede manejar la hipótesis que este es un país que se presta como mercado objetivo debido a que posee una economía que aún no se ha desarrollado, cuyo gobierno ofrece oportunidades para atraer las inversiones extranjeras y se posee socios comerciales en común con República Dominicana tales como Estados Unidos y China, lo cual podría generar alianzas estratégicas.

- Ahora bien, hay que considerar que, debido a sus condiciones geográficas, el distanciamiento entre regiones, en Namibia se hace más compleja la distribución del producto, por lo cual hay que analizar con detenimiento el canal y el área que pudiera utilizarse como punto de ingreso, y pensar no solo en competir con precio, sino con variedad y cubriendo las necesidades del consumidor. Aun así, a mediano a o largo plazo pudieran crearse las condiciones partiendo del análisis de los principales obstáculos que pueden impedir una inserción exitosa en los mercados internacionales.

- Articular por ejemplo e impulsar un grupo de empresas e inversionistas para promover iniciativas de exportación de productos plásticos hacia Namibia, utilizando la ventaja competitiva lo cual permita competir en el mercado namibio teniendo en cuenta que el objetivo es diversificar las exportaciones de productos plásticos de República Dominicana hacia ese país.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia española de cooperación internacional para el desarrollo. (2014). *Balance de la Cooperación española en Namibia 1990-2014*. Retrieved octubre 06, 2020, from [https://www.cooperacionespanola.es/sites/default/files/balance\\_cooperacion\\_espanola\\_namibia\\_1990\\_2014\\_documento\\_completo\\_esp.pdf](https://www.cooperacionespanola.es/sites/default/files/balance_cooperacion_espanola_namibia_1990_2014_documento_completo_esp.pdf)
- Constitucion de la República Dominicana. (2015, Julio 10). *Gaceta Oficial No 10805*.
- Albano, L. (2014). *Reutilización de residuos plásticos para la fabricación de ecoladrillos*. Valencia-Venezuela: Universidad de Carabobo.
- Aldana, D. (2018). *Plan Exportadora República Dominicana con Yogurt griego Fineses de la empresa Alpina y beneficios de la exportación al sector lacteo colombiano*. Bogotá: Universidad Piloto de Colombia.
- Álvarez, Y. (2019). Exportaciones de la Industria del Plástico ascienden a US\$600 millones. Periódico Digital El Dinero: Recuperado octubre 8, 2020, de: <https://www.eldinero.com.do/78068/exportaciones-de-la-industria-del-plastico-ascienden-a-us600-millones/>
- Analítica. (2016). *La tecnología, el crecimiento económico y República Dominicana*. recuperado octubre 08, 2020, de: Revista Digital Analítica: <https://www.analytica.com.do/2016/07/la-tecnologia-el-crecimiento-economico-y-republica-dominicana/>
- Arias, C. Suescun M. y Zambrano, C. (2018). Identificación de estrategias que permitan la internacionalización de las empresas del sub-sector en Colombia con base en casos de éxito. Bogotá, Colombia: Universidad Agustiniana.
- Basu, A. y K. Srinivasan. (2002). *Foreign Direct Investment in Africa-Some case Studies, IMF Working Paper WP/0261*. Washington D.C., Estados Unidos.
- Bojorquez, E. (2011). Estrategia de Exportación de Roadmag a nuevos mercados. *Tesis para optar al grado de Magister en gestion para la globalización*. Santiago de Chile, Chile: Universidad de Chile.

- Bonilla, D. (2018). *Exportaciones de plástico reciclado a China bajaron en 80% desde 2014*. Recuperado octubre 08, 2020, from <https://eldia.com.do/exportaciones-de-plastico-reciclado-a-china-bajaron-en-80-desde-2018/>
- Castano, S. (2019). *Durante el 2017 RD exporto 600 millones de toneladas de plástico*. Retrieved octubre 08, 2020, from <https://cdn.com.do/2019/02/20/017-RD-exporto-600-millones-toneladas-plastico/>
- Castro, L. (2011). *Los Plásticos en el ámbito mundial*. Recuperado septiembre 2, 2020, de: <https://airdplastico.wordpress.com/2011/0/02/los-plasticos-en-el-ambito-mundial/>
- Cerezo, J. (2016). *Desarrollo, Agricultura y Cooperación en la República de Namibia*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia.
- Ministerio de Industria y Comercio. (2018). *Guía para exportar*. Recuperado octubre 06, 2020, from <https://micm.gob.do/images/pdf/doc/Guia-para-Exportar.pdf>
- Ministerio de Industria y Comercio. (2012). *República Dominicana en el Contexto de tendencias del Comercio Mundial*. Recuperado octubre 06, 2020, de: [https://micm.gob.do/images/pdf/Tendencias\\_en\\_el\\_Comercio\\_Mundial.pdf](https://micm.gob.do/images/pdf/Tendencias_en_el_Comercio_Mundial.pdf)
- Oficina Económica y comercial de España en Johannesburgo. (2018). *Oportunidades de negocio. Informe económico y comercial*. Johannesburgo.
- Rodríguez, P. (2020). *El Plástico una industria que requiere un modelo responsable*. Recuperado Octubre 06, 2020, de Lintin Diario: <https://listindiario.com/ECONOMIA/2020/01/22/600994/el-plastico-una-industria-que-requiere-un-modelo-responsable>
- 64-00. Ley General sobre el Medio Ambiente y los Recursos Naturales. República Dominicana.
- 176-07. Ley sobre el Distrito Nacional y los municipios. República Dominicana.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1

### Entrevista en el Ministerio de Comercio

La presente entrevista tiene como finalidad recolectar información para llevar a cabo una investigación que tiene por título: **OPORTUNIDAD DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS PLÁSTICOS DESDE REPÚBLICA DOMINICANA HACIA NAMIBIA** Razón por la cual, apreciamos su participación y colaboración, la misma es de carácter confidencial y los datos serán utilizados solo con fines académicos. Por favor responda cada una de las preguntas.

1. ¿Cuáles son las principales características del mercado exportador dominicano?
2. ¿Cuáles son los países con los que se realizan intercambios comerciales?
3. ¿El Comercio exterior dominicano esta diversificado?
4. ¿Considera a África y a algunos de los países que integran ese continente como un objetivo potencial para la exportación de productos plásticos?
5. ¿Existen las condiciones para un intercambio comercial con países como Namibia?
6. ¿Cual podrían ser las condiciones para la comercialización con países como Namibia del continente africano?
7. ¿Cuáles podrían ser las debilidades del comercio exportador dominicano?
8. ¿Cuáles son las fortalezas del comercio exportador dominicano?
9. ¿Cuáles podrían ser las oportunidades que tiene el comercio exportador dominicano?

## ANEXO 2

### Entrevista ADIPLAST

La presente entrevista tiene como finalidad recolectar información para llevar a cabo una investigación que tiene por título: **OPORTUNIDAD DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS PLÁSTICOS DESDE REPÚBLICA DOMINICANA HACIA NAMIBIA** Razón por la cual, apreciamos su participación y colaboración, la misma es de carácter confidencial y los datos serán utilizados solo con fines académicos. Por favor responda cada una de las preguntas.

1. ¿Cuáles son las principales características del comercio exterior dominicano?
2. ¿Cuáles son los productos plásticos destinados a la exportación?
3. ¿Cuáles son las principales empresas comercializadoras de plásticos en el país?
4. ¿Hacia qué países se exportan productos plásticos?
5. ¿República Dominicana exporta envases y tapas plásticas?
6. ¿Considera a África y a algunos de los países que integran ese continente como un objetivo potencial para la exportación de productos plásticos?
7. Entre los siguientes productos ¿Cual exporta este país?

<b>Tipo de envase</b>	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Empaque:</b>	<b>Si</b>	<b>NO</b>
Artículos para el transporte o envasado de plástico; Tapones, Tapas, Capsulas y demás dispositivos de cierre plástico. Cajas, Sacos (bolsas), Bolsitas, Botellas, Envases Depósitos, Bidones, •			Láminas, hojas y tiras, de plástico Etiquetas de todas clases, Placas,		

**ANEXO 3**



**VICERRECTORÍA ACADÉMICA**

**OFICINA COORDINADORA DE CURSO MONOGRÁFICO**

**Anteproyecto del Trabajo Final (TF) en la modalidad de  
Monografía Investigación Acción para optar por el título de  
Licenciatura en Negocios Internacionales**

**OPORTUNIDAD DE EXPORTACIÓN DE PRODUCTOS PLÁSTICOS  
DESDE REPÚBLICA DOMINICANA HACIA NAMIBIA**

**SUSTENTANTES:**

**Jesús A. Trejo Colon      20150419**

**Luis Pereyra              20150420**

**Eskarlet M. Evangelista      20161329**

**PROFESORES CONFERENCISTA Y AUXILIAR**

**JUANA PATRICIA CESPEDES THEN**

**ILENA ROSARIO**

**Coordinación TF MON: Dra. Sención Raquel Yvelice Zorob Avila**

**DISTRITO NACIONAL**

**2020**

## **1. Selección del Título y Definición del Tema de Investigación**

### **1.1. Título**

Oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia.

### **1.2. Definiciones**

#### **Exportación:**

Se refiere a cualquier bien o servicio vendido o enviado con fines comerciales a un país extranjero. En otras palabras, es el tráfico de bienes y servicios propios de un país con el fin de ser usados o consumidos en otro país, generando numerosos y variados fenómenos fiscales dado que, cualquier producto enviado más allá de las fronteras de un país, está sometido a diversas legislaciones y a acuerdos específicos que dan lugar a condiciones concretas según el país de destino (Ramos, 2016)

#### **Productos plásticos:**

Son aquellos caracterizados por su alta relación entre resistencia y densidad, por lo cual son excelentes aisladores térmicos y eléctricos con una buena resistencia a los ácidos álcalis y disolventes. Las enormes moléculas de las que están compuestos pueden ser lineales, ramificadas o entrecruzadas, dependiendo del tipo de plástico. Las moléculas lineales y ramificadas son termoplásticas, es decir, que estas se ablandan al calor, mientras que las entrecruzadas son termoendurecibles, es decir, que se endurecen con el calor. Por consiguiente, se clasifican en termoplásticos y termoestables (Hachi & Rodríguez, 2010).

## **2. Planteamiento el problema**

Actualmente la globalización y los cambios vertiginosos que se dan a nivel económico, hacen necesario un movimiento más acelerado por parte de las empresas, las cuales deben adaptarse a las condiciones existentes en el

mercado mundial, donde el dinamismo y la competitividad son factores a los que hay que estar atentos en el contexto de las exportaciones, para lograr resultados eficaces y eficientes.

En este orden de ideas, la industria manufacturera de productos plásticos en la República Dominicana representa un gran pilar, tanto en el abastecimiento nacional como en el área de la exportación. Al respecto, Rodríguez (2020), menciona que según las estadísticas de la Asociación Dominicana de la Industria de Plástico (ADIPLAST), alrededor de 300 empresas formales están ligadas al sector y de estas 133 se dedican a la fabricación de productos de plástico, a la fabricación de plástico en formas primarias y de caucho sintético, así como a la fabricación de envases y embalajes de productos comestibles; productos de consumo masivo y farmacéuticos, empleando aproximadamente a 6,800 personas, un 20% de ellas son compañías familiares, la mayoría tipificadas como pequeñas y medianas (Pymes), mientras que unas 20 están categorizadas como grandes empresas.

Continúa Rodríguez (2020), agregando que otras empresas ligadas al plástico se dedican al reciclaje, unas de manera formal y otras en la informalidad, procesando 3,000 toneladas de plásticos al mes de cerca de 15,000 toneladas que entran al mercado según sus estimaciones. Así mismo, afirma que según ADIPLAST, las manufacturas plásticas se han convertido en un destacado producto de exportación, con valores anuales superiores a US\$ 300 millones. Por su parte Castaño (2019), señala que, durante el 2017, el país exportó 600 millones de toneladas de plástico hacia el extranjero.

Complementando lo anterior, cabe destacar que Forbes Staff (2019), menciona que los principales países a los que se exportaron productos dominicanos durante el primer semestre de 2019 fueron Estados Unidos, Haití, India, Canadá, Puerto Rico, Países bajos, República Popular China, Suiza, Reino Unido y España. Vale resaltar que, entre los países nombrados, solo se exportó plástico y sus manufacturas a Puerto Rico.

Por otra parte, es pertinente mencionar que la República Dominicana ha sido miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), el organismo regulador del comercio internacional, desde su fundación en 1995. El principal objetivo de esta organización, consiste en asegurar que las corrientes comerciales internacionales circulen entre sus países miembros con la máxima facilidad, previsibilidad y libertad. En su calidad de país en desarrollo, se le permite a la República Dominicana recibir un trato preferente, no recíproco, de otros estados miembros.

En este contexto cabe destacar, que las exportaciones de bienes se han diversificado tanto en productos como en mercados, y el país ha asegurado el acceso a sus mercados más importantes a través de varios acuerdos de libre comercio. No obstante, a pesar de esto, se sigue presentando un limitado aprovechamiento de las oportunidades existentes en los mercados de exportación.

De acuerdo con lo anterior, es importante dar una mirada a las políticas públicas en materia comercial, donde países como Angola, Botswana, Jamaica, Namibia, Túnez y Zambia, contemplan el tratamiento de la diversificación exportadora y el aprovechamiento de los acuerdos comerciales. Lo que representa una oportunidad para la ampliación de los mercados de exportación. Vale resaltar que, a excepción de Jamaica, los países mencionados se encuentran ubicados en el continente africano (UNCTAD, 2018).

De acuerdo con lo anterior y además tomando en cuenta, que la República Dominicana ha experimentado un incremento destacable en las exportaciones de productos plásticos y que entre los países importadores de plástico, se tiene que África es un gran importador de productos plásticos, es pertinente mencionar que dentro de este escenario, Namibia país situado al Sur oeste de África, se destaca por sus importaciones mucho más diversificadas que sus exportaciones, las cuales reflejan la necesidad de importar bienes con valor agregado (UNCTAD, 2016).

Por las razones expuestas, surge la inquietud de hacer una investigación donde se planteen estrategias para la oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia.

### **3. Objetivos**

#### **3.1. Objetivo General**

Analizar la oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia.

#### **3.2. Objetivos específicos**

**Objetivo 1:** Identificar el entorno de la exportación de productos plásticos.

**Objetivo 2:** Proponer estrategias para la oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia.

**Objetivo 3:** Valorar las ventajas competitivas de exportar productos plásticos respecto a los principales competidores.

### **4. Justificaciones teórica, metodológica y práctica de la investigación**

#### **4.1. Justificación teórica de la investigación.**

El efecto de los productos plásticos en una economía es fundamental, debido a que un consumidor promedio usa diversos productos plásticos de manera cotidiana, ya sea para consumo personal (ropa, muebles, artículos de oficina, utensilios de cocina, entre otros) o a través de otras actividades productivas, como la construcción, las comunicaciones, el transporte, el almacenamiento. La versatilidad del plástico permite su incorporación a cualquier proceso productivo o producto final, razón por la cual es innegable que en la actualidad el mercado de los productos plásticos tiene un lugar sobresaliente en el conjunto de la economía (Góngora, 2014).

La producción de plástico ha mantenido un crecimiento constante desde 1950. La gran versatilidad de productos plásticos, ha posibilitado el crecimiento de esta industria de manera extraordinaria, logrando formar parte de la cadena de valor de muchos y diversos productos, y constituirse como un bien de consumo final (Góngora, 2014).

En cuanto a la producción, actualmente, los datos por región arrojan una alta competitividad internacional, donde China se mantiene como el máximo productor con 24% del total. Si se toma en cuenta que Japón y el resto de Asia contribuyen en conjunto con 21%, el continente asiático se está configurando como la región más importante del mundo en este rubro. Mientras tanto, Europa y América del Norte, con 20% del total de la producción cada una, representan 40% del total (Góngora, 2014).

Por otra parte, las actividades comerciales internacionales, comprende las transacciones relacionadas con importación y exportación de bienes tangibles e intangibles. Estas transacciones tienen una gran participación pública donde los integrantes están ubicados en diferentes naciones. (Logroño & Rosario, 2020).

Específicamente, la exportación es una forma de distribuir llevar un producto fabricado de un país a otro, lo cual implica una serie de acciones relacionadas a esta, para cumplir a cabalidad lo deseado por todo comprador. Cumpliendo con las legislaciones, permisologías, trámites aduanales y demás procesos requeridos por cada país para una exportación exitosa (Barker & Bracho, 2017)

En este orden de ideas República Dominicana cuenta con experiencia exportadora, con un crecimiento constante durante la última década y media, pasó de exportar a 96 destinos en el año 2000, a exportar a 146 destinos en el año 2017, liderando en diversificación de destinos y productos (Monge, 2019).

Es así, que la exportación de plástico de República Dominicana a Namibia representa una oportunidad que debe ser analizada y en este sentido presentar algunas estrategias que impulsen dicha oportunidad.

#### **4.2 Justificación Metodológica de la Investigación.**

Durante el proceso de investigación, se utilizará la técnica de la entrevista, de acuerdo con Hernández, Fernández y Baptista (2010), se advierte que como técnicas e instrumentos se conocen los medios y recursos que utiliza el investigador para recolectar los datos que necesita para alcanzar sus objetivos.

Siguiendo este principio, esta técnica, permitirá recolectar información general y puntos de vista de un grupo de personas.

Ahora bien, a toda técnica de recolección corresponden ciertos instrumentos que como sostiene Ramírez (2006), son los medios físicos que permiten medir las variables del problema; para el presente estudio, se aplicará un cuestionario estructurado, cuyo propósito será tener aproximación a las oportunidades de exportación desde República Dominicana hacia Namibia.

#### **4.3. Justificación Práctica de la Investigación.**

La presente investigación es relevante ya que contribuye en cierta medida en el establecimiento de las relaciones africanas–centroamericanas, propiciando el comercio y la diversificación. Además, hay que tomar en cuenta que las relaciones comerciales han evolucionado en los últimos años.

Así mismo el trabajo pretende ser un aporte en la conservación del ambiente, ya que tomará en cuenta los efectos contaminantes del plástico y de este modo ofrecer alternativas de exportación al mercado africano.

Otro de los aportes de la presente investigación es que, al considerar la oportunidad de exportación a Namibia, mostrará algunas estrategias que impulse esta idea.

Cabe destacar que este estudio beneficia en gran medida, a las empresas del sector que se dedican a la fabricación de productos de plástico, a la fabricación de plástico en formas primarias y de caucho sintético, así como a la fabricación de envases y embalajes de productos comestibles, productos de consumo masivo y farmacéuticos, ya que se constituye en un incentivo de mejora para el crecimiento económico.

Además, porque siendo la industria del plástico, la nueva tendencia de exportación de la República Dominicana y el número uno en inversión en el país, el estudio ofrece otra perspectiva más amplia al considerar la exportación hacia el continente africano, específicamente Namibia.

## **5. Marco de referencias: teórico, conceptual, espacial y temporal**

### **5.1. Marco Teórico**

#### **El plástico a nivel mundial**

Los Plásticos utilizan apenas el 4% del Petróleo del Mundo, por lo que es un hecho que ayuda a conservar los combustibles fósiles para generar energía y calor. El plástico ha tenido su crecimiento más dinámico en el sector de Envase, el cual aporta poco más del 1% del PIB en los países desarrollados, además, este material es el segundo más importante para su uso en envases después del papel y cartón. En el ámbito mundial, los principales usuarios de envases plásticos lo constituyen las empresas productoras de alimentos y bebidas. Este segmento suele ser poco más de la mitad del mercado y es el que exhibe el crecimiento actual y futuro más rápido. Alrededor de una tercera parte de todos los productos que se consumen actualmente se envasan en plásticos. El crecimiento del mercado está ligado al desarrollo demográfico de cada país, a la cantidad de niños, jóvenes y adultos mayores (Castro, 2011).

Otro mercado nuevo y creciente es el del envase para productos farmacéuticos y médicos, debido a la creciente demanda de estos productos en los países industrializados, ya que los consumidores gastan considerables cifras en el cuidado de la salud. La categoría que más crece es el de los envases flexibles, donde domina el Polietileno y el Polipropileno (SCPM, 2016).

En todo el mundo, la industria del envase muestra preocupación por el incremento en los costos de las materias primas y por los efectos en la capacidad de producción por las recientes legislaciones ambientales que han surgido en varios países, relativas al cambio climático o a la aplicación de impuestos especiales. La Industria del Plástico tiene récord en mejoras de aligeramiento, ya que en la medida en que se desarrollan nuevas tecnologías y diseños se emplea menos material para lograr el mismo efecto y propósito (SCPM, 2016).

Cabe destacar, que Castro (2011), señala que, en un principio, los fabricantes de artículos de plástico sólo se interesaban en el desarrollo de los precios de los plásticos. No obstante, actualmente, tienen que ampliar la visión, para ser capaces de seguir las condiciones de sus negocios a lo largo de toda la cadena de producción, y que esto les ayude a anticipar el desarrollo de los mercados futuros. En síntesis, el segmento clave de crecimiento en el mundo sigue siendo la industria del Envase, que representa el 37% del consumo mundial. En República Dominicana estos porcentajes varían significativamente, aunque sin afectar la proporción de la segmentación presentada.

### **Ventajas Competitivas del país**

Entre las principales ventajas competitivas de la República Dominicana, se tiene su ubicación geográfica que permite la conectividad con el Caribe y otras regiones, la cantidad de líneas que existen, la seguridad jurídica que ofrece el Estado y las diversas rutas comerciales que conectan la República Dominicana con más de 27 destinos. Además, el Catálogo de Rutas Comerciales entre República Dominicana y los distintos destinos provee a las empresas de una herramienta informativa que permite conocer toda la información del transporte disponible para el mercado (CNC, 2017).

### **Acuerdos comerciales**

Dada la importancia del comercio exterior para su economía, la República Dominicana mantiene un papel activo en las negociaciones comerciales internacionales con el objeto de desarrollar nuevos mercados para sus productos. Además de beneficiarse de diversos esquemas de comercio preferencial, tales como la Convención de Cotonú y los Sistemas Generalizados de Preferencias (SGP) de varios países desarrollados, la República Dominicana mantiene estrechos lazos y promueve la integración económica con los países de América Central y el Caribe. La República Dominicana se beneficia de los Acuerdos de Libre Comercio que ha suscrito con los países de la Comunidad del Caribe (CARICOM), los países de Centroamérica y Estados Unidos. También

cuenta con un acuerdo entre los países del Cariforo (Foro de Estados ACP del Caribe) y la Unión Europea.

### **Zonas Francas**

Las zonas francas son una alternativa que acoge y estimula principalmente la generación de empleos, generación de divisas y la transferencia tecnológica. El sistema dominicano de zonas francas es uno de los más avanzados a nivel mundial, desarrollándose desde 1969.

Los beneficios que este sector ofrece son la flexibilización de los horarios de trabajo, la eliminación de algunos obstáculos técnicos para la desaduanización de mercancías, construcción de parques industriales en zonas menos desarrolladas, entre otros como los que se enumeran a continuación:

- Régimen favorable que exime a las empresas del pago de aranceles, del impuesto sobre la renta y muchos otros de naturaleza fiscal.

- Acceso preferencial para exportar a los mercados de Estados Unidos y Europa.

- Posibilidad de obtener financiamiento de institucionales locales y extranjeras.

- Facilidad para repatriar los beneficios en moneda extranjera.

- Mano de obra disponible a bajo costo.

La Ley 8-90 es la que contiene la Ley de Zonas Francas, la cual crea en principio el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación, para regular y supervisar la instalación de zonas francas (PROMPERÜ, 2010).

### **Comercio Virtual**

El comercio electrónico se ha convertido un factor dominante para el intercambio comercial, y en un nuevo medio para prestar servicios, así como para mejorar la logística de la cadena de producción de las multi-nacionales. Los avances en la comunicación, el internet y los equipos electrónicos han reducido los costos de los negocios para conseguir representantes o clientes en el extranjero, adicionalmente ha mejorado la visibilidad de las empresas en el

entorno del mercado global, en particular para pequeñas y medianas empresas. Estas oportunidades han cambiado el patrón de comercio, por ejemplo, ahora hay envío de cargas más pequeñas y exportaciones de nuevos productos por parte de más países (Fernández, 2012).

## **5.2. Marco Conceptual**

La oportunidad de exportación se entiende como todo acuerdo comercial que contribuye en la ampliación del mercado. Por lo tanto, resulta de gran importancia hacer del proceso de negociación una actividad de gran beneficio, llevada a cabo de una manera rápida y sin tropiezo alguno, contemplando acuerdos Comerciales existentes entre las partes (Estrada, Fonnegra, & Martínez, 2010).

Tomando en cuenta que en la presente investigación se analizará la oportunidad de exportar productos plásticos, se señala a Castillo (2012), quien define los plásticos como materiales polímeros orgánicos que pueden deformarse hasta conseguir una forma deseada por medio de extrusión, moldeo, hilado, etc. Caracterizándose por una alta relación resistencia/densidad, unas propiedades excelentes para el aislamiento térmico y eléctrico y una buena resistencia a los ácidos, álcalis y disolventes.

Los materiales que se emplean en la fabricación de plásticos, son las resinas que tienen diferentes presentaciones, estas pueden ser en polvo o en bolitas. El proceso de producción de los plásticos y productos terminados implica cuatro pasos esenciales:

- 1.- requerimiento de materia prima
- 2.- síntesis del polímero básico
- 3.- composición del polímero

4.- moldeo del plástico Respecto a la síntesis y composición del polímero tienen como objetivo buscar moléculas sencillas que pudieran enlazarse para crear polímeros y así producir el diferente material plástico

Por otra parte, en relación a la estrategia de comercialización Porras (2013), señala que es importante saber organizar los canales y esquemas empleados en el mercado. Los canales son tradicionales, caracterizados por la presencia de personas que se dedican al acopio del producto. El principal reto que todo exportador debe asumir es mantener los contratos en el exterior, mediante el cumplimiento de los compromisos adquiridos, en términos de calidad, cantidades y plazos de entrega. Para ello, es necesario generar mecanismos que permitan enfrentar imprevistos de manera oportuna

### **5.3. Marco espacial**

De acuerdo con Martínez (2013) el marco espacial en una investigación, restringe el tema a un determinado lugar, sitio, ámbito, campo, territorio, etc. Por consiguiente, la presente investigación tendrá como ámbito espacial será República Dominicana, cuya capital es Santo Domingo. El país está situado en el Archipiélago de las Antillas Mayores y en la parte oriental de la isla La Española, que comparte con Haití, ocupando un poco más de dos terceras partes de la misma.

La República Dominicana es un país que se beneficia de su ubicación geográfica, funciona como puente hacia la región del Caribe, así como también hacia el resto del continente Americano y los demás países del mundo. El sistema de carreteras conecta prácticamente todos los destinos del país, siendo una de las mejores infraestructuras de la región.

Además, cuenta con un sistema de 6 aeropuertos ubicados en toda la geografía nacional, con recepción de vuelos internacionales y domésticos. Existen 11 puertos marítimos importantes, siendo los de Puerto de Haina, Santo Domingo y Boca Chica los que más destacan por ser de los más modernos y dinámicos de El Caribe.



#### **5.4. Marco temporal**

Martínez (2013), indica que el marco temporal circunscribe el tema a un espacio de tiempo: siglo, ciclo, período, era, época, año, etc. En este caso la investigación analizará la oportunidad de exportación de productos plásticos desde República Dominicana hacia Namibia para el periodo comprendido del año 2021 al 2025.

#### **6.-Aspectos Metodológicos.**

##### **6.1.-Tipos de investigación científica.**

El presente trabajo es una investigación de campo, pues estudia una situación o fenómeno natural o en el lugar que se origina o presenta. De acuerdo con Sabino (2002) indica que “se basa en informaciones obtenidas directamente de la realidad, permitiéndole al investigador cerciorarse de las condiciones reales en que se han conseguido los datos” (p. 20). En los estudios de campo no se manipulan o controlan las variables, en otras palabras, el investigador obtiene la información, pero no altera las condiciones existentes” (p.31).

## **6.2. Métodos, procedimientos y técnicas de investigación**

El método de investigación se establece de acuerdo a la naturaleza del objeto o fenómeno que se va a estudiar. Por consiguiente, las técnicas, instrumentos y procedimientos deben ser coherentes con la naturaleza del problema específico.

En este sentido, para alcanzar los objetivos del presente estudio, se obtendrá información procedente de entrevistas a un representante de ADIPLAST, y otro del Ministerio de Comercio.

Al respecto, Hernández, Fernández y Baptista (2014) señalan que la entrevista debe ser un diálogo y resulta importante dejar que fluya el punto de vista único y profundo del entrevistado, acerca del tema previamente determinado. En este sentido se empleará como instrumento un guión de entrevista para recabar los datos necesarios



## BIBLIOGRAFÍA

- Arias, F. (2012). *El proyecto de investigación. Introducción a la metodología científica*. Caracas: Episteme.
- Barker, S., & Bracho, E. (2017). *Marketin inernacional para la exportación de tuberías PVC en empresas de producción/distribución de plástico*. (Trabajo de grado) Universidad Privada Dr. Rafael Beloso Chacín. Maracaibo. Venezuela.
- Castaño, S. (2019). *Durante 2017 RD exportó 600 millones de toneladas de plástico*. Recuperado el 28 de septiembre de 2020, de <https://cdn.com.do/2019/02/20/2017-rd-exporto-600-millones-toneladas-plastico/>
- Castillo. (2012). *Conformado de materiales plásticos*. (Trabajo de investigación). Universidad Nacional Autónoma de México. México.
- Castro, L. (2011). *Los plásticos en el ámbito mundial*. Recuperado el 02 de septiembre de 2020, de <https://airdplastico.wordpress.com/2011/06/02/los-plasticos-en-el-ambito-mundial/>
- CNC. (2017). *Consejo Nacional de Competitividad*. Recuperado el 03 de septiembre de 2020, de Gobierno continúa trabajos de Estrategia Exportaciones hacia el Caribe: <http://competitividad.gob.do/index.php/es/noticias/item/318-gobierno-continua-trabajos-de-estrategia-exportaciones-al-caribe>
- Énfasis Packaging. (2020). *Crece el mercado de envases de plástico en África*. Recuperado el 28 de septiembre de 2020, de <http://www.packaging.enfasis.com/notas/87307-crece-el-mercado-envases-plastico-africa>
- Estrada, L., Fonnegra, C., & Martínez, J. (2010). *Plan de exportación de piña deshidratada con destino a Alemania*. (Trabajo de grado). Universidad del Rosario. Bogotá.
- Fernández, J. (2012). *República Dominicana en el contexto de tendencias del comercio mundial*. Ministerio de Industria y Comercio. Santo Domingo.
- Forbes Staff. (2019). *Estos son los países que consumen más productos de República Dominicana*. Recuperado el 28 de septiembre de 2020, de <https://forbescentroamerica.com/2019/08/20/estos-son-los-paises-que-consumen-mas-productos-de-republica-dominicana/>

- Góngora, J. (2014). La industria del plástico en México y el mundo. *Comercio Exterio*. 64 (5), 6-9.
- Hachi, J., & Rodríguez, J. (2010). *Estudio de factibilidad para reciclar envases plásticos de polietileno tereftalato (pet)*. (Trabajo de grado). Universidad Politécnica Salesiana. Ecuador.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la Investigación*. México: Mc Graw- Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación*. México: McGraw-Hill.
- Hurtado, I., & Toro, G. (2013). (2012). *Paradigmas y Métodos de Investigación en Tiempos de Cambio (6ta ed)*. Valencia-Venezuela: Episteme.
- Logroño, R., & Rosario, N. (2020). *Análisis del comercio exterior entre China y República Dominicana para el fomento de las exportaciones*. (Trabajo de grado). Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Santo Domingo.
- Martínez, A. (2013). *Diseño de investigación. Principios teórico-metodológicos y prácticos para su concreción*. Anuario Escuela de Archivología IV 2012-2013. Universidad de Córdoba.
- Méndez, C. (2004). *Metodología*. Santa Fe de Bogotá: Limpres Ltda.
- Monge, R. (2019). Innovar para la exportación en las pymes de Centroamérica y la República Dominicana: principales programas de apoyo públicos y privados. *Documentos de Proyectos (LC/TS.2019/97)*, Santiago, Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).
- Porras, E. (2013). *Estudio de mercado para la comercialización nacional e internacional de*. (Trabajo de grado). Universidad San Francisco de Quito. Ecuador.
- PROMPERÜ. (2010). *Perfil de mercados del sector de plásticos de Centroamérica*. Cámara de comercio de Guatemala.
- Ramírez, T. (2006). *Cómo hacer un Proyecto de Investigación*. Caracas: Panapo.
- Ramos, A. (2016). *Introducción al Comercio Exterior*. Recuperado el 28 de septiembre de 2020, de <http://fd.uach.mx/maestros/2016/03/17/INTRODUCCION%20AL%20COMERCIO%20EXTERIOR.pdf>

- Rodríguez, P. (2020). *Listin Diario*. Recuperado el 28 de septiembre de 2020, de El plástico: una industria que requiere un modelo responsable: <https://listindiario.com/economia/2020/01/22/600994/el-plastico-una-industria-que-requiere-un-modelo-responsable>
- Sabino, C. (2002). *El proceso de la investigación*. Caracas, Venezuela: Panapo.
- SCPM. (2016). *Estudio de Mercado sobre “La Producción y Comercialización de Plásticos de Polipropileno en El Ecuador”*. Recuperado el 2 de septiembre de 2020, de <https://www.scpm.gob.ec/sitio/wp-content/uploads/2019/03/Plasticos-Versin-Pblica.pdf>
- UNCTAD. (2016). *Trade Policy Framework Namibia*. Recuperado el 28 de septiembre de 2020, de [https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditctncd2016d2\\_en.pdf](https://unctad.org/en/PublicationsLibrary/ditctncd2016d2_en.pdf)
- UNCTAD. (2018). *Marco de Política Comercial República Dominicana*. Recuperado el 28 de septiembre de 2020, de [https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditctncd2016d4\\_es.pdf](https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditctncd2016d4_es.pdf)