



**DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
ESCUELA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

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

**Tema:**

“Análisis del Comportamiento y oportunidades de negocio en la exportación de servicios no tradicionales hacia los Estados Unidos, Periodo 2016-2019”

**Sustentantes:**

Génesis M. Valdez	20141942
Leoriza Galvez	20170782
Lisa Amparo	20170898

**Asesor:**

Julissa Castro

**Santo Domingo, D.N. República Dominicana**

**Marzo, 2020**



**UNAPEC**  
**UNIVERSIDAD APEC**

**DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES**

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

**Tema:**

“Análisis del Comportamiento y oportunidades de negocio en la exportación de servicios no tradicionales hacia los Estados Unidos, Periodo 2016-2019”

**Sustentantes:**

Génesis M. Valdez	20141942
Leoriza Galvez	20170782
Lisa Amparo	20170898

**Asesor:**

Julissa Castro

"Los conceptos expuestos en esta investigación son de la exclusiva responsabilidad de sus sustentantes".

**Santo Domingo, D.N. República Dominicana**

**Marzo, 2020**

**“Análisis del Comportamiento y oportunidades de negocio en la exportación de servicios no tradicionales hacia los Estados Unidos, Periodo 2016-2019”**

# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>AGRADECIMIENTOS.....</b>	<b>I</b>
<b>DEDICATORIAS .....</b>	<b>II</b>
<b>GLOSARIO.....</b>	<b>XIII</b>
<b>SIGLAS O ACRÓNIMOS MENCIONADOS .....</b>	<b>XVIII</b>
<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>1</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>2</b>
<b>CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES.....</b>	<b>4</b>
1.1 SERVICIOS.....	4
<i>1.1.1 Origen de los servicios no tradicionales .....</i>	<i>4</i>
<i>1.1.2 Características generales de los Servicios no Tradicionales.....</i>	<i>6</i>
<i>1.1.3 Algunos tipos de servicios no tradicionales .....</i>	<i>7</i>
1.2 RETOS DE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES EN REPÚBLICA DOMINICANA .....	8
1.3 MARCO LEGAL DE LOS SERVICIOS .....	10
1.4 CRECIMIENTO/DESARROLLO DE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES EN REPÚBLICA DOMINICANA .....	11
<b>CAPÍTULO II. ORIGENES DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS NO TRADICIONALES.....</b>	<b>18</b>
2.1 EXPORTACIONES DE SERVICIOS NO TRADICIONALES.....	18
2.2 ORIGEN Y DE DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS NO TRADICIONALES EN REPÚBLICA DOMINICANA .....	19
2.3 ORIGEN DE LAS IMPORTACIONES SERVICIOS NO TRADICIONALES EN ESTADOS UNIDOS. .....	22

2.4 PANORAMA INTERNACIONAL DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS NO TRADICIONALES. ....	23
2.5 COMPETITIVIDAD EXTERNA DE EXPORTACIONES DE SERVICIOS NO TRADICIONALES. ..	26
<b>CAPÍTULO III: RELACIONES COMERCIALES ENTRE REPÚBLICA DOMINICANA Y ESTADOS UNIDOS .....</b>	<b>29</b>
3.1 CARACTERÍSTICAS GENERALES DE ESTADOS UNIDOS Y REPÚBLICA DOMINICANA .....	29
3.1.1 <i>República Dominicana</i> .....	29
3.1.2 <i>Estados Unidos</i> .....	30
3.2 RELACIONES COMERCIALES ENTRE REPÚBLICA DOMINICANA Y ESTADOS UNIDOS.....	31
3.2.1 <i>Principales datos comerciales de Estados Unidos y República Dominicana durante el período 2016-2019</i> .....	32
3.3 COMERCIO BILATERAL REPÚBLICA DOMINICANA-ESTADOS UNIDOS .....	34
3.3.1 <i>Exportaciones</i> .....	34
3.3.2 <i>Importaciones</i> .....	36
3.3.4 <i>Comercio Bilateral: República Dominicana - Estados Unidos</i> .....	38
3.4 TRATADOS Y ACUERDOS COMERCIALES ENTRE LA REPÚBLICA DOMINICANA Y LOS ESTADOS UNIDOS .....	38
3.5 CARACTERÍSTICAS DEL PROCESO DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS DESDE REPÚBLICA DOMINICANA HACIA LOS ESTADOS UNIDOS.....	41
3.6 DESARROLLO Y EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS EN EL PERÍODO 2016-2019 DESDE REPÚBLICA DOMINICANA A LOS ESTADOS UNIDOS .....	43
3.6.1 <i>Exportaciones de servicios desde República Dominicana hacia el mundo durante el período 2016-2019</i> .....	45

3.6.2 <i>Exportaciones de servicios desde República Dominicana hacia Estados Unidos durante el período 2016-2019</i> .....	45
--	----

**CAPÍTULO IV: ASPECTOS CLAVES DEL COMPORTAMIENTO Y DESARROLLO DE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES. ....47**

4.1 DESARROLLO DE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES EN USA .....	47
4.1.1 <i>Innovación de servicios en Estados Unidos</i> .....	49
4.2 ASPECTOS CLAVES DEL COMPORTAMIENTO Y DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS NO TRADICIONALES EN REPÚBLICA DOMINICANA.....	51
4.3 DESARROLLO DE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES EN EL PERÍODO 2016-2019, PARTICIPACIÓN DE REPÚBLICA DOMINICA Y ESTADOS UNIDOS.....	54
4.4 ÍNDICE DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS NO TRADICIONALES DESDE REPÚBLICA DOMINICANA HACIA ESTADOS UNIDOS DURANTE EL PERÍODO 2016-2019 .....	58
4.4.1 <i>Servicios no tradicionales exportados por República Dominicana al mundo durante el período 2016-2019</i> .....	60
4.4.2 <i>Servicios no tradicionales exportados desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos durante el período 2016-2019</i> .....	62

**CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN APORTES A LA HUMANIDAD, CONOCIMIENTOS EMPÍRICOS, ANÁLISIS AUTÉNTICO DE LA METODOLOGÍA APLICABLE AL TEMA ESTUDIADO .....63**

5.1 ENCUESTA .....	63
5.1.1 <i>Población Objetivo</i> .....	63
5.1.2 <i>Muestra de Estudio</i> .....	65
5.1.3 <i>Cálculo de la Muestra</i> .....	66
5.1.4 <i>Tipo de Muestreo</i> .....	66

5.1.5 Resultados de la encuesta.....	68
5.1.6 Análisis de la encuesta.....	81
5.2 ENTREVISTAS .....	83
5.2.1 Entrevista a Noemy Francisco Yean.....	84
5.2.2 Entrevista a Mary Claudia Pérez Rodríguez.....	84
5.2.3 Entrevista a Esteban González.....	85
5.3 ANÁLISIS DEL COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS NO TRADICIONALES DESDE REPÚBLICA DOMINICANA HACIA ESTADOS UNIDO, DURANTE EL PERÍODO 2016-2019.....	86
5.3.1 Trayectoria de las exportaciones de servicios no tradicionales desde República Dominicana hacia Estados Unidos.....	89
5.4 ANÁLISIS DE LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS EN LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS NO TRADICIONALES DESDE REPÚBLICA DOMINICANA HACIA LOS ESTADOS UNIDOS.....	91
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>94</b>
<b>BIBLIOGRAFIA Y FUENTES DE DOCUMENTACION .....</b>	<b>98</b>
<b>ANEXOS.....</b>	<b>103</b>
ANEXO 1.....	104
ANEXO 2.....	106
ANEXO 3.....	107
ANEXO 4.....	108
ANEXO 5.....	110

## INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Trayectoria de las exportaciones de servicios no tradicionales desde República Dominicana hacia Estados Unidos .....	89
---	----

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Características Generales Rep. Dom. ....	30
Tabla 2. Características Generales Estados Unidos de América .....	31
Tabla 3. Principales Datos comerciales de los Estados Unidos durante el período 2016-2019 .....	32
Tabla 4. Principales Datos Comerciales de la República Dominicana durante el período 2016-2019 .....	33
Tabla 5. Comercio Bilateral: República Dominicana - Estados Unidos.....	38
Tabla 6. Exportaciones de servicios desde República Dominicana hacia el mundo durante el período 2016-2019 .....	45
Tabla 7. Exportaciones de servicios desde República Dominicana hacia Estados Unidos durante el período 2016-2019 .....	45
Tabla 8. ....	50
Tabla 9. Servicios no tradicionales exportados por República Dominicana al mundo durante el período 2016-2019 .....	60
Tabla 10. Servicios no tradicionales exportados desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos durante el período 2016-2019 .....	62

## INDICE DE GRAFICAS

Gráfico 1. Exportaciones Dominicanas a Estados Unidos (2016-2019).....	36
Gráfico 2. Importaciones Dominicanas provenientes de Estados Unidos (2016-2019).....	37
Gráfico 3. ....	51
Gráfico 4. Exportaciones Dominicanas de servicios no tradicionales hacia Estados Unidos .....	61

## INDICE DE ÍTEMS

Ítem 1. Edad de los encuestados .....	68
Ítem 2. Género de los encuestados.....	69
Ítem 3. Área o Profesión de los encuestados .....	70
Ítem 4. Consideran los encuestados la globalización como una oportunidad para que los servicios no tradicionales formen parte de la oferta exportable de un país .....	71
Ítem 5. Consideran los encuestados que la exportación de servicios no tradicionales puede contribuir al PIB de la República Dominicana .....	72
Ítem 6. Consideran los encuestados la posibilidad de vender un servicio no tradicional en el exterior, tal y como se hace en el mercado nacional .....	73
Ítem 7. Consideran los encuestados positivo para el país la contratación de empleados dominicanos en el exterior.....	74
Ítem 8. Consideran los encuestados que los profesionales dominicanos poseen las aptitudes necesarias para brindar servicios a empresas norteamericanas .....	75
Ítem 9. Servicios no tradicionales ofrecidos por República Dominicana considerados favorables para su exportación a los Estados Unidos .....	76
Ítem 10. Calificación del desempeño de la industria creativa en la República Dominicana, centrándose en los sectores Cine/Audiovisual y Música .....	77
Ítem 11. Consideran los encuestados el turismo de salud como una oportunidad de negocio para la República Dominicana con los Estados Unidos .....	78
Ítem 12. Retos/Desafíos que enfrenta la República Dominicana en la exportación de servicios no tradicionales .....	79
Ítem 13. Percepción sobre la tasa de crecimiento que obtuvo el desarrollo de los servicios no tradicionales durante el período 2016-2019 .....	80

## **AGRADECIMIENTOS**

Como hijos privilegiados del señor siempre debemos ser agradecidos y es por esto que ante todo le damos Gracias a Dios, por permitirnos llegar al final de este recorrido hacia el inicio de nuestras vidas como profesionales, por ser bondadoso y otorgarnos siempre las herramientas que necesitábamos para seguir adelante, por su luz, fuerza y fortaleza en cada paso que dimos a lo largo de estos años.

A nuestras Familias, los que nos han apoyado incondicionalmente, nuestros padres, que con su amor eterno e incondicional nos han instruido y guiado por el camino correcto hasta el momento, para vernos convertirnos en grandes profesionales, Gracias también a nuestros hermanos, abuelos, tíos, sobrinos y demás miembros de la familia que nos brindaron su mano de apoyo en cualquier momento.

A nuestra Alma Mater Universidad Apec, que como institución educativa nos trazó los lineamientos y directrices necesarias para que este objetivo que es una meta para cualquier joven sea cumplido.

A nuestra Asesora la maestra Julissa Castro, quien desde nuestros inicios despertó en cada una de nosotras esa confianza y admiración por su entrega y dedicación en sus métodos de enseñanzas tanto que desde apenas cumplidas las primeras materias queríamos contar con la suerte de que fuera nuestra mentora en este proyecto, Gracias por sus directrices muy acertadas y sus críticas constructivas, sus consejos y palabras de aliento.

A nuestros maestros en general, Gracias por ayudarnos en cada una de las asignaturas, brindándonos sus conocimientos con tanta dedicación, en especial a los profesores: Cinthia Zabala, Niurka Beato, Angel Camacho, Mariela Fermin y especialmente a la profesora Yerlie T, Genao por su apoyo siempre incondicional en horarios que ya no pertenecíamos a sus clases por siempre estar dispuestos a brindarnos su apoyo. A todos los que nos acompañaron en nuestro camino, directa o indirectamente.

***¡MUCHAS GRACIAS!***

## **DEDICATORIAS**

### **A mis abuelos Eva y Julian:**

Papa, sé que desde donde quiera que estés en estos momentos estas orgulloso de la persona que hoy soy. Gracias por apoyarme siempre en todo momento mientras pudiste, quiero agradecerte cada palabra de aliento y cada consejo alentador que me dijiste cuando iba creciendo. Mama gracias por estar aquí siempre apoyándome y alentándome al bien, por tu amor incondicional hacia mí, por creer en mí como nadie en este mundo y siempre cuidar de mí, quiero dedicarles este logro de mi vida, el cual les prometo no será el único Con mucho amor y honrando el hecho de ser su nieta Favorita.

### **A mis Padres:**

Cesar R. Valdez e Ingrid Flores, Papi y Mami, Dicen que la felicidad de los padres esta donde estén sus hijos y lo que estos logran, entonces espero este logro les haga sentirse orgullosos de mí. Si volviera a nacer los elegiría como padres, gracias por su apoyo, confianza plena y absoluta en mis decisiones, gracias por hacerme una mujer fuerte, independiente y con opinión, sus acciones en mi vida construyeron a crear mi personalidad, sus esfuerzo me han traído hasta donde estoy, apenas solo en el comienzo de mis sueños. Mami pocas madres tienen la madera de madre que tienes, nunca tendré como devolverte cada sacrificio que has hecho por mí. Papi tú has sido mi apoyo incondicional, un papa comprensivo y cariñoso mi sustento siempre. ¡Los Amo!

### **A mi Familia Materna y Paterna:**

A mi pequeña hermana Jennifer Valdez, gracias por ayudarme cuando lo necesitado, a los demás miembros de mi familia, que siempre me han apoyado y querido, Tía Rosario, Tío Eduardo y Tío Luis Ney, los amo, son pieza clave en mi vida siempre dedicaron tiempo y mucho esfuerzo en mi educación, en orientarme por el buen camino y apoyarnos a mí y a Jennifer en los momentos que más los necesitábamos, desde pequeña siempre fueron mis padrinos incondicionales, cumpliendo mis deseos de cualquier tipo, los amo, gracias por

siempre estar para nosotras. A mis tías Sandra y Lourdes por su apoyo y amor sincero en toda mi vida. ¡Los Amo!

**A mis amigos:**

A mis amigas de vida Carolyn Tavarez, María Victoria y Scarlett Belliard. Soy una persona afortunada por tenerlas a mi lado, hemos crecido juntas, apoyándonos unas a las otras en situaciones que la vida nos ha puesto pero siempre juntas. Gracias por siempre estar ahí para mí, por su cariño incondicional porque cada una de ustedes posee un papel importante en mi vida, por ser mi paño de lágrimas, mis escudos y mis defensoras y por siempre acompañarme en todos mis retos.

A mis hermanas y madre que la vida me regalo, Ironelis Díaz, Mariela León y Naiomi Payano, ustedes son parte importante de mí, siempre han estado para mí en las buenas y en las malas, siempre me han aconsejado, siempre apoyándome y guiándome, dicen que la genética no es solo lo que prueba el ADN de la vida, porque lazos como el nuestro son más prueba de hermandad que cualquier laboratorio, Gracias por estar en mi vida.

A mis Amigas mujeres emprendedoras y tenaces con determinación y una visión de futuro de Éxito las admiro, Sthepany Ramírez y Luiyina Reyes, mujeres luchadoras y que saben el norte que desean perseguir en la vida, Gracias por su amor y buenos consejos.

A mi amigo que este recorrido me regalo como amistad sincera, Emmanuel Oller, por tu cariño y apoyo, por tu amistad pura y sincera por cada charla tan amena de horas que solíamos tener de la vida.

**A Junior payan:**

Una mis personas favoritas, una persona por la cual siento mucha admiración, un ser humano maravilloso, Juan Santiago Frías, Tío eres un amigo incondicional, por siempre estar ahí para apoyarme por confiar en mí, por tus deseos de verme desarrollarme, por tus palabras alentadoras. Por todo lo que hemos vivido juntos te has convertido en alguien imprescindible en mi vida.

**A mis compañeras de tesis:**

Lisa Amparo y Leoriza Galvez, gracias por afrontar este reto junto a mí, demostraron ser excelentes compañeras, sin planearlos terminamos este recorrido juntas y decidimos terminar esta gran etapa de nuestras vidas juntas, no pude tener mejores compañeras que ustedes.

**A mi querida Jefa, Bielka Castillo:**

Gracias por su apoyo y mentiría todos estos años, por extenderme sus conocimientos y orientarme en el ámbito profesional, por cada una de las oportunidades que me ha brindado, y por todos los consejos que de su parte he recibido, por extender su cariño más allá de lo laboral. Con amor, aprecio y admiración.

¡Muchas Gracias!

**Génesis M. Valdez**

### **A mis padres:**

Por darme las herramientas para enfrentar la vida, por guiarme en cada paso, por cuidarme, por amarme, por enseñarme a volar. A mi padre, Guarionex Galvez de León, por tus enseñanzas y sabiduría, por siempre estar para mí, por ser mi mayor inspiración. A mi madre querida, Olga Lidia Castillo, por apoyarme en mis decisiones, por ser mi soporte, por secar mis lágrimas y velar por mi bienestar, por acompañarme en mis proyectos, por ser una madre maravillosa. Gracias por su amor incondicional.

### **A mi hermano, mi modelo a seguir:**

Enmanuel Galvez Castillo, por ser una fuente de inspiración, por enseñarme lo que es correcto y creer en mí. Gracias por ser el mejor hermano del mundo y mi mejor amigo.

### **A mis hermanas del alma:**

Marleni Reynoso y Estefany Guzman por ser soporte y columna, porque a pesar de tener distintos padres, ustedes demostraron ser mis hermanas.

### **A mi familia paterna y materna:**

En especial a Vicenta Beato Castillo, Damelvis Beato Castillo, Seferina Castillo Quezada, Anderson Ramos Galvez y Magalys Galvez de León, por siempre estar presentes y brindarme su apoyo incondicional. Igualmente, a mis abuelas Leotilde de León Ventura y Ramona Quezada por los abrazos más cálidos y honestos, por mimarme, por depositar su confianza en mí. Gracias a mi abuelo Eduardo Castillo por acogerme y hacerme sentir protegida, y a mi abuelo paterno Eladio Galvez porque en vida fuiste el mejor ejemplo de lo que es un líder, una persona fuerte, un modelo a seguir, un amigo para todos tus nietos, gracias por demostrarme lo que es el amor.

**A mis amigas y compañeras de la vida:**

María Isabel Benítez Peguero y Loisy María Abreu Vargas, por ser mi pañuelo en la tristeza, por ser mi escudo en las adversidades, por convertirse en una gran parte de mí. ¡Gracias amigas!

**A mis compañeras de tesis:**

Génesis Valdez y Lisa Amparo, por compartir esta experiencia conmigo, dedicando todo su esfuerzo y entusiasmo. Por dar lo mejor de ustedes, por ser las mejores compañeras, por enfrentar cada reto y desafío a mi lado.

**A la Lic. Martina Mateo Marte:**

Por demostrarme de lo que yo soy capaz, por ser una inspiración para muchos jóvenes. Gracias por motivarme a dar siempre lo mejor de mí, por ser una excelente maestra, líder, ejemplo y guía.

¡Muchas Gracias!

**Al Lic. Miguel Mercedes:**

Porque aún sin conocerme en persona, decidió apostar por mí. Un hombre ejemplar, digno de admirar, quien brindó su apoyo a una joven con deseos de dejar su marca personal, aquel que desde mi niñez apostó por mi educación, y que hoy en día sigue caminando a mi lado. ¡Gracias!

**Leoriza Galvez**

## **A Dios:**

Por ser mi mejor amigo, mi confidente, mi gran apoyo, mi amuleto de la suerte y mi más grande fuerza. Gracias Dios por estar conmigo a cada paso del camino y por darme la sabiduría requerida para poder cumplir esta meta, gracias Diosito por creer siempre en mí, por perdonarme, por hacerme sentir paz en momentos difíciles, por tu amor tan puro e incondicional, te siento aquí cerquita de mí y sé que me cuidarás. TE AMO.

## **A mi mama: (Mercedes Saviñón)**

Mami, aunque tu cuerpo me dejó a mitad del camino tu presencia siempre estuvo viva en mí, eres el ser más ejemplar que he tenido el placer de conocer, tus valores, tu solidaridad por el prójimo, tus ganas genuinas de servir, ayudar y hacer el bien fueron tan fuertes que aún tienen consecuencias hoy en día, solía decirte que me gustaría ser una pizca de lo que tú eres, y que eso inmediatamente me convertiría en mejor persona, si el mundo algún día aspirara a ser como tú no existiera el mal en absoluto.

Escribo estas palabras con lágrimas en los ojos, pero feliz y llena de emoción al saber lo orgullosa que has de estar de mí, no prometo no causarte dolores de cabeza de vez en cuando, porque nadie es perfecto, pero lo que sí te prometo es que continuare en mi lucha diaria para convertirme en mejor persona y mejor profesional, haciendo lo que me guste y me haga feliz y a la vez aprendiendo de mis errores, para que desde el cielo con orgullo digas: "esa es hija mía" Te extraño de manera inimaginable, extraño tu calor, tus chistes y ocurrencias, extraño decir la palabra "mami" extraño tu olor, tu sonrisa, tu mirada tierna, pura y llena de amor (aunque siento que aún no la he perdido), tu pelo, tu cuerpo, tu todo, pero al mismo tiempo sé que siempre estás conmigo cuando te necesito.

Muchos dirán que qué hago escribiendo todo esto en una simple dedicatoria, pero lo cierto es, que este y todos mis logros van dedicados a ti. Si me pongo a darte las gracias aquí no termino nunca, así que ya está bueno, un "Gracias por todo" no es suficiente para ti mami,

has hecho mucho más que eso. Te amo y continuo a mi lado apoyándome y viendo como cumplo todo lo que me propongo, sé que así será. Prometo no defraudarte.

### **A mi papa: (Plutarco Amparo)**

Héroe, es la palabra que te describe, cuando digo que eres el mejor papa del mundo no lo digo por decirlo, el tipo de persona que eres te convierten en eso, nobleza, honestidad, solidaridad, libre de prejuicios, simpleza son los atributos que te describen, papi.

Si se pudiera medir el amor con un termómetro que llegue de aquí al cielo, el mío se rompería porque el amor que siento por ti sobrepasa los límites en ocasiones hasta de mi misma. Gracias por tus consejos, por tu tiempo, por tus cuidados, gracias por tenerme siempre presente en tu corazón, gracias por quedarte hasta tarde estudiando ejercicios de cálculo y matemática aplicada para poder explicármelos luego porque yo sola en ocasiones no podía, gracias por velar por mi bienestar y comodidad y por siempre estar ahí para mí, y es que mirando atrás no existe una sola vez en la que yo haya solicitado tu ayuda y tú no hayas hecho hasta lo imposible por ayudarme, gracias por ser tú.

Dicen que los hijos son el reflejo de los padres o de lo que estos les enseñan y créeme, aun me falta mucho para estar a tu nivel, pero siempre te miro a ti, hacia arriba como mi ejemplo a seguir, quiero ser como tú.

Felicidades porque mis logros también son los tuyos, y porque siempre van dedicados a ti. Prometo seguir caminando en el camino del bien, descubriendo y experimentando a tu lado y aunque no te prometo que siempre estaremos de acuerdo lo que si te puedo prometer es tomar mis decisiones en base a los valores que en mi has inculcado y con eso dicho, ¿qué puede salir mal? Y si sale mal aprenderé de ello. Una vez más y por muchas veces más, Te amo.

### **A mi abuela del alma querida (Liduvina saviñon)**

Gracias por tu soporte y tu incondicionalidad, por tu amor y cariño, gracias por hacerme sentir protegida, por pensar en mí, por hacerme saber que todo es posible con determinación y deseo.

Más que mi abuela eres una partecita de mi corazón, mi ejemplo a seguir, el hecho de que todo el mundo te quiera y quiera lo mejor para ti no es pura coincidencia, la entrega que tienes con para los tuyos es imposible de ignorar, siempre estás ahí para los que te necesitan y yo no soy la excepción, así que gracias. Puedes contar conmigo para lo que sea sin importar lo que sea ni cuando sea, Te amo.

### **A mi vecina (Paola Yunes):**

Por con cariño siempre brindarme tu mano en momentos decisivos en mi vida, eres de las personas de las que más he aprendido tanto en el ámbito profesional como personal, gracias por siempre estar ahí, eres como mi ángel de la guarda, siempre ahí cuando te necesito. Te quiero mucho.

### **A mi hermano y Hermanas**

Gracias **Roderis** por tu búsqueda constante del bien para mí, por siempre querer verme progresar no solo en profesionalmente sino también como persona, estoy muy agradecida por todo lo que has hecho por mí y por saber que puedo contar contigo siempre, Le pido a Dios que vele por el bienestar de nuestra relación y nos mantenga siempre unidos. Gracias **Jaireny**, gracias por el amor que siempre has brindado no solo a mí, sino que también a los míos que a la vez son los tuyos.

Gracias por estar ahí desde el primer día brindándome tú apoyo y más que toda tu comprensión, el hecho de contar siempre con tu empatía me tranquiliza, siempre estaré agradecida por eso.

**Sussy y Mayi**, gracias por hacerme sentir siempre acompañada y querida, gracias por su amor y por su acogida desde el primer momento. ¡Los amo!

**A mis sobrinos y primos: (Khalil, Liam, Bairon, Yadiel, Jeanmercos, Yael, Jesus Manuel y Valentina)**

Gracias por ser ese rayito de luz que ilumina mis días con sus hallazgos, crecimiento y aprendizaje. Los amo y siempre pueden contar conmigo.

**A mi hermanita Sarhaliz**

Por darme la dicha de formar parte de tu vida y por ser la niña buena y noble que eres, espero que algún día me mires, mires mis logros y veas que si te lo propones todo es posible, pero también que mires mis fracasos y aprendas de los mismos. ¡Te amo!

**A mi prima/ hermana (Crisalby)**

Gracias por estar SIEMPRE hacerme sentir que cuento contigo, gracias por responder todas mis preguntas y por tu opinión la cual para mí es muy valiosa y siempre apreciare. Te amo.

**A mi Prima/ Hermana/ Bestie (Laura)**

Cuando estoy contigo me siento libre de ser yo misma, soy capaz de abrirme sin temor a ser juzgada. Gracias por ser ese respiro de realidad que todos necesitamos, gracias por haberme despejado tantas veces la mente aun sin darte cuenta en momentos de estrés con la Universidad, gracias por amarme, aceptarme tal y como soy, protegerme y comprender cosas que solo tú puedes comprender y es que aparte de ser la misma persona y pensar igual, siempre nos pasan cosas similares que hace que nos entendamos más. Gracias por ser quien eres, y por la fuerza con la que siempre proteges tus ideales y lo que crees correcto, te admiro.

### **A mis hermanas (Noemi, Melany y Edianna)**

Gracias por no apartarse de mi lado en los momentos más difíciles, por su apoyo y por sacar lo mejor de mí siempre. Cuando estoy con ustedes no siento temor a expresarme. Gracias chicas por su comprensión, por sus valores y por ser tal y como son, Las amo.

### **A mis compañeras de tesis:**

Por adentrarse a esta aventura junto a mí, siempre sacando su mejor versión y poniendo todo su esfuerzo y dedicación, somos y seremos siempre un gran equipo.

### **A mis demás familiares y seres queridos:**

Gracias por el apoyo incondicional, palabras de aliento y cariño. **Tía Yani**, gracias por estar siempre pendiente y demostrarme tu amor, por enseñarme a ser más fuerte con tu ejemplo, **Tía Divina** por hacerme sentir protegida y porque detrás de esa imagen tan bella hay una mujer fuerte y luchadora, **Nina Solanger** gracias por mostrarme tu seguridad de que lo lograría sin dudar ni un segundo, por apostar por mí, por tu apoyo, por creer en mí, **Tío Adonis**, gracias por siempre estar ahí para mí y mi papa, por el apoyo incondicional y por tu amor, a **Julissa** gracias por siempre brindarme tu apoyo en momentos difíciles, por tu comprensión, tus consejos, tu cariño, por estar siempre presente y por cuidar de mi hermano. ¡Los amo, Gracias por todo!

**Lisa Lideris Amparo Saviñón.**

## GLOSARIO

- **Acuerdos Internacionales:** Se llama acuerdo al pacto, la alianza o el entendimiento que establecen dos o más partes. Internacional, por su parte, es aquello vinculado con dos o más países o que se relaciona con naciones diferentes de la propia. (Definicion.de)
- **Crecimiento económico:** Es el resultado del incremento de productos y servicios de una nación medido y comparado generalmente contra los resultados de años anteriores de los registros y resultados del PIB. (Economic Tic)
- **Comercio de Servicios:** Se entiende como comercio de servicios a la práctica de comercialización de servicios prestados para satisfacer las necesidades de las personas. (Organizacion Mundial del comercio)
- **Comercio Internacional:** El comercio internacional es aquella actividad económica que se refiere al intercambio de bienes y servicios entre todos los países del mundo. Implica la compra, venta o intercambio de bienes y servicios en diferentes divisas y formas de pago. (Economipedia, 2019)
- **Comercio Bilateral:** Se refiere a la facilitación exclusivamente entre dos países, particularmente, el trueque basado en acuerdos bilaterales entre los gobiernos, y sin el uso de las divisas para el pago de cualquier tipo de actividad económica. (Banco Mext)
- **Competitividad:** Se refiere a la capacidad que tienen los países o las empresas de obtener rentabilidad y capacidad de realizar negocios sólidos logrando retornos positivos, siendo capaces de satisfacer la demanda. (IEBS SCHOOL BUSSINES)

- **Diversificación:** Se denomina diversificación a las estrategias, prácticas o implementación de políticas que realizan los países o las empresas para ingresar nuevas prácticas para dinamizar el comercio. (Definicion.de)
- **Desarrollo económico:** Este concepto define el crecimiento que posee un país, los avances que posee en las diferentes industrias relacionándose a los aspectos cuantitativos de estas. (Gestiopolis.com)
- **Exportación:** Una exportación es básicamente todo bien y/o servicio legítimo que el país productor o emisor (el exportador) envíe como mercancía a un tercero (importador), para su compra o utilización. (Economipedia.com, 2019)
- **Flujos Comerciales:** Los flujos comerciales son la compra y venta de bienes y servicios entre países. Los flujos comerciales miden la Balanza Comercial (exportaciones – importaciones). (DailyFX, 23 mar. 2018)
- **Globalización:** Puede entenderse de forma general como la creciente interdependencia entre países, culturas y sociedades, *La Real Academia de la Lengua (RAE)* define el término como la “tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales. (Finanzas y economía, 2019)
- **Industrias Creativas:** Se denomina a un conjunto productivo muy amplio, que incluye los bienes y servicios que producen las industrias culturales, así como aquellas que dependen de la innovación, haciendo uso de numerosos tipos de investigación y desarrollo de software. (Espacio Visual Europa (EVE) , 2016)
- **Importación:** La importación es una de las prácticas del comercio de bienes o servicios que se origina cuando en un país ingresan legalmente mercancías o servicios para su comercio interno o utilización. (Banco Mext)

- **Servicios:** Los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo" (Richard L. Sandhusen, 2012)
- **Servicios No tradicionales:** Se denomina servicios no tradicionales al desarrollo de prácticas partiendo de habilidades que posee y realiza un profesional, en diferentes áreas y disciplinas como lo son el ámbito artístico, educativo, tecnológico, turístico o de salud entre otros, actividades que no son características en el rango de lo tradicional. (Prochile, 2018)
- **Sector Terciario:** Se denomina sector terciario o de servicios al tercer eslabón de la cadena económica que se dedica a la satisfacción de necesidades óptimas y comerciales o de cualquier naturaleza mediante la prestación de servicios o soporte especializado. (Definicion.de)
- **Industrias emergentes:** Desarrollo de nuevas propuestas de comercio basado en la propiedad intelectual fundamentadas en las tendencias de las necesidades de la actualidad y el futuro, todos los nuevos modelos de negocios son industrias emergentes para el comercio. (Openmind BBVA)
- **Internacionalización de Empresa:**El concepto de internacionalización empresarial es el proceso por el cual las empresas crean las condiciones precisas para salir al mercado internacional. Cada vez hay una mayor tendencia a dirigir la estrategia hacia el exterior y a la deslocalización. (Emprende Pyme, 2018)
- **Indicadores Económicos:** Es un dato estadístico sobre la economía que permite el análisis de la situación y rendimiento económico pasado y presente así como realizar pronósticos para el futuro. Una de las aplicaciones de los indicadores económicos más destacada es el estudio de los ciclos económicos. (Diccionario Forex, 2011)

- **Innovación:** Se refiere a este término asociando a los progresos y avances que pueden presentarse mediante nuevos proyectos modelos de negocios etc. (Camara de Comercio de España)
- **OPIC:** Agencia de los Estados Unidos que apoya a las empresas estadounidenses en materia de inversión en mercados emergentes. Proporciona a las empresas las herramientas necesarias para enfrentar los retos asociados con la inversión extranjera directa. (Overseas Private Investment Corporation)
- **Profesionales:** Este concepto es un calificativo para las personas que ejercen las diferentes carreras y profesiones. (Definicion.de)
- **Propiedad Intelectual:** La propiedad intelectual (PI) es una rama del derecho que busca por una parte fomentar la innovación, la creación y la transferencia tecnológica y por la otra, ordenar los mercados facilitando la toma de decisiones por el público consumidor. (Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI))
- **Panorama Internacional:** Hace referencia a la situación en la actualidad a nivel internacional, las tendencias, los aspectos económicos y sociales de cada país, así como su desempeño y avances tecnológicos. (Camara de Comercio de España)
- **Presencia Comercial:** Representación de los prestadores de servicios exportan la actividad mediante alguna entidad que subcontrata y el servicio es llevado de manera indirecta, un ejemplo de este tipo de prácticas son: Congresos y Ferias tecnológicas donde se imparten charlas y coaching de conocimientos en el extranjero. (SICE-Sistema de Informacion sobre Comercio Exterior)
- **Presencia en el Extranjero:** Representación de los prestadores de servicios son personas físicas y se desplazan a brindar sus servicios en el extranjero, un ejemplo de este tipo de exportación de servicios son las personas que se dedican a las

conferencias de motivación personal o salud. (SICE- Sistema de Informacion sobre Comercio Exterior)

- **Relaciones comerciales:** Una relación comercial es aquella en donde se lleva a cabo alguno tipo de actividad comercial entre dos o más partes. (SICE- Sistema de Informacion sobre Comercio Exterior)
- **Subcontratación:** Se refiere a la práctica comercial se contratar terceros para completar actividades fuera de la empresa o país. (Banco Mext)
- **Tendencias:** Se refiere a las direcciones que toman las cosas, los cambios en preferencias que poseen las personas. (Definicion.de)

## SIGLAS O ACRÓNIMOS MENCIONADOS

En lo siguiente se desglosarán las distintas siglas y acrónimos utilizados durante el desarrollo del estudio para garantizar el conocimiento previo de estas a la hora de leer el texto.

- ADTS: Asociación dominicana de Turismo de salud
- ADOEXPO: Asociación Dominicana de Exportadores
- APEC: Acción pro educación y cultura
- ALES: Asociación Latinoamericana de exportadores de servicios
- ALADI: Asociación Latinoamericana de integración
- BID: Banco intermediario de desarrollo
- CEI-RD: *Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana*
- DR-CAFTA: Acuerdo de Libre Comercio entre la República Dominicana, Estados Unidos y Centroamérica
- DGA: Dirección General de Aduanas
- END: Estrategia Nacional de desarrollo
- GATS o AGTS: Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
- AGCS (en inglés): General Agreement on Trade in Services
- INFOTEP: Instituto Nacional de Formación Técnico Profesional
- ISM: Instituto de Gerencia y Abastecimiento
- KPMG: Global Technology Innovation Report
- MICM: Ministerio de Industria, comercio y Mypimes
- MESCYT: Ministerio de Educación Superior, Ciencia y Tecnología.
- NASBA: Asociación Nacional de Juntas Estatales de Contabilidad
- ONE: Oficina Nacional de estadística
- OMC: Organización Mundial del Comercio
- OPIC: Overseas Private Investment Corporation,
- PYMES: Pequeñas o mediana empresa
- PIB: Producto interno Bruto

Considerando la norma de la Fundéu (2011) expresa que “cuando los acrónimos utilizados se traten de nombres propios con más de cuatro letras, se escriba en mayúscula solo la inicial, dejando el resto de las letras en minúscula. Si tienen cuatro letras o menos, se escribirán todas en mayúscula”.

## **INTRODUCCION**

El presente trabajo de Investigación trata del Análisis del comportamiento y oportunidades de negocios en las exportaciones de Servicios no tradicionales desde República Dominicana a los Estados Unidos en el periodo 2016-2019. En el mismo está fundamentado el desarrollo, crecimiento de los servicios no tradicionales debido a que en actualidad existe el convencimiento de que los servicios son el pilar fundamental del presente y del futuro de la internacionalización de las economías, especialmente las que están en vía de desarrollo. El sector de los servicios no tradicionales se basa en el desarrollo, explotación y transmisión de habilidades ya sea a nivel local o internacionalizando las propuestas.

De acuerdo con el concepto anterior, se denomina exportación de servicios no tradicionales a la acción realizada por los profesionales de las distintas áreas que entran en el rango de los denominados servicios no tradicionales tales como: las industrias creativas dimensionadas u orientadas a los profesionales del arte, las industrias de la tecnología, desarrolladas por los profesionales de las distintas ramas de la tecnología; La industria de los negocios esta podría ser la más amplia porque en el ámbito de los negocios pueden entrar los profesionales de distintas ramas orientas a la realización de habilidades con un fin comercial.

La importancia de ser competitivos y de satisfacer las necesidades del mercado, brindando servicios con mayor calidad y menores costos que otras propuestas, es precisamente lo que impulsa la realización del presente estudio sobre las exportaciones de servicios no tradicionales. Por cuestiones de tiempo se limita la amplitud de la presente investigación al desarrollo de las informaciones de manera general sobre las ramas de los servicios no tradicionales, describiendo los orígenes, desarrollo, comportamiento y oportunidades de negocios de los servicios no tradicionales para realizar la práctica de exportaciones de servicios no tradicionales desde República Dominicana a Estados Unidos.

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La Presente propuesta pretende describir la competitividad de prácticas de exportaciones de servicios no tradicionales, que se han originado en los últimos años en el periodo estudiado desde República Dominicana a los Estados Unidos, de igual forma busca describir las oportunidades negocio que posee este subsector económico.

La investigación tiene como objetivo general Analizar el comportamiento y las oportunidades de negocio de las exportaciones de servicios no tradicionales hacia los Estados Unidos, Periodo 2016-2019. Se plantea que este sea alcanzado mediante la satisfacción de los siguientes objetivos específicos:

- Identificar los orígenes y las características generales de los Servicios no tradicionales.
- Analizar el panorama internacional de los servicios no tradicionales.
- Determinar los retos de las exportaciones de Servicios no tradicionales desde República Dominicana.
- Describir las relaciones comerciales entre República Dominicana y Estados Unidos.
- Evaluar el desarrollo y evolución del comportamiento de las exportaciones de Servicios no tradicionales desde República Dominicana a los Estados Unidos.
- Identificar las Oportunidades de Negocios que posee República Dominicana en las exportaciones de Servicios no Tradicionales.

La investigación está compuesta por cinco capítulos. El capítulo I donde se describen las generalidades de los Servicios no tradicionales, sus orígenes, algunos tipos de servicios no tradicionales, su crecimiento y desarrollo en el periodo estudiado en República Dominicana.

En cuanto al capítulo II, describe las exportaciones de servicios no tradicionales, así como sus orígenes y evolución, el origen y desarrollo de las importaciones de servicios no tradicionales de los Estados Unidos, analizan y muestra las características del panorama

internacional de las exportaciones de servicios no tradicionales, también analiza la competitividad externa de las exportaciones de servicios no tradicionales.

Por otro lado, el capítulo III, documenta las Relaciones Comerciales de República Dominicana y Estados Unidos, describe aspectos generales de ambos países, datos económicos y las características del comercio bilateral entre ambos países, Desarrollo y evolución, se mencionan datos estadísticos y gráficos que demuestran los términos de las negociaciones entre ambos países.

En el capítulo IV, describen los Aspectos claves del comportamiento y desarrollo de los servicios no tradicionales, datos estadísticos, índice de exportaciones no tradicionales desde República Dominicana, listado de Servicios no tradicionales exportados, datos comprendidos en el periodo estudiado.

Para Finalizar el Capítulo V, donde se presentan los datos para sustentar el análisis, conclusiones y recomendaciones sobre el Comportamiento de las Exportaciones de Servicios no Tradicionales, mejoras y oportunidades de negocio que se pueden implementar para el crecimiento de las exportaciones de servicios desde República Dominicana, Está compuesto por diferentes herramientas de muestreo, entrevistas, encuestas para sustentar la opinión final de la investigación, mejoras y oportunidades.

# **CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES DE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES**

## **1.1 Servicios**

Para Richard L. Sandhusen, "los servicios son actividades, beneficios o satisfacciones que se ofrecen en renta o a la venta, y que son esencialmente intangibles y no dan como resultado la propiedad de algo" (n/a, 2012)

Se denomina servicios no tradicionales al desarrollo de prácticas partiendo de habilidades que posee y realiza un profesional, en diferentes áreas y disciplinas como lo son el ámbito artístico, educativo, tecnológico, turístico o de salud entre otros, actividades que no son características en el rango de lo tradicional. Ejemplo de dichas prácticas no tradicionales sería un profesional docente que imparta sus servicios de educación a universidades extranjeras a través de videoconferencias, o un diseñador que exporte sus conocimientos artísticos así como sus diseños a empresas de modas extranjeras de manera directa, sin pertenecer a una institución en sí.

Los servicios no tradicionales permiten los profesionales de cualquier área poder dar a conocer su obra y los resultados de la misma en el mercado foráneo y de esta manera poder evolucionar hacia el ámbito global.

### **1.1.1 Origen de los servicios no tradicionales**

La historia de los servicios no tradicionales se remonta a épocas antes de Cristo AC, puesto que desde la prehistoria las personas brindaban servicios como la traducción e interpretación de textos bíblicos, así como también la elaboración de pinturas y esculturas, con el propósito

de obtener algún beneficio, así sea ofreciendo otro servicio a cambio, intercambiando piedras preciosas o alimentos en sí, entre otros. A lo largo del tiempo los servicios no tradicionales comenzaron a tener mayor importancia e influencia en las civilizaciones, puesto que las personas sentían la necesidad de aprender sobre números, letras y símbolos, a todo esto surgen los educadores, quienes se encargaban de enseñar a los pueblos sobre cálculos comerciales, interpretaciones de textos, entre otros.

A lo largo de la historia surgieron nuevas necesidades, y con ello la implementación de nuevos servicios, como es el caso de los servicios de barbería. Las personas que recibían el nombre de barberos, eran aquellas que trabajaban con cuestiones medicinales, es decir, preparar remedios caseros para heridas, colocar vendajes a las personas, así como también amputar, además de cortar el cabello, entre otras actividades. (Beard Company, 2016)

En otro aspecto, según lo planteado por Gonzalo León, en su reporte *Un poco de historia de los traductores profesionales (2016)*, la tarea de traducir comenzó siendo un oficio de príncipes y de sabios, que luego estuvo vinculado con la religión. Tomar conceptos de filosofía y traducirlos al latín resultaba extraño para la mayoría. Sin embargo, la necesidad de interpretación y comprensión resultó un factor incidente en el comportamiento de algunas personas, quienes optaron por desarrollar los servicios de traducciones, así como es el caso de la biblia, cuando el papa Dámaso I le encomendó a Jerónimo de Estridón en el año 382 la traducción de la misma al latín.

Uno de los servicios no tradicionales que ha tenido gran influencia en la sociedad es el de diseños de gráficos e ilustraciones. Muchos expertos consideran que el arte rupestre es una muestra viva del diseño gráfico, de manera que atribuyen su origen al mismo. Sin embargo,

otros especialistas consideran que el diseño gráfico surge con el nacimiento de la imprenta, mientras que otros aseguran que el origen del mismo se sitúa en la época de la revolución industrial. (Barber, 2016)

### 1.1.2 Características generales de los Servicios no Tradicionales

Los servicios no tradicionales están compuestos por características que lo identifican como tal, dentro de estas se pueden mencionar las siguientes:

- La **heterogeneidad** debido a que a diferencia de los bienes estos no están tan tipificados o estandarizados y es que, los resultados de los servicios de quien lo presta y qué necesidad tenga quien lo reciba o requiera del mismo cambiara el fruto o efecto del servicio.
- El hecho de que los servicios presentan una característica **intangibles** es de los primeros aspectos que se dan a relucir, ya que estos no pueden ser palpables, olfateados, vistos, escuchados, o degustados y es que, estos son el resultado de llevar a cabo una actividad, por lo general son los que generan mayor incertidumbre , debido a que como los consumidores del servicio no tienen una idea de lo que puede ser el “producto terminado” trae como consecuencia el desconocimiento del grado de satisfacción que puedan adquirir.
- **Inseparabilidad:** Los bienes se producen, se venden y luego se consumen. En cambio, los *servicios* con frecuencia se producen, venden y consumen al mismo tiempo, en otras palabras, su producción y consumo son *actividades inseparables*. (Thompson, 2006)

- **Caducidad:** Si no se vende, se pierde. Los servicios no pueden almacenarse en un inventario, esperando que los clientes aparezcan. La caducidad es un rasgo también de algunos productos, pero en el caso de los servicios, es inmediata ya que no es posible acumularlos. Si no se usa cuando está disponible, la capacidad del servicio se pierde (ejemplo: habitaciones de hotel sin turistas, peluqueros sin clientes, taxis vacías). El mayor problema son las fluctuaciones de la demanda. El desafío será realizar ajustes para equilibrar la oferta y la demanda. (Osés, 2016)

Estas peculiaridades facilitaran la distinción de componentes indispensables a la hora de impartir in buen servicio que cumplan con las características y metas de la institución.

### **1.1.3 Algunos tipos de servicios no tradicionales**

Los servicios no tradicionales cuentan con una clasificación que hace más fácil la distinción de los mismos, con el fin de agilizar el proceso de desarrollo del servicio, los servicios no tradicionales comprenden una gama amplia de sub-derivados que van surgiendo dependiendo de su tipificación y finalidad, algunos de los servicios no tradicionales que se pueden mencionar están:

- ❖ **Las industrias creativas o modernas** derivadas al arte y el modelo profesional de acciones empíricas tales como los diseñadores de moda de interior, paisajismo, estilistas, arquitectos, etc,

- ❖ **Industria tecnológica** que comprende al surgimiento de nuevas ideas de tecnología que desarrolla esos profesionales expertos y especialistas en materias específicas de esta área.
  
- ❖ **Profesionales pertenecientes al sector empresarial o de negocios** como lo son las aseguradoras, corredores de bolsa, consultores de materias de negocios, maestros, entre otros.
  
- ❖ **Turismo de salud**, es el tipo de servicios no tradicional el cual consiste en la movilidad de personas a otro país para recibir algún tipo de tratamiento o atención médica.
  
- ❖ **Industria de educación** es el tipo de servicio que exporta los conocimientos del docente y sus métodos docentes.

## **1.2 Retos de los servicios no tradicionales en República Dominicana**

El desarrollo, crecimiento y avance que presenten los servicios no tradicionales en la República Dominicana ira de la mano con la:

- Doble tributación
  
- Acceder al beneficio de la Ley de Impuesto a la Renta para imputar como crédito los impuestos directos pagados en el exterior.

- Falta de apoyos económicos para que se desarrollen nuevos proyectos de este tipo de sector, no existen actualmente en nuestro país programas de financiamiento para desarrollo de propuestas de exportación de servicios no tradicionales en nuestro país.
- La República Dominicana no cuenta con algún tipo de incentivos a las carreras o técnicos que estén relacionadas a los servicios no tradicionales.
- Aunque existen Instituciones como CEI-RD, Consejo Nacional de Competitividad, los diferentes programas que implementan el Ministerio de Industria y Comercio y sus Cámaras de comercio, aún falta ese enfoque que oriente a los servicios no tradicionales.
- Carencia en el fortalecimiento e incentivo fiscales a las diferentes industrias que corresponden al sector de los servicios no tradicionales, un ejemplo de apoyo y desarrollo a industrias de servicios no tradicionales que se debe destacar es la promulgación de la ley de Cine. El país no cuenta con una plataforma electrónica que contenga información sobre la regulación y los procedimientos para la exportación de servicios, así como los mecanismos de apoyo y promoción de este sector.
- Falta de un marco legal que regule el trabajo y exportación de los profesionales del área

### **1.3 Marco legal de los servicios**

Los servicios como tal no poseen una ley que los resguarde directamente, sin embargo existe el denominado “Acuerdo General Sobre el comercio del servicio”

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) es el primer acuerdo comercial multilateral que abarca el comercio de servicios. Su elaboración fue uno de los principales logros de la Ronda Uruguay de negociaciones comerciales, que tuvo lugar de 1986 a 1993. Había transcurrido casi medio siglo desde la entrada en vigor del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) de 1947, que es su equivalente para el comercio de mercancías. (OMC, 2020)

El AGCS tiene por objeto contribuir a la expansión del comercio “en condiciones de transparencia y de liberalización progresiva y como medio de promover el crecimiento económico de todos los interlocutores comerciales y el desarrollo de los países en desarrollo”. Por consiguiente, la expansión del comercio no se considera un fin en sí, como alegan algunas voces críticas, sino como un instrumento para promover el crecimiento y el desarrollo. Las referencias explícitas que se hacen en el preámbulo al objetivo de aumentar la participación de los países en desarrollo en el comercio de servicios y a la especial situación económica y las necesidades en materia de desarrollo, comercio y finanzas de los países menos adelantados refuerzan aún más el vínculo con el desarrollo.

La contribución del AGCS al comercio mundial de servicios se sustenta en dos pilares principales: a) asegurar el aumento de la transparencia y previsibilidad de las normas y reglamentos pertinentes, y b) promover la liberalización progresiva a través de rondas

sucesivas de negociaciones. En el marco del Acuerdo, este último concepto equivale a mejorar el acceso a los mercados y extender el trato nacional a los servicios y proveedores de servicios extranjeros en un número creciente de sectores. Sin embargo, ese concepto no entraña una desreglamentación; por el contrario, el Acuerdo reconoce explícitamente el derecho de los gobiernos a reglamentar, y a establecer nuevas reglamentaciones, con el fin de atender a los objetivos de su política nacional y la especial necesidad de los países en desarrollo de ejercer este derecho. (OMC, 2020)

Ciertamente la creación del AGCS ha contribuido de manera significativa al desarrollo de los servicios, pero no reemplaza la protección y ventajas que estaría ofreciendo una Ley lo que de alguna forma ha puesto en peligro de cierta forma la exportación de los profesionales enfocado en los servicios no tradicionales.

#### **1.4 Crecimiento/desarrollo de los servicios no tradicionales en República Dominicana**

República dominicana cuenta con una oferta exportable de servicios no tradicionales que a través de los años ha presentado grandes avances de manera trascendental, a través de la tecnología de información y la adquisición de nuevos conocimientos el país se ha permitido lograr explotar más estas áreas del servicio

##### **Industrias creativas**

República Dominicana ha presentado progresos por parte de las industrias creativas a través del cine, tanto los actores como producciones dominicanas han logrado llegar al consumidor

extranjero y es uno de los tipos de servicio no tradicionales que ha mostrado mayor auge en el mercado dominicano.

Según un artículo de José Rafael Sosa La directora ejecutiva de la Dirección General de Cine proclamó que el cine dominicano ya es una marca internacional reconocida por decenas de premios y lauros y adelantó que no está lejano el tiempo en que pueda el país tener una película en el Festival de Cine de Cannes. (Sosa, 2018)

La asistencia a festivales internacionales como el de Marche du Film de Cannes del 2018 y el festival de cine Iberoamericano de Huelva 2018 en donde cineastas dominicanos reafirmaron su crecimiento y desarrollo.

El destacado cineasta dominicano José María Cabral logró un acuerdo de venta internacional para su nuevo filme, en fase de posproducción, El Proyeccionista, de la mano de la compañía alemana Media Luna Films.

Por su parte, la directora y productora dominicana Dilia Pacheco logró cerrar varios acuerdos de coproducción con países latinoamericanos y Rumanía. Uno de ellos es Vlad, la primera coproducción rumano-dominicana, basada en un tratamiento de Pacheco sobre la vida del histórico personaje rumano Vlad, el Empalador. Así también, Patria, una serie panregional que engloba a República Dominicana, Cuba, Chile, Perú, Brasil y Colombia, con PMS Productions, compañía productora de Dilia Pacheco, como principal ejecutivo, una serie de diez capítulos, de una hora cada uno, realizados con un director latino diferente,

cuenta la historia de un poderoso general que decide limpiar su propio país combatiendo la corrupción y el narcotráfico de manera clandestina.

Los cineastas dominicanos Andrés Farías y Pablo Lozano realizaron un sesiones de trabajo de su proyecto Candela, de la mano del programa internacional La Fabrique des Cinémas du Monde, desarrollado por el Institut Français.

El largometraje En tu Piel, dirigido por Matías Bize y producido por Larimar Films, se proyectó en el Festival de Cannes, como parte de su estrategia de ventas internacionales. (Sosa, 2018)

Cabe destacar que las facilidades que nos genera el mundo tecnológico han permitido que el avance de los servicios de industrias creativas de la República Dominicana sea más destacados a nivel internacional, emergiendo así la explotación de sectores como redes sociales, las cuales han creado un desarrollo notable. La monetización del uso de estas actividades de plataformas digitales como Youtube, Instagram y demás redes sociales, han logrado impactar de manera positiva a jóvenes dominicanos que través de las mismas logran desarrollar e impulsar marcas, creando un comercio en el mundo creativo.

República Dominicana posee casos particulares de monetización con resultados positivos del manejo y uso de redes sociales. La famosa Youtuber Dominicana Yarissa Reyes, conocida como Yarisart, cuenta con más de 2 millones de suscriptores en su plataforma de la red social, ha logrado colaboraciones internacionales con marcas como: Sugar Bear Hair o Nicole Lee, entre otras, lo que ha permitido darse a conocer en la industria internacional.

Otro caso de profesionales de la industria creativa de redes sociales es Glency Feliz, influencer, Fashion Blogger, Youtuber, una joven Dominicana destacada en redes sociales que ha desarrollado su marca personal, conjunto con un equipo de profesionales que trabajan para desarrollar un proyecto de entretenimiento y marketing en redes sociales, desarrollando contenido de belleza, moda, cuidado personal y crecimiento emocional, su posición de ser reconocida a nivel internacional ha logrado su impacto en esta industria, permitiéndole fortalecer relaciones comerciales con múltiples marcas a nivel internacional, logrando exportar sus servicios en distintos mercados.

### **Servicios educativos**

La globalización ha fomentado el deseo de adquirir conocimientos de profesionales más cualificados para expandir la variedad de la educación algunas instituciones educativas como institutos, Escuelas o universidades han implementado la docencia en otros niveles en clases, conferencias, talleres e incluso postgrados online a través de video llamadas y plataformas de educación online, donde profesionales docentes pueden impartir sus cátedras alrededor de todo el mundo.

El profesor Mauricio Dimant Impartió la materia de “Análisis de Oportunidades de Negocios de Asia, África y Medio Oriente” en el año 2019 de manera virtual a través de conferencias de video llamada desde Jerusalén a los estudiantes de la Universidad APEC.

### **Tecnología**

La innovación tecnológica en República Dominicana no ha tenido el crecimiento esperado en los últimos año, los avances tecnológicos del país no van más allá del alcance de los

mismo, es decir, si ha presentado un incremento en cuanto a las zonas en donde es accesible el internet, así como su cobertura a llegado alcanzar rangos más altos, pero en cuando a innovación e ideologías no se ha logrado obtener los avances esperados.

Según Danielis Fermín, de un artículo ‘‘Del Dinero’’ El 2019 fue declarado por el Gobierno dominicano como el ‘‘Año de la Innovación y Competitividad’’, mediante el Decreto 453-18, con el objetivo de facilitar el comercio, simplificar las regulaciones, optimizar y transformar los procesos productivos.

Sin embargo, República Dominicana necesita un marco regulatorio ‘‘robusto’’ para desarrollar la competitividad y la innovación, según Miguel Coronado Hunter, representante del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) en el país, quien aseguró que la ‘‘inversión que se está haciendo es mínima, desde el punto de vista de las empresas, en innovación e investigación’’. (Fermin, 2019)

Según ‘‘El Microscopio global de 2019 El entorno propicio para la inclusión financiera’’ República Dominicana ocupa el puesto 22 en los resultados generales del informe realizado en el 2019, ‘‘Los países que tienen una estrategia digital clara son los que han quedado mejor en el índice’’, argumentó Arias Hofman. (Fermin, 2019)

### **Turismo de salud**

El turismo de salud consiste en el viaje a otro territorio en búsqueda de atención médica.

Este tipo de servicio es el que más crecimiento ha traído al país, según el Artículo del Dinero el turismo de salud aportó a República Dominicana US\$265.1 millones en 2018. (Corcino, 2019)

Este es un servicio denominado ya como interés nacional por los países, el gran crecimiento que el turismo de salud ha presentado de manera global ha llevado como consecuencia la generación de más de 100 mil millones de dólares alrededor de todo el mundo.

Según la asociación de turismo de la salud el turismo de bienestar mundial genera 563 mil millones de dólares anuales, tiene un 20% de aumento cada año, 2.5% de los viajes por avión son causa del turismo de salud y 60 países y lo han declarado de interés nacional (Asociación Dominicana del turismo de la salud , 2020)

El presidente de la Asociación Dominicana de Turismo de Salud, Alejandro Cambiaso, dijo que el país se encuentra en el ranking número cinco dentro de los 40 países con mayor potencial para el desarrollo de ese tipo de turismo en el año 2018 (Asociación Dominicana del turismo de la salud , 2020).

Aunque el turismo de salud en la República Dominicana tuvo grandes avances a lo largo del año 2019 hay varias adversidades que el mismo debe de afrontar para seguir incentivando el crecimiento en este sector, dentro de los retos que se deben sobrepasar están:

- La clínicas quirúrgicas no habilitados
- Infecciones como consecuencias a negligencia por parte de la atención medica
- Personas sin licencia médica laborando en el campo de la salud
- ETC

Todos estos traen consecuencias complicaciones que ponen en riesgo la vida del paciente y son obstáculos que deben de sobrepasarse con fin de no afectar la marca país en cuanto a servicios de la salud.

“En el 2020 se espera que continúen acreditándose internacionalmente más centro de salud, acuerdos con entidades centroamericanas y del Caribe y lazos de colaboración aún más fuertes con las embajadas de Estados Unidos y Canadá, principales emisores de turistas para nuestro país. También la asociación continuará creando más alianzas, en particular con los dominicanos ausentes y programas de intercambios de conocimientos y nuevas inversiones”, finaliza la explicación de la ADTS (Asociación Dominicana del turismo de la salud , 2020)

## **CAPÍTULO II. ORIGENES DE LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS NO TRADICIONALES.**

### **2.1 Exportaciones de Servicios No Tradicionales.**

En la actualidad la tendencia por la busca de nuevas opciones de oferta exportable, da paso a nuevas alternativas emergentes de comercio en bienes y servicios. Según expertos en economía y desarrollo.

Las exportaciones de servicios no tradicionales comenzaron en los años 70, y desde entonces han desempeñado una gran fuente de crecimiento no solo para los países latinoamericanos, sino también para todos los países a nivel mundial, cada uno de los productos de exportación no tradicional ha contribuido bastante para el aumento de las exportaciones totales.

Las exportaciones de servicios han presentado una tendencia de crecimiento más dinámica que las exportaciones de bienes en los últimos 5 años. Para el año 2016, mientras las exportaciones de bienes decrecieron un 2.7%, las exportaciones de servicios lograron crecer un 0.4%. En el año 2015, a pesar que hubo una caída general en todas las exportaciones a nivel mundial, las exportaciones de servicios disminuyeron en una proporción menor (-5.7%) a la brusca caída que se reflejó en las exportaciones de bienes (-13.0%). (Dirección de Inteligencia, CEI RD , 2017).

Los denominados Servicios no Tradicionales, incluyen disciplinas como, Asesorías, Tecnología de la información, Telecomunicaciones, Administración de Empresas, Servicios

de Ingeniería y Arquitectura, Audiovisuales, Legales, entre otros. De igual modo que sucede con la producción de bienes físicos, los servicios se han beneficiado de las ganancias de productividad obtenidas a través de cadenas globales de valor. La tecnología ha permitido que una actividad de servicios sea fragmentada en diferentes localizaciones geográficas; su productividad aumenta gracias a la especialización o a economías de escala.

## **2.2 Origen y de Desarrollo de las exportaciones de Servicios no tradicionales en República Dominicana**

Las exportaciones de servicios siempre han quedado rezagadas en los análisis de comercio internacional. En gran medida esto se ha debido a la dificultad que tienen los países de medir y computar las estadísticas vinculadas a este sector; sin embargo, es indiscutible la enorme importancia que tiene para las economías en la actualidad, en especial para aquellas donde el componente servicios representa la principal actividad económica en sus cuentas nacionales, como es el caso de República Dominicana. (CEI-RD, 2017).

República dominicana con una visión de aumentar y expandir su oferta exportable como país y poder trascender con los años para poder sobrellevar el desarrollo de la globalización y la transformación del mundo actual de los negocios. Incursiona en el mundo de las exportaciones de servicios, a raíz de la demanda generada en los países desarrollados y las grandes industrias pertenecientes a estas economías, que buscan alternativas de reducción de costos, inversión en el extranjero, internacionalización y diversificación de recursos para fortalecer el desarrollo mundial de los servicios ofrecidos y lograr el gran alcance de ser

internacionales, efectivos y competitivos. Las exportaciones de servicios no tradicionales nacen también de las necesidades que posee la economía de valoración y desarrollo de las áreas profesionales a nivel nacional en el desenvolvimiento de estas labores.

Estudios e informes realizados por organismos e instituciones que trabajan para el fomento medición y desarrollo de las industrias, demuestran que República Dominicana es un país neto exportador de servicios, para el año 2016 el saldo de la balanza de servicios fue de US\$ 1,382.6 millones. Mientras las exportaciones de servicios sumaron US\$ 2,213 millones, las importaciones fueron de US\$ 830.4 millones, (CEI-RD, 2017). Aunque estos ingresos principalmente provienen de la explotación de la industria de los servicios tradicionales, los no tradicionales cumplen su cuota de desarrollo y aporte para las cifras.

Uno de los factores que ha fortalecido el desarrollo del sector de los servicios no tradicionales en la República Dominicana, la cual se destaca como uno de los principales países destinos dentro de la región de Centroamérica y el Caribe, es la Inversión extranjera. Estas características que la hacen foco no solo por su ubicación geográfica privilegiada, sino por los diferentes instrumentos que el gobierno ha creado para mejorar el clima de y aceptación internacional del país.

En los últimos años las inversiones se han centrado en el desarrollo de las empresas transnacionales sin locación, las cuales se asientan en nuestros recursos humanos por cuestiones accesibilidad, condiciones y costos que aumentan la propuesta de valor de obtener un Recurso profesional calificado para realizar labores en el extranjero como los denominados Call Center.

Según datos tomados del informe del Banco Central, República Dominicana se alcanzó para el 2017 un 62.7% participación del servicios en el PIB, demostrando que este sector económico en desarrollo cada vez realiza más aportes a la economía de nuestro país. Datos relevantes como estos llevaron al gobierno a tomar acciones como, EL decreto 437-17 en el cual fue declarado el 2018 como el Año del Fomento de las Exportaciones, con el mandato de la Ley 1-12, de la Estrategia Nacional de Desarrollo 2030 (END), que establece como una prioridad para el Gobierno fomentar políticas orientadas a identificar y promocionar sectores estratégicos y nuevos mercados para incrementar las exportaciones y captar inversión extranjera, el país se ve en la necesidad de estructurar e implementar acciones coordinadas, enfocadas en explotar al máximo el acceso a los mercados de nuestros mayores socios comerciales.

En ese sentido, el sector servicios se ha tomado en cuenta, de forma que éste pudiera ser fortalecido y potencializado, a través de un levantamiento de los actores involucrados y la coordinación de las actividades que integran el ecosistema en que se oferta los servicios a nivel global. El objetivo es promover líneas de acción orientadas a identificar la viabilidad del crecimiento de las exportaciones de servicios a los mercados en los cuales nuestro país pueda tener potenciales ventajas comparativas. (Marcelo Zalazar e Ileana Rosario, 2018)

Con miras al desarrollo es entonces que los profesionales particulares y las empresas Dominicanas han optado por internacionalizar sus servicios profesionales y extender las habilidades de las diferentes ramas que conforman el Sub sector de los servicios No

tradicionales como lo son: las industrias creativas, de tecnología, negocios entre otras áreas que lo conforman.

### **2.3 Origen de las importaciones Servicios no tradicionales en Estados Unidos.**

Estados Unidos cada vez más reduce sus barreras comerciales y se ha coordinado con otros en el sistema económico global. Estados Unidos es el mayor importador del mundo y el segundo mayor exportador de bienes, así como también el mayor importador y exportador de servicios comerciales.

Para el 2016 estados unidos importo unos US\$503,053.00 millones, y para el 2017 unos US\$516,018 de servicios tradicionales y no tradicionales, desde Servicios financieros, servicios de seguros, servicios de información y tecnología, servicios de progreso y educación superior, todos incluidos en el rango de los servicios no tradicionales. (Banco Santander, 2019).

Las prácticas de comercio internacional conlleva la actividad de intercambios entre los diferentes países. Donde las ganancias derivadas del comercio son las protagonistas de fomentar el desarrollo de la economía. Los países tienden a especializarse en determinadas áreas y a intercambiar voluntariamente lo que producen por lo que necesitan, estas son las causas por la que una nación como Estados Unidos importa Servicios, aspectos económicos que facilitan la captación de los recursos, utilizar mano de obra y otros servicios igualmente

calificados, fomenta el desarrollo y el fin lucrativo de los negocios, reduciendo costos y poniendo en práctica estrategias que sean efectivas para mantenerse actualizados.

En el sector de servicios, se han identificado oportunidades comerciales en la línea de software, editoriales, centros de contacto y franquicia, industrias creativas y emergentes. Con respecto a línea de software, las empresas internacionales de la industria han mostrado un gran interés en el mercado de Estados Unidos debido a sus fuertes leyes de derechos de propiedad intelectual y de cumplimiento. Por el lado del sector de editoriales, la tendencia está marcada por la aparición de los e-books. La cantidad de lectores de e-books de 16 años o más pasó de 16% en 2016 a 23% en 2017, mientras que quienes leen libros tradicionales en papel pasaron del 72 al 67% el año pasado. Los centros de contacto en el mercado americano, son utilizados para realizar cobranzas, encuestas e investigaciones de mercado. Esta línea genera empleo entre 2,5 y 6,5 millones de personas. Por su parte, la franquicia es una estrategia operativa común en Estados Unidos. Tanto las empresas locales como internacionales utilizan esta modalidad de operación para expandir sus marcas en todo el país. (Euromonitor, 2016)

## **2.4 Panorama Internacional de las exportaciones de Servicios no tradicionales.**

Con miras a la expansión e internacionalización de la facultad que poseen las personas o las empresas prestadoras de servicios se realizan las exportaciones de servicios no tradicionales las cuales contribuyen a la dinamización de las economías. El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios especifica que existen 4 Rublos principales de suministros de

servicios que se pueden definir como practica de exportación de servicios, estos consisten en:

Suministro Transfronterizo: se presenta cuando viaja el tipo de servicio prestado y no su proveedor en estos casos exportadores, un ejemplo de ese tipo de prácticas son: tutorías de idioma online.

Consumo en el Extranjero: se presenta cuando los consumidores finales se desplazan a suelo extranjero a consumir los servicios prestados, ejemplo de ese tipo de prácticas son: turismo médico, las personas emigran a otros lugares para realizarse procedimientos médicos, estéticos o dentales.

Presencia Comercial: se presenta en los casos que los prestadores de servicios exportan la actividad mediante alguna entidad que subcontrata y el servicio es llevado de manera indirecta, un ejemplo de este tipo de prácticas son: Congresos y Ferias tecnológicas donde se imparten charlas y coaching de conocimientos en el extranjero.

Presencia en el extranjero: se presenta cuando los prestadores de servicios son personas físicas y se desplazan a brindar sus servicios en el extranjero, un ejemplo de este tipo de exportación de servicios son las personas que se dedican a las conferencias de motivación personal o salud.

El objetivo del Acuerdo General sobre comercio de servicios o como es conocido por sus siglas en ingles GATS, desarrollar y fortalecer las buenas prácticas de comercio de servicios

a nivel internacional, su disposición es que tipo de comercio respete las normas y criterios y las exportaciones de servicios sean transparentes y reguladas para el beneficio de todos los miembros.

Los servicios no tradicionales cada vez son más aprovechados y reconocidos en la oferta exportable de los países, se tratan de alternativas de emprendurismo, alternativas de costos para las prácticas de las diferentes prestaciones de servicios y alternativas de desarrollo e internacionalización y traspaso de conocimiento.

Los servicios ya constituyen la mayor parte de prácticamente todas las economías del mundo y predominan en los flujos comerciales. El sector de servicios se ha vuelto central en la economía moderna, en razón de nuevos modelos de negocios y de nuevas tecnologías de producción y de gestión, los bienes y servicios se tornaron altamente interdependientes, por lo que ya perdió sentido la supuesta dicotomía entre comercio de bienes y de servicios. Los modelos de negocio de servicios suelen ser mucho más sofisticados y dinámicos que los de bienes.

Las empresas que se dedican a desarrollar como actividad el sector de servicios se han convertido en los principales promotores de nuevas tecnologías, la práctica de exportación de servicios estimula la adopción de estándares técnicos y regulatorios que conducen a un proceso de fidelización involuntaria del cliente; el sector pasa por una concentración sin precedentes a nivel global; y los servicios ya son la parte que más agrega valor en cadenas globales de producción -piense en el tratamiento del cáncer por inmunoterapia, cuyo costo por ampolla llega a decenas de miles de dólares a causa de la propiedad intelectual.

Estudios revelan que cerca del 70% del comercio global de servicios tiene su origen en los países avanzados, pero se estima que esa participación estaría subestimada porque muchos servicios digitales y operaciones entre empresas no se contabilizan debidamente. Los países avanzados operan con un multibillonario superávit en servicios y la tendencia es de profundización de ese desequilibrio. ( CAF Banco de Desarrollo de America Latina,, 2019)

Estados Unidos y Reino Unido, tienen un superávit anual en el sector doméstico de unos US \$ 300 mil millones y US \$ 150 mil millones respectivamente. Esto les permite explicar por qué el sector se ha convertido en el principal destino de las inversiones extranjeras directas y de las operaciones de M & A en el mundo. Explica, también, la prioridad de las economías avanzadas para el área de los servicios y su activismo en favor de la total liberalización del sector, como bien ilustran las recientes discusiones sobre la reforma de la OMC y las ácidas disputas comerciales contemporáneas. ( CAF Banco de Desarrollo de America Latina,, 2019).

## **2.5 Competitividad Externa de exportaciones de servicios no tradicionales.**

Los factores relevantes del comercio de servicios a nivel internacional que logran el desarrollo y cumplimiento de las actividades de la prestación de servicios tanto tradicionales como no tradicionales, reflejan de las ventajas que posee cada país que tan competitivos son sus campos de acción y que tantos recursos tienen en cada nivel de la cadena de valor, la productividad en el comercio de los servicios es lograda con estándares y costos, logrando participación y el fomento de las actividades de exportaciones de servicios.

Los diferentes tipos de economías han optado por la capacitación, el fomento informativo para lograr el desarrollo de inclusión de los servicios no tradicionales para comercio internacional y en sus ofertas exportables, todo surge después del cambio que el comercio a nivel internacional ha dado, con miras a la internacionalización de empresas y la conectividad que poseen las personas para enterarse y estar a la vanguardia en lo que es la actualidad y el futuro. Siendo eficientes en costos y estándares de exigencias en las exportaciones e importaciones a nivel internacional ya sea de comercio de bienes o servicios.

En la actualidad la competitividad de los servicios no tradicionales es analizada desde dos vertientes interrelacionadas, el macroeconómico que es el ámbito de la nación y el ámbito microeconómico el de las empresas o prestadores de servicios, ambos entornos con el mismo grado de importancia para analizar la competitividad de las prestaciones de servicios no tradicionales a nivel internacional. El significativo de la Competitividad de las naciones en un sector es la productividad que posee la economía siendo impactada por este. Este tipo de indicadores mide el crecimiento y progreso económico de los países. (Porter, 1991)

Existen cuatro factores que los países deben poseer para ser productivos, los cuales definen las posiciones que poseen a nivel internacional; Avances tecnológicos, innovación en los sistemas de información, conectividad nacional, redes de comunicación y todo tipo de recursos tecnológicos vanguardistas.

Dotaciones de capacidad, profesionales, emprendedoras y empresas prestadoras de servicios no tradicionales, capacitados con los estándares de calidad competentes en comparación con los demás países y sobre todo con costos competitivos en los mercados internacionales.

Capacidad de internacionalización, factor que indica que las empresas o personas prestadoras de servicios, tienen la facilidad de externar sus servicios a nivel internacional, incentivos fiscales, iniciativas de innovación, planes de promoción internacional o cualquier mecanismo que se para exportar sus servicios en el mercado internacional.

Imagen y posicionamiento del país, a cada país le influyen muchos aspectos para poder ser competitivos a nivel nacional y los que son relevantes a la imagen y desarrollo que poseen las naciones, hace referencia al tipo de negociaciones que se pueden realizar con estos, el grado educativo, posición económica, desarrollo en otras industrias, situación política, reputación internacional y acuerdos comerciales vigentes, todos son importantes y hacen aportes para caracterizar que tan competitivo pueden llegar a ser los países.

# CAPÍTULO III: RELACIONES COMERCIALES ENTRE REPÚBLICA DOMINICANA Y ESTADOS UNIDOS

## 3.1 Características generales de Estados Unidos y República Dominicana

### 3.1.1 República Dominicana

Es el segundo mayor país del Caribe (después de Cuba), el cual comparte frontera con la República de Haití. El mismo ocupa los dos tercios orientales de la isla de Santo Domingo, también conocida como la Española. Limita al norte con el océano Atlántico, al sur con el mar Caribe o mar de las Antillas, al este con el canal de la mona y al oeste con la Haití.

**Tabla 1. Características Generales Rep. Dom.**

<b>Nombre Oficial</b>	<b>República Dominicana</b>
<b>Capital</b>	Santo Domingo
<b>Superficie</b>	48.670 kilómetros cuadrados
<b>Población (2018)</b>	10,2 millones de habitantes
<b>Ciudades Principales</b>	Santo Domingo, Santiago de los Caballeros, San Francisco de Macorís y Barahona
<b>Idioma</b>	Español
<b>Religión</b>	La principal religión es el cristianismo y la iglesia católica la más extendida (80%)
<b>Moneda</b>	Peso dominicano (DOP)
<b>Forma de Estado</b>	Republicano, democracia representativa, presidencialista.
<b>División Administrativa</b>	31 provincias regidas por un gobernador designado por el poder ejecutivo y un Distrito Nacional

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** Información obtenida del sitio web del Ministerio de Asuntos Exteriores

La economía de la República Dominicana es considerada la más grande de Centroamérica y el Caribe. El mismo es un país de ingresos medios que ha experimentado un gran crecimiento económico en los últimos años, además de la reducción de la pobreza y la desigualdad, permitiendo la expansión de la clase media. En los últimos cinco años fue la economía de más rápido crecimiento de América Latina y el Caribe. (Banco Mundial, 2019)

### 3.1.2 Estados Unidos

Es un país ubicado en la parte norte del continente americano, situado entre Canadá y México, el mismo tiene fronteras con los océanos atlánticos y pacíficos. EE.UU abarca un total de 9.629.091 kilómetros cuadrados, por lo que se considera el tercer país más grande del mundo. (Ministerio de Asuntos Exteriores, 2019)

**Tabla 2. Características Generales Estados Unidos de América**

<b>Nombre Oficial</b>	<b>Estados Unidos de América</b>
<b>Capital</b>	Washington, D.C.
<b>Superficie</b>	9.629.091
<b>Población</b>	327.2 millones de habitantes
<b>Ciudades Principales</b>	Nueva York, Los Ángeles, Chicago, Las Vegas, San Francisco, Houston.
<b>Idioma</b>	Ingles
<b>Religión</b>	No existe una religión oficial. La constitución del país considera necesaria la separación de la iglesia y el Estado, así como el respeto por todas las religiones y la garantía de la libertad de culto.
<b>Moneda</b>	Dólar estadounidense
<b>Forma de Estado</b>	República Federal Constitucional con un sistema presidencialista
<b>División Administrativa</b>	EE.UU. está compuesto por 50 Estados, un distrito federal y estados asociados o no incorporados (dependencias)

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** Información obtenida del sitio web del Ministerio de Asuntos Exteriores.

Estados Unidos es la mayor economía a nivel mundial. Este es un país altamente industrializado, cuya economía se basa principalmente en los servicios. El sector terciario contribuye con más de tres cuartos del PIB y emplea a más del 79% de la fuerza laboral de la nación. (Santander, 2019)

### **3.2 Relaciones Comerciales entre República Dominicana y Estados Unidos**

La República Dominicana, desde su independencia, atravesó por varias intervenciones y ocupaciones militares estadounidenses. A pesar de las circunstancias que enfrentaron ambos países, a lo largo del tiempo supieron superar retos y establecer las relaciones debidas para el bienestar económico y comercial de ambas naciones. Hoy en día la relación entre los Estados Unidos y la República Dominicana es sólida, pero con ciertas complejidades.

Según la Embajada de los Estados Unidos en la República Dominicana, en su reporte sobre *Política e Historia (2018)*, la República Dominicana estableció relaciones diplomáticas con los Estados Unidos de América en el año 1884. En la actualidad, ambos países forman parte del Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Centroamérica (DR-CAFTA).

El comercio internacional permite al país obtener aquellos productos, servicios y materiales que el mismo no ofrece y viceversa. Estados Unidos es el principal socio comercial de la República Dominicana, se considera que aproximadamente el 48% de las exportaciones del país están destinadas a esa nación. (Delgado, 2017)

Los Estados Unidos es el principal destino de las exportaciones agrícolas dominicana, por lo que el gobierno estadounidense asume el compromiso de brindar apoyo a los agricultores

dominicanos para que estos sean más competitivos, de manera que se le dé mayor importancia al intercambio comercial de doble vía.

Según La Embajada de los Estados Unidos en la República Dominicana, en su informe *los Estados Unidos y la República Dominicana: socios en la agricultura (2018)*, el departamento de agricultura de los Estados Unidos lleva a cabo un programa para incrementar las exportaciones de productos de calidad de la República Dominicana. Bajo el nombre de Exporta Calidad, Estados Unidos asume el financiamiento del mismo, con el objetivo de aumentar la competitividad.

### 3.2.1 Principales datos comerciales de Estados Unidos y República Dominicana durante el período 2016-2019

**Tabla 3. Principales Datos comerciales de los Estados Unidos durante el período 2016-2019**

Estados Unidos	2016	2017	2018	2019
<b>PIB</b>	18.62 billones USD	19.39 billones USD	20.58 billones USD	21.42 billones USD
<b>PIB per cápita</b>	57,588.54 USD	59,531.66 USD	62,869.20 USD	64,817.31 USD
<b>Balanza Comercial</b>	799.140 millones de dólares	862.210 millones de dólares	891.300 millones de dólares	-
<b>Doing Business</b>	Puesto 07/190 países	Puesto 08/190 países	Puesto 06/190 países	Puesto 08/190 países
<b>Libertad económica</b>	75/100 puntos	75/100 puntos	76/100 puntos	77/100 puntos
<b>Índice de competitividad Global</b>	80,19 puntos (puesto 3/190)	83,57 puntos (puesto 2/190)	85,64 puntos (puesto 1/190)	83,67 puntos (puesto 2/190)
<b>Fuerza Laboral</b>	162.63 millones de personas	164.35 millones de personas	164.95 millones de personas	165.74 millones de personas
<b>Tasa de desempleo</b>	4,9% (total de fuerza laboral)	4,4% (total de fuerza laboral)	3,9% (total de fuerza laboral)	3,5% (total de fuerza laboral)

<b>Índice de percepción de la corrupción</b>	74 puntos (puesto 18)	75 puntos (puesto 16)	71 puntos (puesto 22)	69 puntos (puesto 24)
<b>Comercio de servicios</b>	6,78 (% del PIB)	6,89 (% del PIB)	6,78 (% del PIB)	6,83 (% del PIB)
<b>Comercio de mercaderías</b>	19,78 (% del PIB)	20,29 (% DEL PIB)	20,82 (% del PIB)	21,20 (% del PIB)
<b>Importaciones de mercaderías</b>	2,25 billón USD	2,40 billón USD	2,61 billón USD	2,80 billón USD
<b>Importaciones de servicios</b>	511,62 mil millones USD	543,88 mil millones USD	567,32 mil millones USD	582,32 mil millones USD
<b>Exportaciones bienes y servicios</b>	2,21 billón USD	2,35 billón USD	2,50 billón USD	2,63 billón USD
<b>Exportaciones de mercaderías</b>	1,45 billón USD	1,54 billón USD	1,66 billón USD	1,72 billón USD

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuentes:** información obtenida de la página web del Banco Mundial, The Global Economy, Índice Mundi y el Atlas Mundial de Datos.

**Tabla 4. Principales Datos Comerciales de la República Dominicana durante el período 2016-2019**

<b>República Dominicana</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>PIB</b>	72.34 miles de millones USD	75.93 miles de millones USD	80.08 miles de millones USD	85.63 miles de millones USD
<b>PIB per cápita</b>	7,280.54 USD	7,609.26 USD	8,050.63 USD	8,629.5 USD
<b>Balanza Comercial</b>	-2,852 mil millones USD	-2,289 mil millones USD	-4,238 mil millones USD	-
<b>Doing Business</b>	Puesto 103/190 países	Puesto 103/190 países	Puesto 99/190 países	Puesto 102/190 países
<b>Libertad económica</b>	61/100 puntos	63/100 puntos	62/100 puntos	61/100 puntos
<b>Índice de Competitividad Global</b>	55,09 puntos (puesto 98/190)	55,29 puntos (puesto 104/190)	57,38 puntos (puesto 82/190)	58,31 puntos (puesto 78/190)
<b>Fuerza Laboral</b>	4.75 millones de personas	4.83 millones de personas	4.9 millones de personas	4.98 millones de personas
<b>Tasa de desempleo</b>	7,1% (total de fuerza laboral)	5,5% (total de fuerza laboral)	5,7% (total de fuerza laboral)	3,6% (total de fuerza laboral)

<b>Índice de percepción de la corrupción</b>	31 puntos (puesto 120)	29 puntos (puesto 135)	30 puntos (puesto 129)	30 puntos (puesto 128)
<b>Comercio de servicios</b>	15,42 (% del PIB)	15,20 (% del PIB)	14,82 (% del PIB)	15,12 (% del PIB)
<b>Comercio de mercaderías</b>	35,98 (% del PIB)	34,77 (% del PIB)	36,38 (% del PIB)	37,65 (% del PIB)
<b>Importaciones de Mercaderías</b>	17,39 mil millones	17,7 mil millones USD	20,16 mil millones USD	23,34 mil millones USD
<b>Importaciones de servicios</b>	3,37 mil millones USD	3,30 mil millones USD	3,39 mil millones USD	3,42 mil millones USD
<b>Exportaciones de bienes y servicios</b>	18,14 mil millones USD	18,99 mil millones USD	20,19 mil millones USD	22,34 mil millones USD
<b>Exportaciones de Mercaderías</b>	9,84 mil millones USD	10,12 mil millones USD	10,96 mil millones USD	11,24 mil millones USD

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuentes:** Información obtenida de la página web del Banco Mundial, The Global Economy, Índice Mundi y el Atlas Mundial de Datos.

### 3.3 Comercio Bilateral República Dominicana-Estados Unidos

#### 3.3.1 Exportaciones

Desde el año 2016, el intercambio comercial entre la República Dominicana y los Estados Unidos incrementó 2.29% al ser comparado con el 2015. Las exportaciones locales hacia los Estados Unidos indican que las ventas alcanzaron la suma de US\$4,684.1 millones, lo cual convierte al país en el principal exportador hacia los Estados Unidos entre los países que conforman el DR-CAFTA durante ese período.

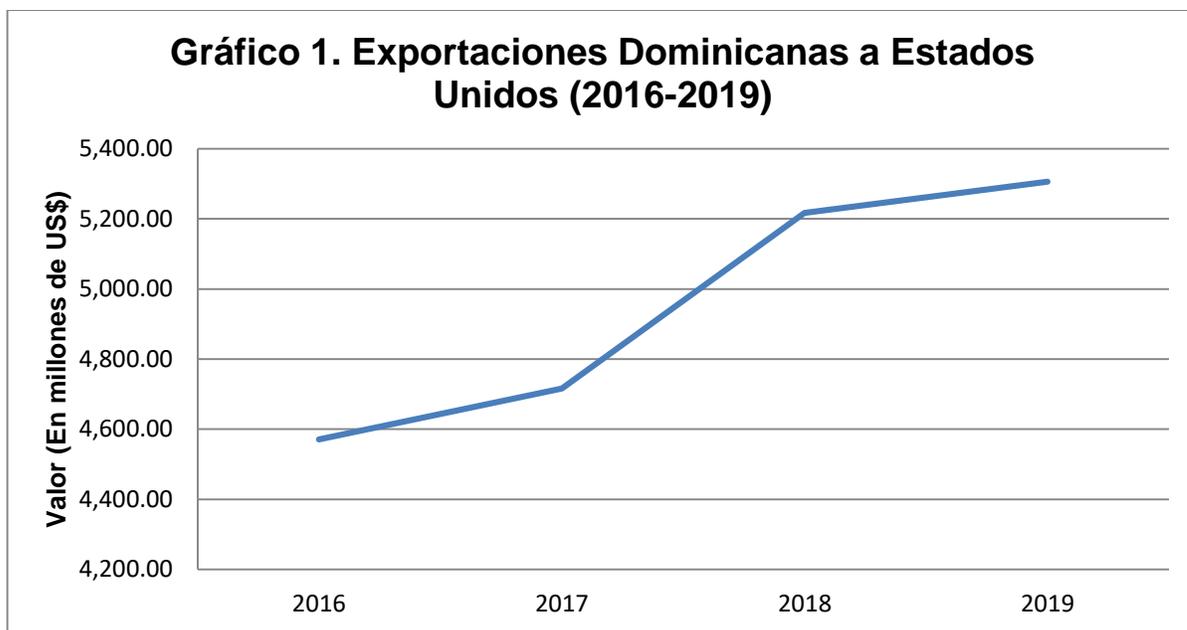
Alexandra Izquierdo, directora nacional de la ONE<sup>1</sup>, en su informe *Intercambio Comercial entre Estados Unidos y República Dominicana (2017)*, expresó que el flujo comercial entre ambas naciones, de acuerdo a los datos suministrados por la Dirección General de Aduanas, para finales de septiembre del 2016 sumó un total de US\$8,934.26 millones, donde resaltó que en los primeros nueve meses del año en cuestión, las importaciones totalizaron US\$5,486.80 millones y las exportaciones un total de US\$3,447.45 millones.

En lo que respecta al año 2017, las exportaciones dominicanas experimentaron un aumento correspondiente a un 3.17%, pasando de unos 4,570.999 millones de dólares en el 2016 a la suma de 4,715.91 millones de dólares en el 2017, representando el 53.25% de las exportaciones totales dominicanas, convirtiendo a los Estados Unidos en el principal destino de exportador dominicano.

En otro aspecto, para el año 2018 el intercambio comercial entre los Estados Unidos y la República Dominicana se incrementó a US\$13,892.29 millones, de los cuales el 37.55% (US\$5,217.17 millones) corresponde a las exportaciones. Por otra parte, las exportaciones dominicana hacia Estados Unidos aumentaron solo un 1.7% en el período enero-septiembre 2019, para un total aproximado de US\$5,305.86 millones.

---

<sup>1</sup>**ONE (Oficina Nacional de Estadística):** es la institución encargada de coordinar y promover el sistema estadístico del país, con el objetivo de elaborar las estadísticas nacionales en lo que respecta a la población y las actividades comerciales, económicas, financieras entre otras.



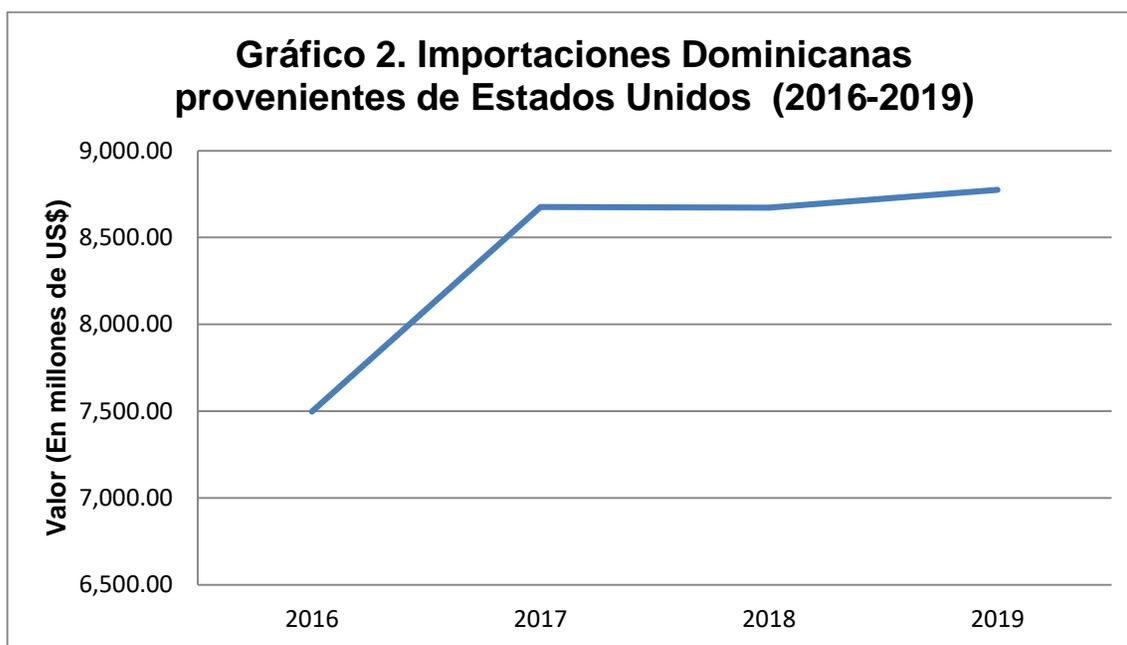
Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** Información obtenida de la base de datos de la ONE, DGA y el MICM.

### 3.3.2 Importaciones

Las importaciones desde Estados Unidos a República Dominicana sumaron un total US\$5,486.80 millones en los primeros nueve meses del año 2016, al finalizar el mismo, se registró un valor total de US\$7,497.838. El producto más importado durante ese período es petróleo crudo y sus derivados, a los cuales le siguieron hidrocarburos gaseosos.

Para el año 2017, las importaciones ascendieron a un total de 8,675.109 millones de dólares. Los productos más importados durante ese año corresponde a aceites ligeros y sus preparaciones de petróleo o materiales bituminosos, artículos de joyería y sus partes, metales preciosos, artículos de plástico y manufactura, entre otros.

Según la periodista Patria Reyes Rodríguez, especialista en comercio (2019), las importaciones desde los Estados Unidos sumaron US\$8,671.34 millones en el 2018, siendo este país el principal suplidor de bienes y materias primas. En lo que respecta al año 2019, se estima que el total importado por la República Dominicana es de US\$20,458 millones, de los cuales 8,775.39 millones de dólares corresponden a Estados Unidos.



Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** Información obtenida de la base de datos de la ONE, DGA y el MICM.

Al realizar un análisis comparativo del comercio bilateral entre ambas naciones, la gran diferencia que presentan las importaciones con respecto a las exportaciones, nos muestra como resultado una balanza comercial deficitaria en los últimos años, principalmente durante el 2016 y el 2017 donde las importaciones procedentes de los Estados Unidos hacia la República Dominicana incrementaron significativamente.

### 3.3.4 Comercio Bilateral: República Dominicana - Estados Unidos (Valores en US\$ millones)

Tabla 5

	2016	2017	2018	2019
<b>Exportaciones</b>	4,570.99	4,715.91	5,217.17	5,305.86
<b>Importaciones</b>	7,497.83	8,675.10	8,671.34	8,775.39
<b>Balanza Comercial</b>	(2,926.83)	(3,959.19)	(3,454.17)	(3,469.53)

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** Información obtenida de la base de datos de la ONE, DGA y el MICM.

## 3.4 Tratados y Acuerdos Comerciales entre la República Dominicana y los Estados Unidos

La República Dominicana se considera como un punto estratégico para el comercio debido a las ventajas que ofrece su ubicación geográfica, puesto que el mismo conecta a toda América con la región del Caribe, entre otros países del mundo. Los tratados y acuerdos comerciales surgen con el propósito de promover el comercio entre los países que forman parte de los mismos, de manera que se desarrolle el intercambio de bienes y servicios con un mayor crecimiento y diversificación.

La República Dominicana es participante del Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Centroamérica (DR-CAFTA). El mismo se crea con el objetivo de aumentar las oportunidades de inversión en el país y estimular la expansión y diversificación del comercio. (CEI-RD, 2017)

Según lo planteado por el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), en su reporte *Acuerdo de Libre Comercio entre la República Dominicana, Estados Unidos y Centroamérica (2017)*, el DR-CAFTA permite el desarrollo de un marco comercial previsible para la planificación de las actividades de negocios y de inversión, considerando la protección de los derechos de propiedad intelectual.

En otro aspecto, La Oficina de Tratados Comerciales Agrícolas (OTCA), en su artículo *DR-CAFTA / Acuerdos Bilaterales (2017)*, plantea que con la firma del tratado en cuestión, los Estados Unidos concedieron a la República Dominicana contingentes arancelarios para productos específicos tales como: productos lácteos, carne bovina y azúcar. Estos productos podrán ingresar al país libre de arancel, pero en cantidades y volúmenes limitados.

De acuerdo a la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO), en su reporte *Tratados de Libre Comercio (2018)*, el DR-CAFTA en materia arancelaria, plantea que cada miembro del mismo debe eliminar progresivamente sus aranceles aduaneros, además de no incrementar ningún arancel aduanero existente, o adoptar ningún arancel aduanero nuevo, sobre una mercancía originaria.

Según lo planteado por la Embajada de los Estados Unidos en la República Dominicana, en su reporte *Los Estados Unidos y la República Dominicana: socios en la agricultura (2018)*, el DR-CAFTA ha sido un instrumento para que la relación bilateral entre ambas naciones se fortalezca. Mediante intercambios técnicos y la facilitación del comercio entre los países, éste contribuye al incremento en las exportaciones de productos agrícolas de la República Dominicana hacia los Estados Unidos.

El DR-CAFTA ha establecido un vínculo importante entre la República Dominicana y los Estados Unidos, debido a las ventajas que el mismo le ofrece a los que participan en este acuerdo. Ambos países han pactado acuerdos de cooperación fiscal, facilitación de inversión, intercambio comercial y seguridad en las operaciones comerciales.

Según el reportero José Javier, editor de economía del Diario Libre, en su reporte *RD y EEUU firman acuerdo para facilitar inversiones estadounidense en el país (2019)*, los gobiernos de República Dominicana y Estados Unidos pactaron un acuerdo para facilitar las inversiones de empresas norteamericanas en territorio dominicano. Las facilidades se obtienen mediante la Overseas Private Investment Corporation (OPIC)<sup>2</sup>, que busca simplificar el procedimiento para que las compañías norteamericanas inviertan en República Dominicana.

De igual forma, Javier expresó que la expansión de las relaciones comerciales con Estados Unidos es un punto estratégico del actual presidente Donald Trump para enfrentar las inversiones desleales, prácticas comerciales y proteger la seguridad económica de la nación. Con la firma de este acuerdo, Trump busca facilitar la movilización de capital del sector privado de los Estados Unidos a la República Dominicana.

---

<sup>2</sup>**OPIC:** Agencia de los Estados Unidos que apoya a las empresas estadounidenses en materia de inversión en mercados emergentes. Proporciona a las empresas las herramientas necesarias para enfrentar los retos asociados con la inversión extranjera directa.

### **3.5 Características del proceso de exportación de servicios desde República Dominicana hacia los Estados Unidos**

La exportación de servicios se ha convertido en una importante fuente de ingreso para la economía dominicana. Dentro de los servicios que exporta el país se encuentra la comunicación, educación, ingeniería, distribución, finanzas, además del sector turístico, cultural, deportivo, entre otros. El principal destino de las exportaciones dominicana es Estados Unidos, siendo también el mayor receptor de servicios provenientes de la República Dominicana, según datos suministrados por la ALES<sup>3</sup>.

Según la periodista Jeimy De los Santos, en su reporte *Exportación de servicios desde RD (2018)*, la viceministra de comercio exterior del MICM, Yahaira Sosa Machado, luego de su participación en la convención anual ofrecida por la ALES, abordó los principales aspectos que tiene el país como regulación en materia de servicios, los cuales se encuentran presentes en los distintos acuerdos comerciales de los que el país es miembro. Los aspectos a tomar en cuenta para el proceso de exportación de servicios están establecidos en estos acuerdos.

De acuerdo a datos suministrados por la Asociación Latinoamericana de Exportación de Servicios (ALES), existen varios aspectos a tomar en cuenta para exportar servicios a los distintos países del mundo, como es el caso de las normas nacionales y acuerdos internacionales entre las naciones que desean realizar el intercambio de servicios. En el caso

---

<sup>3</sup>ALES (Asociación Latinoamericana de Exportadores de Servicios): organismo internacional cuyo objetivo principal es promocionar a América Latina como exportador de conocimiento y destino de inversiones del sector servicio.

de los Estados Unidos y la República Dominicana está el DR-CAFTA, que es el acuerdo donde ambas naciones son participes.

El proceso de exportación de servicios desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos se caracteriza por el control de entrada de extranjeros en el país destino, la protección de la propiedad intelectual y la regulación del ejercicio profesional. Considerando las normas establecidas en el DR-CAFTA, existe un conjunto de requisitos para la exportación de servicios según su índole, así como los requisitos de entrada y visado, requisitos de suministros, entre algunos tributos.

En ese mismo aspecto, entre los requisitos de entrada y visado están las visas para gerentes y ejecutivos (L-1A) y personal con conocimientos especializados (L-1B), que son aquellas que permiten las transferencias de trabajadores extranjeros dentro de una empresa. Por otra parte, están las visas para ocupaciones especiales (H1-B) las cuales van dirigidas a personas que desean prestar servicios en un puesto especializado para un empleador de los Estados Unidos.

En el caso de los requisitos de suministro, para exportar servicios desde República Dominicana hacia los Estados Unidos, existen organismos especializados en diversas áreas con normas establecidas para llevar a cabo la operación, como es el caso de la Asociación Nacional de Juntas Estatales de Contabilidad (NASBA) la cual establece los requisitos para prestar servicios de contabilidad en los Estados Unidos.

Una de las características del proceso de exportación es la protección de la propiedad intelectual, que brinda la seguridad necesaria para aquellos servicios que implican la utilización de obras literarias, artísticas, y demás. Entre los requisitos para la exportar servicios de este tipo, se exige considerar el Acta de Derechos de Autor de 1976, donde se establecen las condiciones que deben ser observadas por los prestadores de servicios en el caso de que el suministro de un servicio incluya la utilización de obras artísticas, científicas o literarias.

La exportación de servicios se puede realizar por distintos medios, por lo que el proceso para llevar a cabo este tipo de operación puede variar dependiendo de las actividades que se desean realizar y el lugar donde se realicen las mismas. Personas de la República Dominicana pueden ofrecer tutoriales de belleza, moda y educación a ciudadanos estadounidenses, y recibir dinero como pago por estos servicios. Al realizar un análisis, es evidente que no existen pasos definidos para la exportación de servicios en general, sino que los pasos se van trazando con cada servicio que se desea ofrecer.

### **3.6 Desarrollo y evolución de las exportaciones de servicios en el período 2016-2019 desde República Dominicana a los Estados Unidos**

Según Yahaira Sosa Machado, Viceministra de comercio exterior del MICM (2019), las exportaciones de servicios de la República Dominicana se han mantenido en un crecimiento constante, por lo que se cree que ha sido superior al 8% en los últimos años, además de mostrar un superávit continuo, lo cual muestra el potencial del país en el sector de los servicios.

Para el año 2016, las exportaciones de servicios representaron un 46.9% del total de las exportaciones durante el periodo enero-junio, lo cual se reflejó un total de US\$4,794.1 millones en contrataciones a profesionales dominicanos en áreas de ingeniería en sistemas, la salud, economía, contabilidad, comunicación y el turismo. Al finalizar el año, la suma de las exportaciones totales de servicios fue de 8,310.98 millones de dólares, de los cuales 6,300,10 corresponden a las exportaciones hacia los Estados Unidos.

Según el MICM, la balanza comercial en exportación de servicios fue positiva en el año 2016 con relación a los Estados Unidos. Para el año 2017, República Dominicana exportó un total de 8,791.10 millones de dólares de los cuales 6,470.34 corresponden a EE.UU. Los principales servicios ofrecidos por el país durante ese periodo fueron de transporte, asistencia de información, telecomunicaciones y turismo.

En el año 2018, las exportaciones de servicios sumaron un total de 9,284.10 millones de dólares, de los cuales 7,263.10 corresponden a los Estados Unidos. De acuerdo a datos suministrados por el Ministerio de Asuntos Exteriores y Mipymes, el sector de las artes aporta al país alrededor del 6% del PIB del mismo, siendo superado solo por el sector turismo.

En otro aspecto, para el año 2019 las exportaciones de servicios aumentaron solo un 1.5% por lo que se estima que el total exportado por el país durante ese periodo es de 9,423.36 millones de dólares, de los cuales 7,371.94 corresponden a los Estados Unidos.

### 3.6.1 Exportaciones de servicios desde República Dominicana hacia el mundo durante el período 2016-2019 (Tabla 6)

	2016	2017	2018	2019
<b>Exportaciones de servicios (US\$ Millones)</b>	8,310.98	8,791.10	9,284.10	9,423.36

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** información obtenida de la base de datos de la Asociación Latinoamericana de Exportadores de servicios (ALES), Banco Mundial y el MICM.

### 3.6.2 Exportaciones de servicios desde República Dominicana hacia Estados Unidos durante el período 2016-2019 (Tabla 7)

	2016	2017	2018	2019
<b>Exportaciones de servicios (US\$ Millones)</b>	6,300.10	6,470.34	7,263.10	7,371.94

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** información obtenida de la base de datos de la Asociación Latinoamericana de Exportadores de servicios (ALES), Banco Mundial y el MICM.

Según Marcelo Salazar, en su informe MICM destaca importancia de exportación de servicios para economía dominicana (2019), las exportaciones de servicios representa una oportunidad para el país, y los últimos cuatro años son una prueba de esto. República Dominicana cuenta con profesionales, artistas y demás, que se han dado a conocer a lo largo de los años. El turismo ha sido el sector más destacado en los servicios que el país ofrece, sin embargo, en los últimos años otros sectores se han dado a notar fortaleciendo la economía dominicana, como es el caso de las artes y las telecomunicaciones.

En otro aspecto, Salazar señaló que se debe explotar al máximo el potencial que tiene el país en servicios de logística, ingeniería, arquitectura, así como lo cultural, la moda, la salud, entre otros sectores. República Dominicana tiene el reto de fortalecer la oferta exportable a través de capacitación, innovación y educación que ofrecen las universidades del país.

A lo largo de los años República Dominicana busca diversificar su estrategia de promoción de exportación de servicios. De acuerdo al Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), el gobierno debe desarrollar políticas públicas que estén encaminadas a promover la actividad.

## **CAPÍTULO IV: ASPECTOS CLAVES DEL COMPORTAMIENTO Y DESARROLLO DE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES.**

### **4.1 Desarrollo de los servicios no tradicionales en USA**

Estados Unidos es una de las potencias mundiales, son sus avances tecnológicos y desarrollos que han obtenido el país ubicarse a nivel global e institucional en un alto posicionamiento mundialmente, convirtiéndose en un país atractivo por las demás naciones con el fin de mejorar su economía y desarrollo.

El país ha obtenido 83,67 puntos en el Índice de Competitividad de 2019, publicado por el Foro económico Mundial, que mide cómo utiliza un país sus recursos y capacidad para proveer a sus habitantes de un alto nivel de prosperidad. Ha empeorado su puntuación respecto al informe de 2018 en el que obtuvo 85,64 puntos, pero a la vez superando los años 2016 y 2017 con 80,19 puntos y 83,57 puntos respectivamente (DatosMacro, 2019).

El sector servicios representó el 67,3% de la economía estadounidense en 2016. Los servicios financieros (banca y seguros) representaron un 7,3%, mientras que los servicios inmobiliarios alcanzaron el 13,3% del PIB. El comercio (minorista y mayorista) supuso un 11,8%. Los servicios profesionales y otros dirigidos a las empresas aportaron el 12,4% del PIB y la educación y sanidad el 8,5%. (Secretaría de Estado de Comercio, 2017)

Para el siguiente año la economía Estadounidense representó el 67,3%. Los servicios financieros (banca y seguros) representaron un 7,5%, mientras que los servicios inmobiliarios alcanzaron el 13,4% del PIB. El comercio (minorista y mayorista) supuso un 11,8%. Los servicios profesionales y otros dirigidos a las empresas aportaron el 12,1% del PIB y la educación y sanidad el 8,4%. (Secretaria de Estado de Comercio, 2018)

Para el año 2018 el sector servicios representó el 66,3% del PIB frente al 67,4% en 2017. Los servicios financieros (banca y seguros) representaron un 7,4%, mientras que los servicios inmobiliarios alcanzaron el 13,3% del PIB. El comercio (minorista y mayorista) supuso un 11,5%. 10 Los servicios profesionales y otros dirigidos a las empresas aportaron el 12,6% del PIB y la educación y sanidad el 8,7% (Secretaria de Estado de Comercio, 2019)

En el sector terciario de los Estados Unidos son especialmente relevantes en el ámbito del comercio, inmobiliario y servicios profesionales, excluyendo los servicios prestados por la administración pública.

Durante todo el período del año 2019 el sector terciario de los se ha presentado como una montaña rusa con altas y bajas alrededor de todo el presente año, destacando que este tuvo un decaimiento en su índice de actividad no manufacturera de 54,7 a 53,9 en Octubre del 2019 según el instituto de Gerencia y Abastecimiento (ISM)

#### **4.1.1 Innovación de servicios en Estados Unidos**

Los servicios no tradicionales en su mayor parte provienen de la innovación que ofrecen los profesionales de distintas áreas y el valor agregado que estos pueden añadir, es por esto que es importante realizar un análisis de innovación, donde se delimite el crecimiento que el país ha tenido en este sector.

Según datos suministrados por el Doing Business la factibilidad para hacer negocios que posee el país de los Estados Unidos es de un buen desempeño, este se categoriza con la puntuación de 91.2 a 91.6 en el periodo 2019-2020, lo que indica el buen posicionamiento de economía en el país (Doing Business, 2020)

Estados Unidos fue nombrado como líder global de innovación tecnológica en el año 2018 gracias a los grandes avances tecnológicos alcanzados según un estudio realizado por: KPMG “2018 Global Technology Innovation Report”

El país se mantuvo en la cima después de ser nombrado el mercado más prometedor para avances tecnológicos según más de un tercio (34%) de los encuestados, frente al 26% en el informe del año pasado. China se mantuvo en segundo lugar con un 26%, e India ocupó el tercer lugar con un 13%, con el Reino Unido y Japón en cuarto lugar. (KPMG, 2018)

Uno de los aspectos que ha permitido que los Estados Unidos tenga más auge en el desarrollo innovador es que el país cuenta con instituciones de investigación y desarrollo como el Instituto de investigación Scripps, la Universidad Rokefeller de New York, Centros Médicos, institutos de ciencias y escuelas que invierten en la creación de nuevas ideas.

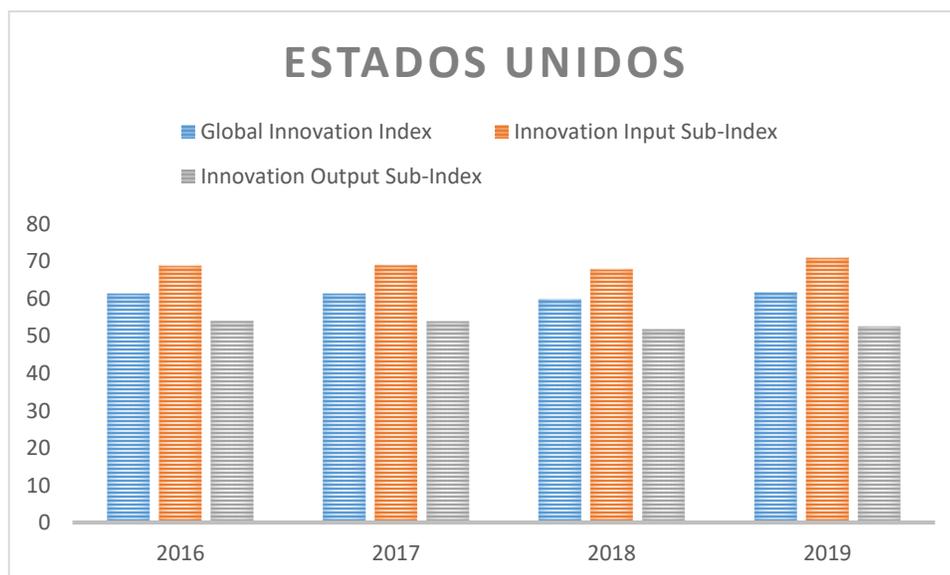
A través de la siguiente grafica podemos determinar el índice global de innovación, el subíndice de insumos de innovación y el subíndice de salida de innovación de los Estados Unidos en el periodo 2016-2019. En el mismo se delimita la puntuación que el país obtuvo en cada año, en donde el país se ha mantenido en el Rankin NO. 1 de la región, siendo el año 2019 el de puntuación más alta en total.

**Tabla 8**

Estados Unidos				
	2016	2017	2018	2019
<b>Global Innovation Index</b>	<b>61.4</b>	<b>61.4</b>	<b>59.81</b>	<b>61.73</b>
<b>Innovation Input Sub-Index</b>	<b>68.71</b>	<b>68.87</b>	<b>67.81</b>	<b>70.85</b>
<b>Innovation Output Sub-Index</b>	<b>54.08</b>	<b>53.93</b>	<b>51.81</b>	<b>52.61</b>

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuete:** Global Innovation Index 2016-2019

**Gráfico 3.**



Elaboración propia de los sustentantes. **Fuete:** Global Innovation Index 2016-2019.

Con estos datos podemos delimitar el buen posicionamiento que ha presentado los Estados Unidos en cuanto a innovación y descubrimiento.

## **4.2 Aspectos claves del comportamiento y desarrollo de las exportaciones de servicios no tradicionales en República Dominicana.**

República Dominicana en los últimos años ha desarrollado y acogido el sector de los servicios y particularmente también el subsector económico de las prácticas de servicios no tradicionales. El crecimiento de las exportaciones de esos tipos de servicios ha sido un fenómeno internacional y los proveedores de República Dominicana están colaborando para ser parte de la nueva etapa del comercio de servicios.

El crecimiento de las exportaciones en República Dominicana, ha sido posible fundamentalmente por los avances tecnológicos y facilidad de manejo de los diferentes tipos de plataforma que existen del país. Para las empresas y personas que residan en otras economías los costes de contratación de prestación de servicios de República Dominicana son claramente más económicos y factibles para las finanzas.

En sectores como los negocios, donde los prestadores de servicios se basan en la capacidad intelectual adquirida, el crecimiento de las contrataciones internacionales es cada vez mayor, las empresas emergentes como Auditores, consultoría legal, Asesorías financieras, Capacitaciones empresariales y Desarrolladores Comerciales de consumo como publicistas y mercadólogos. Cada vez es mayor el número de exportaciones con esta naturaleza, República Dominicana quizás no sea un de los países con mayor tasa intelectual o a nivel de estudios universitarios, pero cada vez son más las personas y empresas que desarrollan proyectos emprendedores para prestar servicios en el extranjero.

República Dominicana en la actualidad acoge grandes cadenas de empresas internacionales que subcontratan bajo el régimen de zonas francas las prestaciones de servicios profesionales en los denominados Call Centers, actividad que cumple con las características de ser llamada Exportación de servicios ya que los proyectos de este tipo son negociaciones, procesos y ventas en otros países.

El Ministerio de Industria y Comercio y Mi pymes (MICM), afirma que los servicios de intercambio comercial con Estado Unidos ascienden a unos \$15,091 millones de dólares. comercio de servicios prestados, en áreas como turismo, transporte, telecomunicaciones, asistencias profesionales entre otros. (Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) , 2019)

República Dominicana posee también programas Nacionales e instituciones que trabajan de manera directa e indirecta para fomentar el desarrollo de las prácticas de exportaciones de servicios no tradicionales como lo son:

Instituto de Formación Técnico Profesional (INFOTEP), entidad que se encarga de impartir cursos técnicos profesionales en busca del desarrollo en múltiples áreas para que puedan formarse profesionales y prestar servicios, desde Artes, Cine, Televisión, Diseños hasta prácticas de negocios o comerciales en desarrollo de cursos de tendencia moderna.

Ministerio de industria y Comercio y Mipymes: Entidad Gubernamental que se encarga de formular y desarrollar, dar seguimiento y evaluar estrategias, planes generales, programas, proyectos y brindar servicios a los sectores de las diferentes industrias con la finalidad de desarrollar el comercio interno y las exportaciones.

Ministerio de Educación Superior (Mescyt): Institución reguladora de los estudios de Educación Superior de República Dominicana, cuya finalidad es fomentar el desarrollo de los estudiantes del país, posee un programa Nacional de Becas en altos estudios los cuales forman profesionales altamente capacitados para integrarse en la cadena de valor de las prestaciones y exportaciones de servicios.

Las exportaciones de servicios no tradicionales en República Dominicana, son también alternativas de crecimiento y Desarrollo de subsectores económicos como lo son, las pequeñas y medianas empresas denominadas PYMES, El reconocimiento mutuo en esos sectores podría impulsar de manera significativa los números de dichos sectores.

Informes ejecutivos de la República Dominicana para el 2018, revelan que el comercio producto de la actividad de los servicios tuvo un crecimiento de 7.0% (MICM, 2018), mostrando que el crecimiento de implementar las alternativas y modelos de negocios dinamizan la economía del país, generando empleos, movilizandorecursos, conocimientos y explotando de manera positiva subsectores económicos.

Para el año 2019, República Dominicana tuvo iniciativas de avance y desarrollo de las exportaciones de servicios no tradicionales, mostrando interés en implementar y elaborar una estrategia público-privada que permita la colaboración para el desarrollo del comercio internacional de servicios tradicionales y no tradicionales. Buscan también hacer más eficiente mercado laboral del país y la mano de obra calificada a precios competitivos, incrementar el excelente tratamiento para la inversión extranjera, el cual cuenta con un

atractivo programa de incentivos fiscales. (MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y MIPYMES, 2019)

En otro aspecto, cabe destacar que la República Dominicana aún posee oportunidades de mejora en cuanto al regularización, apoyo y conocimiento de las prácticas de exportaciones de servicios no tradicionales, el país no posee programas específicos de exportaciones de servicios y aun su sociedad no asume los servicios en la oferta exportable en el sentido de que son pocas las personas y las empresa que de manera de emprendedoras internacionalizan y exportan sus propuestas de servicios.

#### **4.3 Desarrollo de los servicios no tradicionales en el período 2016-2019, participación de República Dominica y Estados Unidos.**

El denominado sector terciario de las economías, sector servicios ha desarrollado su participación en la cadena de valor global de comercio, lo que permite que las actividades derivadas en este sector económico posean más oportunidades para innovar y poner en práctica las diferentes formas de prestar servicios con fines comerciales.

Los países se han enfocado en los últimos años en que el mercado de los servicios sea más competitivo para poder prestar los servicios en otros países del que son originarios, es por esto que la subcontratación en ámbitos como los negocios inmobiliarios, servicios bancarios, servicios jurídicos, servicios de logística internacional y otros servicios conexos.

A raíz de estos avances es que el sector de los servicios no tradicionales se origina la transferencia gradual de servicios entre los países y cada vez es mayor la subcontratación o el origen de los formas de exportación de servicios no tradicionales.

República dominicana como país aún no posee avances significativos en estructura o logística que complemente y documenten el proceso exacto de exportaciones de servicios, en la actualidad la exportación de servicios es desarrollada e impulsada por el sector privado de la economía con miras a expandir y obtener subcontratación para lograr mejores oportunidades y mejor lucro por las actividades realizadas.

El desarrollo de los servicios ha sido fruto de la globalización y la conectividad que existe entre los países. Los avances significativos que han tenido la tecnología, los medios de comunicación y los conocimientos profesionales que en la actualidad están siendo vistos en países donde los costos u honorarios profesionales son más atractivos para países como Estados Unidos, donde las empresas buscan cada vez ser más eficientes en la prestación de sus servicios, obteniendo costos que produzcan mejor margen de ganancias.

Teniendo en cuenta la importancia que los servicios tienen en el funcionamiento de las economías y las nuevas situaciones que plantea el intercambio de los servicios en el contexto internacional, el comercio de servicios se presentaba como una temática nueva a desarrollar, no contando con una normativa específica. Por otra parte, los países no han podido permanecer al margen de los cambios que paulatinamente se han producido tanto en su interior como al incrementarse los intercambios internacionales de servicios. (CUADRADO ROURA y DEL RÍO, 1990).

Las exportaciones e importaciones de servicios son partes importantes en el proceso de internacionalización a medida que los mercados globales se tornan más relevantes para las relaciones económicas. Tal proceso exige transformaciones en las infraestructuras económicas de los países, principalmente por medio de actividades de servicios, lo que conduce a un estímulo al desarrollo y al incremento de las oportunidades de empleo (KON , 2006).

Las prácticas de servicios la denominada actividad terciaria destaca el rubro del turismo con una aporte total de 16.7% del PIB, donde el aumento 6.4% de los visitantes en 2016, acción que impulsa aceleradamente al crecimiento que registra el reglón Hoteles, Bares y Restaurantes. Según informes proyectados por la presidencia de la República Dominicana, el país es calificado como un país de “Desarrollo Humano Alto” (lugar 99 a nivel mundial) con un Índice de Desarrollo Humano (IDH) de 0.722, ganando 2 posiciones –la 101 a nivel mundial- en 2016 con relación al 2015. El avance es determinado por la mejora en las dimensiones de ingresos, la esperanza de vida al nacer y acceso a la educación, estos son factores positivos que influyen de manera directa en los avances notorios a la práctica de desarrollo de servicios no tradicionales para su exportación. (Dirección de Inteligencia, CEI RD , 2017)

La dinamización de las exportaciones de servicios no Tradicionales es fruto de que esta industria está plenamente basada en los conocimientos y los nuevos modelos para prestación de servicios, en República Dominicana ocupa el puesto 89 de 189 en un Ranking de Las Naciones Unidas de países que posee crecimiento y desarrollo humano alto, con variables prometedoras en aspectos positivos que contribuyen a los avances significativos del subsector económico de los Servicios No Tradicionales.

Producto de la onda de internacionalización en buscar de reducción de costos para lograr los objetivos comerciales de manera efectiva, ha sido relevante y notorio los mecanismos que están siendo utilizados en la actualidad para dar a conocer la prestación de servicios para que sean transnacionales y competentes en el mercado exterior. Con los fenómenos de información e interconectividad existentes las economía desarrolladas buscan llevar ventajas en su desarrollo utilizando las herramientas necesarias para lograrlo, fruto de esto las exportaciones de servicios no tradicionales originarios en países con menos grado de desarrollo pero capaces y competentes en menores costos.

Para República dominicana los últimos años han sido de crecimiento en desempeño en exportaciones de servicios no tradicionales, donde el país ha incursionado en externar los distintos tipos de servicios existentes y capaces de ser originarios en él, se muestran avances en el sector financiero, de seguro, tecnología pero significativamente en las industrias creativas y las nuevas industrias emergentes. Son fragmentaciones de procesos productivos que componen la cadena de valor de comercio internacional, el desarrollo esta actividades ha sido también notorio en el crecimiento económico del país, visto en sus participación creciente en las cifras del PIB.

Para los años 1990 Estados Unidos era el primer exportador mundial de servicios con un 17% del total de las exportaciones mundiales. (ALADI, OMC, BANCO MUNDIAL, 2017), en la actualidad continua posicionado como principal exportador de servicios para América, y los demás continentes, siendo esto reflejo de la competencia y capacidad de factores que posee para desarrollar exportaciones de servicio de casi todos los tipos dentro del grupo de los No tradicionales.

En la última década los servicios no tradicionales han emergido haciendo notar su participación, la internacionalización de conocimiento es un ejemplo de servicios no tradicionales .

#### **4.4 Índice de exportación de servicios no tradicionales desde República Dominicana hacia Estados Unidos durante el período 2016-2019**

Según la Asociación Latinoamericana de Exportadores de servicios (ALES), en su reporte sobre la República Dominicana (2018), el sector servicios del país se ha convertido en una de las fuentes que más genera ingresos por exportación, por lo cual se posiciona como uno de los principales destinos de inversión de las empresas proveedoras de servicios globales en la región.

La exportación de servicios no tradicionales representa un reto para la República Dominicana debido a las barreras que impiden el desarrollo de esta operación, por lo que se deben buscar los mecanismos que permitan llevar a cabo actividades que contribuyan a la generación de riquezas, para que la economía del país sea más sólida, como es el caso de la creación de políticas que faciliten el desenvolvimiento de las exportaciones de servicios no tradicionales.

En la actualidad las exportaciones de servicios no tradicionales de la República Dominicana han mostrado un gran avance. Al realizar un análisis comparativo sobre el comportamiento de este tipo de exportación, se demuestra que el país ha exportado una serie de servicios que no son muy reconocidos por la nación, y que contribuyen de manera positiva a la población, como es el caso de las contrataciones de profesionales dominicanos en áreas de la

comunicación, ingeniería en sistemas, contabilidad, economía y turismo de salud, en el exterior. Por otra parte están los servicios de moda, diseños gráficos, traducciones, asesorías, educación, cine y demás que representan una oportunidad para la República Dominicana en el extranjero.

El total de las exportaciones de servicios no tradicionales desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos es difícil de establecer, debido a que el país no cuenta con las políticas y el control necesario para el desarrollo de estas operaciones, además de un registro de todos los servicios no tradicionales ofrecidos como tal en el exterior. No obstante, existen un conjunto de estimaciones de algunos de los servicios que la República Dominicana exporta al mundo, entre ellos contrataciones a profesionales dominicanos en áreas de educación, finanzas, informática, entre otros.

Para establecer un aproximado del total de servicios no tradicionales exportados desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos se consideraron el total de servicios empresariales, financieros, informáticos y de información, telecomunicaciones y de seguros exportados por el país al mundo, y el porcentaje que corresponde a los Estados Unidos durante el período 2016-2019.

#### 4.4.1 Servicios no tradicionales exportados por República Dominicana al mundo durante el período 2016-2019 (Tabla 9)

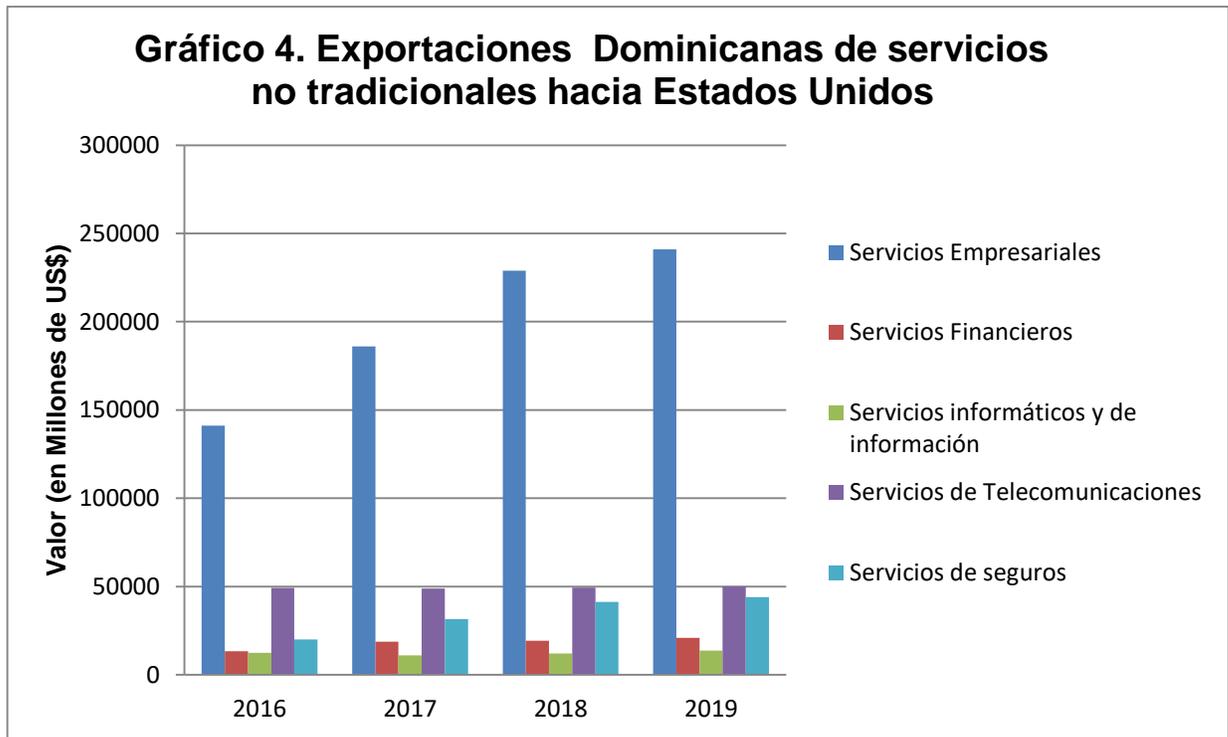
Descripción del servicio	2016	2017	2018	2019
<b>Servicios empresariales</b> (contratación de profesionales y de consultoría de administración de empresas, entre otros)	US\$ 336,100,000	US\$ 404,300,000	US\$ 432,000,000	US\$ 438,150,000 (Aproximadamente)
<b>Servicios Financieros</b>	US\$ 31,900,000	US\$ 40,900,000	US\$ 36,500,000	US\$ 38,200,000 (Aproximadamente)
<b>Servicios informáticos y de información</b>	US\$ 29,800,000	US\$ 23,900,000	US\$ 23,000,000	US\$ 25,000,000 (Aproximadamente)
<b>Servicios de telecomunicaciones</b>	US\$ 117,400,000	US\$ 106,200,000	US\$ 93,200,000	US\$ 91,200,000 (Aproximadamente)
<b>Servicios de seguros</b>	US\$ 47,700,000	US\$ 68,600,000	US\$ 78,100,000	US\$ 80,140,000 (Aproximadamente)
<b>Total exportado</b>	US\$ 519,970,000	US\$ 643,900,000	US\$ 662,800,000	US\$ 672,690,000 (Aproximadamente)

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** información obtenida de la base de datos de Trade Map, International Trade Centre y Comtrade.

Las exportaciones de servicios no tradicionales desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos representa durante el 2016 un 42% del total exportado, mientras que para el 2017 representa un 46% del total exportado. Por otra parte, según datos obtenidos vía Comtrade<sup>4</sup>, las exportaciones de servicios no tradicionales hacia los Estados Unidos durante

<sup>4</sup>Comtrade: base de datos especializada, ofrecida por las Naciones Unidas, que ofrece estadísticas comerciales de 170 países, entre ellos datos de intercambios de bienes y servicios, entre otros.

el 2018 representan un 53% del total exportado, mientras que para el 2019 un 55% aproximadamente.



Elaboración propia de los sustentantes. **Fuentes:** información obtenida de la base de datos de Trade Map, International Trade Centre y Comtrade.

Las exportaciones de servicios en la República Dominicana tomaron mayor fuerza durante el período 2016-2019, en especial los servicios no tradicionales cuyo mayor crecimiento se basa en disciplinas académicas de ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas. El desarrollo tecnológico que impulsa el proceso de globalización de las economías en el mundo, ha permitido que los servicios lleguen de manera instantánea a los consumidores, de manera que profesionales pueden ofrecer servicios a través de una computadora, entre otros sistemas sin la necesidad de salir del país.

Según los datos ofrecidos por Comtrade (2019), tomando en cuenta la sumatoria del total de servicios exportados por la República Dominicana hacia los Estados Unidos durante el 2016-2019, en cuanto a servicios empresariales, financieros, informáticos y de información, telecomunicaciones y de seguro, el mayor índice de exportaciones de los mismos se ha registrado en el 2019, para un total de US\$396, 979,500. Por otra parte, el menor índice de exportaciones de servicios no tradicionales desde la República Dominicana hacia Estados Unidos, se ha registrado en el 2016 que corresponde a un total de US\$236,418,00.

La República Dominicana no cuenta con un registro oficial del total de las contrataciones a profesionales dominicanos, servicios de arte, diseño gráfico, moda, ofrecidos en el exterior, por lo cual los datos los datos suministrados a continuación representan las cifras ofrecidas por Comtrade en base al total de servicios empresariales, informáticos y de información, financieros, telecomunicaciones y seguros.

#### **4.4.2 Servicios no tradicionales exportados desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos durante el período 2016-2019 (Tabla 10)**

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
<b>Total de servicios no tradicionales exportados desde la República Dominicana hacia Estados Unidos</b>	US\$ 236,418,000	US\$ 296,194,000	US\$ 351,284,000	US\$ 369,979,500

Elaboración propia de los sustentantes. **Fuente:** Información obtenida de Comtrade.

# **CAPÍTULO V: PRESENTACIÓN APORTES A LA HUMANIDAD, CONOCIMIENTOS EMPÍRICOS, ANÁLISIS AUTÉNTICO DE LA METODOLOGÍA APLICABLE AL TEMA ESTUDIADO**

## **5.1 Encuesta**

Con el objetivo de recopilar datos como soporte a la investigación realizada, se llevó a cabo un análisis empleando como herramienta la encuesta, tomando como población objetivo a profesionales de distintas áreas e industrias de Santo Domingo (República Dominicana).

La encuesta realizada consiste en 16 ítems, los cuales permitieron identificar la percepción que poseen los profesionales y estudiantes de término de grado en distintas áreas, sobre la exportación de servicios no tradicionales, cuales industrias consideran como oportunidades para negociar en el exterior, aspectos a mejorar en el país para el desarrollo y exportación de los servicios no tradicionales, percepción de la tasa de crecimiento de los servicios no tradicionales, apreciación de las aptitudes de los profesionales dominicanos para brindar servicios en empresas norteamericanas, entre otros aspectos a considerar.

### **5.1.1 Población Objetivo**

Según la definición de Macarena Fernández Díaz (2018), la población objetivo se refiere al grupo de personas u objetos, que los investigadores toman en consideración para llegar a conclusiones sobre la investigación realizada. Se trata de un conjunto de elementos con características similares, que serán considerados objetos de estudio.

Atendiendo a lo anterior, la población seleccionada para el análisis del comportamiento de los servicios no tradicionales en la República Dominicana y su exportación, además de los beneficios y oportunidades de negocios que estos ofrecen al país, está conformada por diversos profesionales y estudiantes de término de grado en distintas áreas, de la provincia de Santo Domingo, República Dominicana, quienes demostraron tener conocimientos sobre los servicios no tradicionales y la importancia de los mismos para el crecimiento económico del país. La población se eligió con el propósito de contar con variadas opiniones de expertos, cuyo estudio y análisis puedan arrojar respuestas certeras y de provecho que sirvan de apoyo en el desarrollo de la investigación, con el fin de llegar a conclusiones satisfactorias.

Entre la población activa en el ámbito empresarial, artístico e industrial de Santo Domingo, República Dominicana, se seleccionó a un total de 245 personas, de las cuales el 65.1% corresponde a profesionales en distintas áreas, y el 34.9% a estudiantes de término en carreras de contabilidad, administración de empresa, medicina, publicidad, diseño gráfico, entre otras.

### 5.1.2 Muestra de Estudio

Para llevar a cabo el presente estudio se extrajo un segmento de la población total considerando lo explicado por Arias (2016), donde afirma que una muestra es un subconjunto representativo y finito que se extrae de la población accesible. Ésta debe ser una parte lo suficientemente representativa de la población, que permita llegar a generalizaciones.(P.83)

Con el fin de determinar a qué cantidad de personas debía aplicárseles la encuesta, con la garantía de que la misma arrojará resultados fiables y verídicos, se empleó la fórmula que permite calcular la muestra en función de una población finita, la misma es conocida como:

$$n = \frac{Z^2 (p)(q)(N)}{d^2(N - 1) + Z^2 (p)(q)}$$

**Donde:**

**N:** es el tamaño de la población

**P:** indica la probabilidad de éxito

**Z:** se refiere al nivel de confianza

**q:** indica la probabilidad de fracaso

**d:** se refiere al error porcentual máximo admisible

### 5.1.3 Cálculo de la Muestra

**Datos:**

**N:** 245 personas

**Z:** 1.96, según la distribución de Gauss, para garantizar una confiabilidad de un 95%.

**p:** 50% = 0.5

**q:** 50% = 0.5

**d:** 5% = 0.05

$$n = \frac{Z^2 (p) (q) (N)}{d^2 (N-1) + Z^2 (p)(q)}$$

$$n = \frac{1.96^2 (0.5) (0.5) (242)}{0.05^2 (245-1) + 1.96^2 (0.5)(0.5)}$$

$$n = \frac{3.8416 (61.25)}{0.0025 (244) + 3.8416 (0.25)}$$

$$n = \frac{235.2998}{0.61 + 0.9604}$$

$$n = \frac{235.2998}{1.5704}$$

$$n = 149.83$$

$$n \cong 149$$

### 5.1.4 Tipo de Muestreo

En la presente investigación se empleó un muestreo estratificado, que consiste en dividir a la población en subgrupos o estratos, para proceder a seleccionar aleatoriamente a los sujetos finales de los distintos estratos, quienes conformarán la muestra. Al realizar el cálculo de estratos para la muestra, se determinó que la muestra final es de 149 personas, lo cual representa un 60.81% del universo estudiado. A continuación, presentamos los cálculos de lugar para los estratos correspondientes:

**Datos:** $N$  = Universo estudiado $N_1$  = Educación $N_2$  = Industrias creativas (cine/  
audiovisual, arte, diseño gráfico, otros) $N_3$  = Salud $N_4$  = Ingeniería en sistema y  
computación $N_5$  = Área empresarial (Contadores,  
administradores de empresa, otros)

$$N = 50+40+36+49+70 = 245 \text{ personas}$$

$$N_1 = \frac{50}{245} \times 149 = 30$$

$$N_2 = \frac{40}{245} \times 149 = 24$$

$$N_3 = \frac{36}{245} \times 149 = 21.89 \approx 22$$

$$N_4 = \frac{49}{245} \times 149 = 29.8 \approx 30$$

$$N_5 = \frac{70}{245} \times 149 = 42.57 \approx 43$$

$$N_1 + N_2 + N_3 + N_4 + N_5 \\ = 149 \text{ personas como muestra}$$

<b>Estrato (Especialidad)</b>	<b>Total de la población</b>	<b>% del total del universo estudiado</b>	<b>Cantidad de muestra por estrato</b>
Educación	50	20.4%	30
Industrias creativas (Cine/audiovisual, arte, diseño gráfico, otros)	40	16.32%	24
Salud	36	14.70%	22
Ingeniería en sistema y computación	49	20%	30
Área empresarial (contadores, administradores de empresa, arquitectos, otros)	70	28.58%	43
<b>Total</b>	<b>245</b>	<b>100%</b>	<b>149</b>

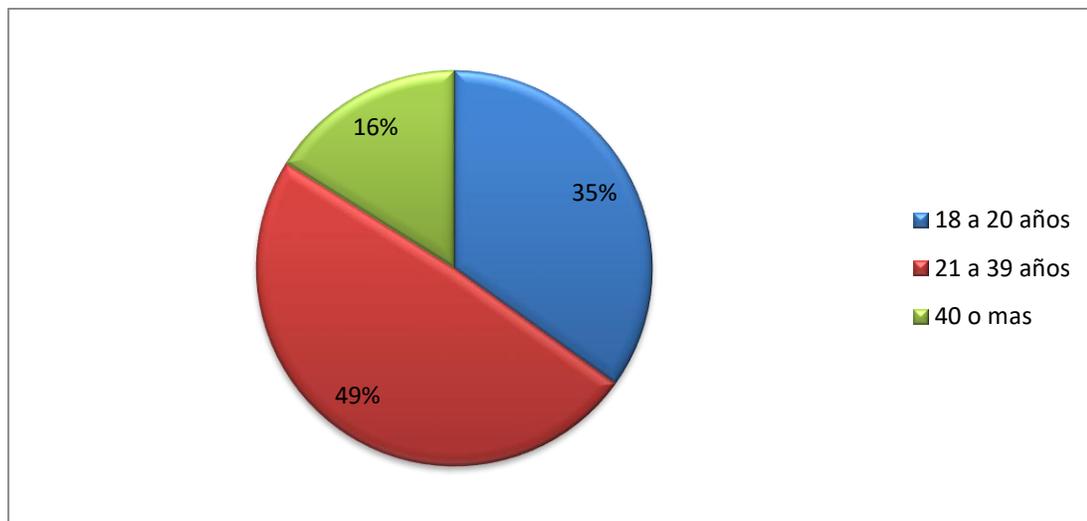
### 5.1.5 Resultados de la encuesta

Los resultados obtenidos fueron resumidos, organizados, tabulados y representados en forma grafica para mayor comprensión del lector. A continuación presentamos los resultados de la encuesta:

#### 5.1.5.1 Ítem 1. Edad de los encuestados

EDAD DE LOS ENCUESTADOS		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
18 a 20 años	52	35%
21 a 39 años	73	49%
40 o mas	24	16%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas*

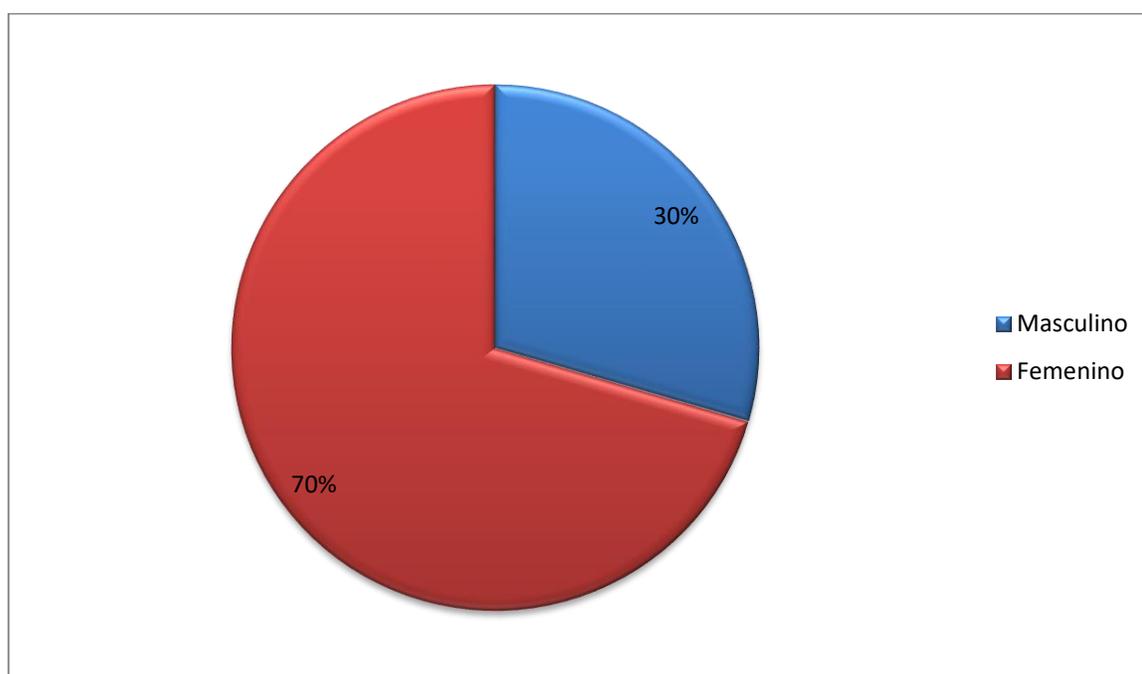


Según la información obtenida a través de la encuesta, se determinó que el 35% de la muestra encuestada tiene entre 18 y 20 años, un 49% ronda entre los 21 y 39 años, mientras que un 16% corresponde a una muestra de 40 años o más.

### 5.1.5.2 Ítem 2. Género de los encuestados

GÉNERO DE LOS ENCUESTADOS		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Masculino	44	29%
Femenino	105	71%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas

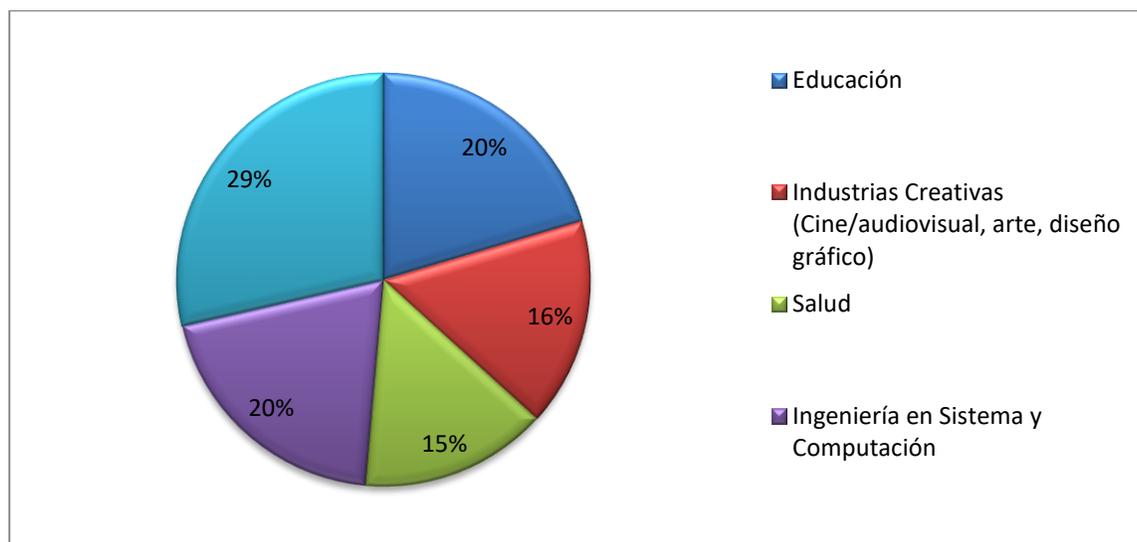


Tras la aplicación de la encuesta se pudo determinar que el 29% de la muestra encuestada eran hombres y el 71% restante eran mujeres.

### 5.1.5.3 Ítem 3. Área o Profesión de los encuestados

ÁREA O PROFESIÓN DE LOS ENCUESTADOS		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Educación	30	20%
Industrias Creativas (Cine/audiovisual, arte, diseño gráfico)	24	16%
Salud	22	15%
Ingeniería en Sistema y Computación	30	20%
Área Empresarial (Contador, administrador de empresa, otros)	43	29%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas

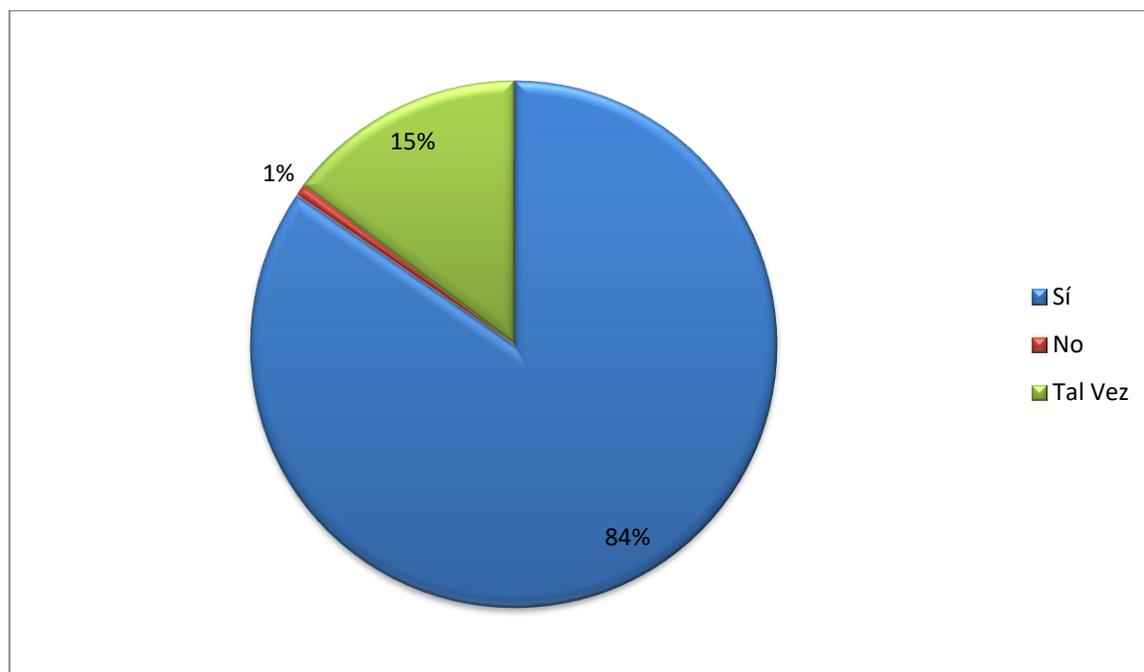


A través de la encuesta aplicada a distintos profesionales y estudiantes de término de distintas áreas, se determinó que el 20% de los encuestados corresponden al sector educación, un 16% a industrias creativas, un 15% al área de la salud, otro 20% a ingeniería en sistemas y computación, mientras que el 29% restante corresponde al área empresarial.

5.1.5.4 Ítem 4. Consideran los encuestados la globalización como una oportunidad para que los servicios no tradicionales formen parte de la oferta exportable de un país

CONSIDERAN LOS ENCUESTADOS LA GLOBALIZACIÓN COMO UNA OPORTUNIDAD PARA QUE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES FORMEN PARTE DE LA OFERTA EXPORTABLE DE UN PAÍS		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	126	84%
No	1	1%
Tal vez	22	15%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas*

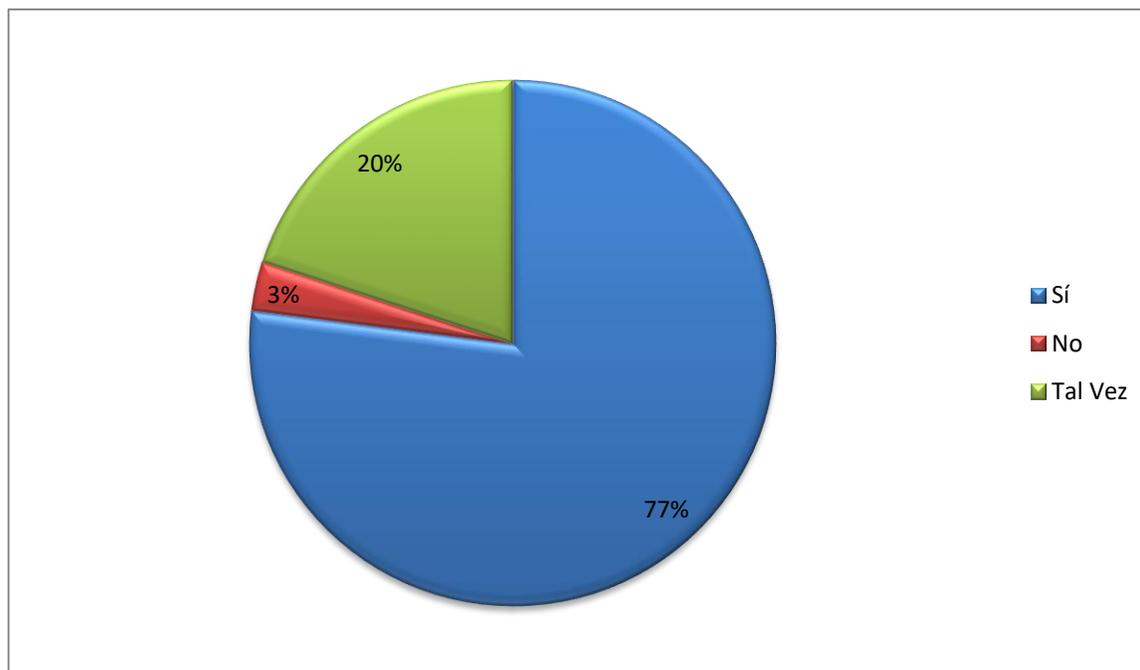


Según el resultado obtenido mediante la encuesta, un 84% de la muestra encuestada considera la globalización como una oportunidad para que los servicios no tradicionales formen parte de la oferta exportable de un país, mientras que un 15% considera que tal vez sea una oportunidad. Por otra parte, solo un 1% consideró que no.

5.1.5.5 Ítem 5. Consideran los encuestados que la exportación de servicios no tradicionales puede contribuir al PIB de la República Dominicana

CONSIDERAN LOS ENCUESTADOS QUE LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS NO TRADICIONALES PUEDE CONTRIBUIR AL PIB DE LA REPÚBLICA DOMINICANA		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	115	77%
No	5	3%
Tal Vez	29	20%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

*Fuente:* encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas

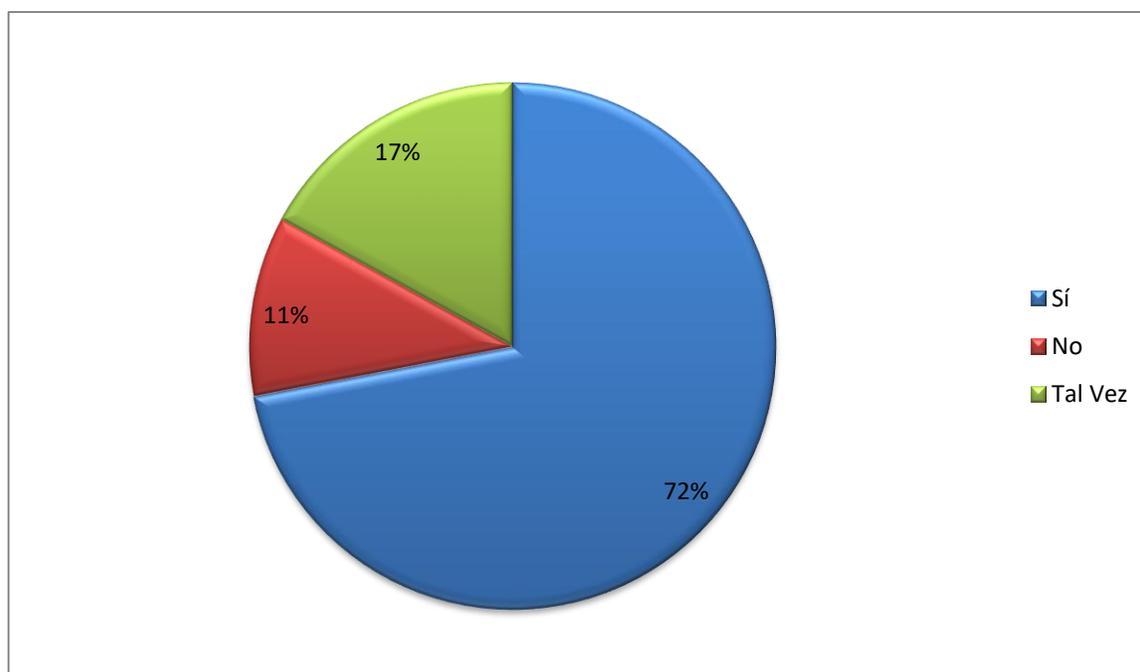


Según las informaciones obtenidas a través de la encuesta, el 77% considera que la exportación de servicios no tradicionales puede contribuir al Producto Interno Bruto de la República Dominicana, y un 20% considera que solo tal vez es esto posible. Por otra parte, un 3% consideró que no puede aportar contribución alguna.

5.1.5.6 Ítem 6. Consideran los encuestados la posibilidad de vender un servicio no tradicional en el exterior, tal y como se hace en el mercado nacional

CONSIDERAN LOS ENCUESTADOS LA POSIBILIDAD DE VENDER UN SERVICIO NO TRADICIONAL EN EL EXTERIOR, TAL Y COMO SE HACE EN EL MERCADO NACIONAL		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	107	72%
No	16	11%
Tal Vez	26	17%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas*

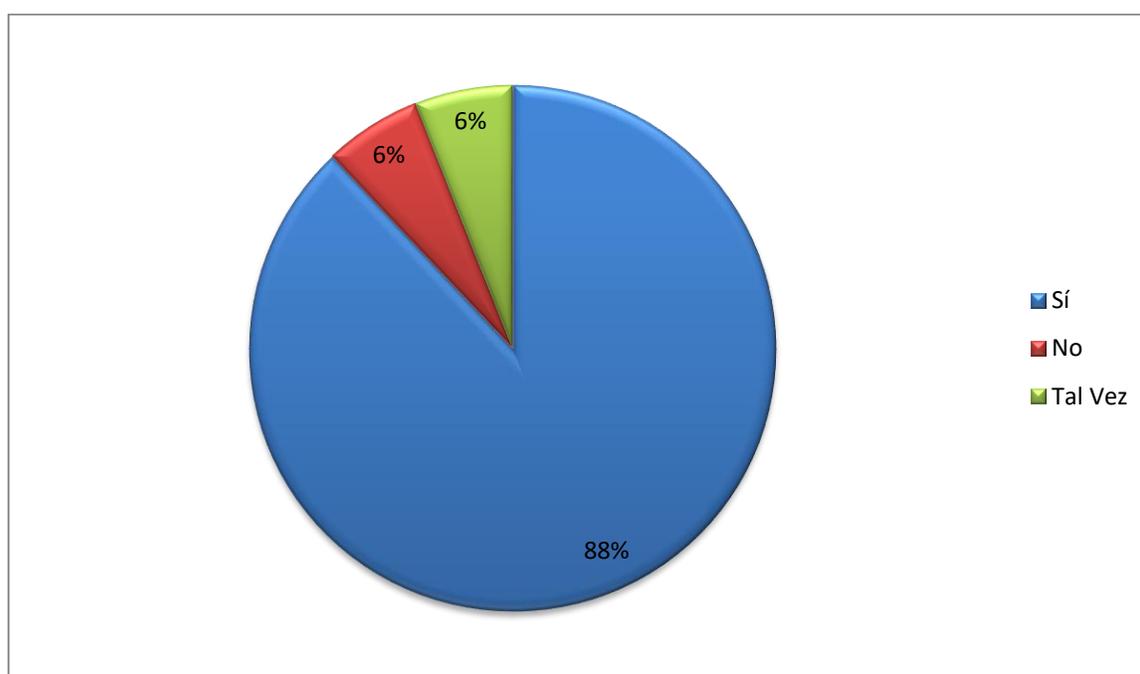


De acuerdo a las respuestas ofrecidas por la muestra encuestada, el 72% considera que es posible vender un servicio en el exterior tal y como se ofrece en el territorio nacional, mientras que un 17% considera que solo Tal vez. Por otra parte, un 11% considera que esto no es posible.

5.1.5.7 Ítem 7. Consideran los encuestados positivo para el país la contratación de empleados dominicanos en el exterior

CONSIDERAN LOS ENCUESTADOS POSITIVO PARA EL PAÍS LA CONTRATACIÓN DE EMPLEADOS DOMINICANOS EN EL EXTERIOR		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	131	88%
No	9	6%
Tal Vez	9	6%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas*

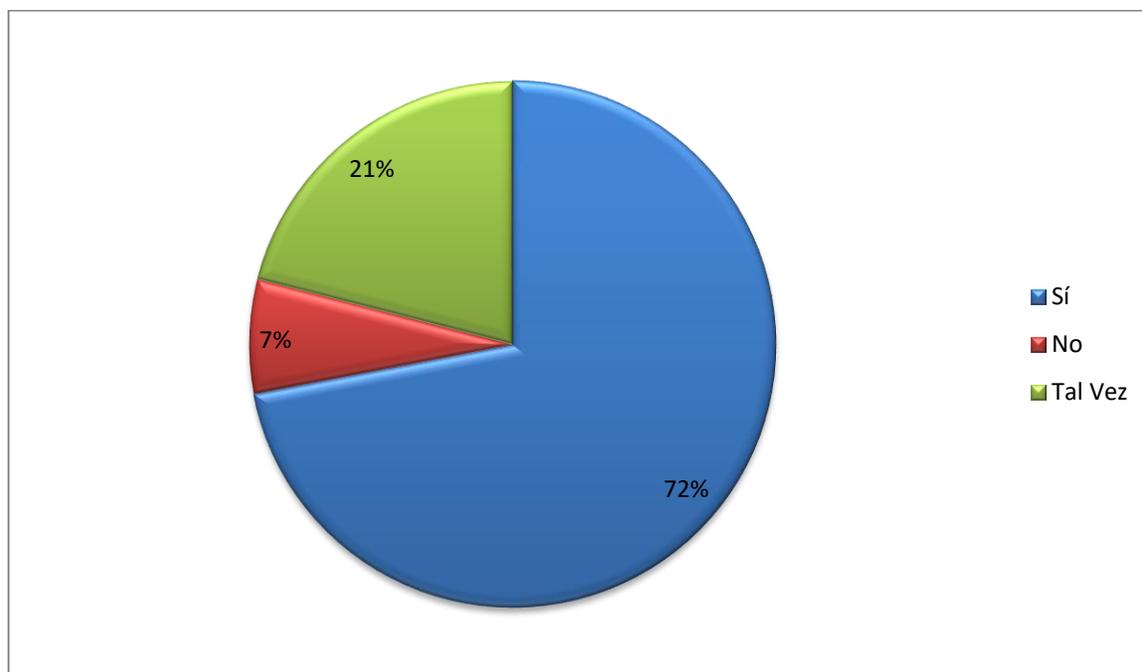


A través de la encuesta aplicada en la presente investigación, determinamos que el 88% de la muestra encuestada considera positivo para el país la contratación de empleados dominicanos en el exterior, mientras que un 6% considera que no. Por otra parte, otro 6% considera que tal vez sea positivo para el país.

5.1.5.8 Ítem 8. Consideran los encuestados que los profesionales dominicanos poseen las aptitudes necesarias para brindar servicios a empresas norteamericanas

CONSIDERAN LOS ENCUESTADOS QUE LOS PROFESIONALES DOMINICANOS POSEEN LAS APTITUDES NECESARIAS PARA BRINDAR SERVICIOS A EMPRESAS NORTEAMERICANAS		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	108	72%
No	10	7%
Tal Vez	31	21%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas*

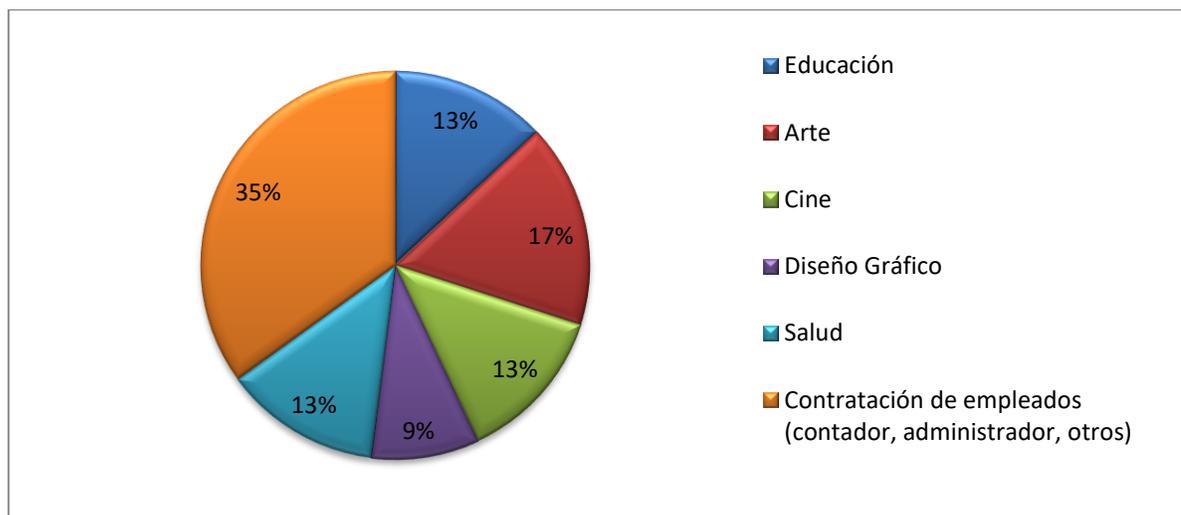


Según el resultado obtenido a través de la encuesta, determinamos que el 72% de la muestra encuestada considera que los profesionales dominicanos poseen las aptitudes necesarias para ofrecer servicios en empresas norteamericanas, mientras que un 21% considera que solo tal vez. Por otra parte, un 7% considera que no.

5.1.5.9 Ítem 9. Servicios no tradicionales ofrecidos por República Dominicana considerados favorables para su exportación a los Estados Unidos

SERVICIOS NO TRADICIONALES OFRECIDOS POR REPÚBLICA DOMINICANA CONSIDERADOS FAVORABLES PARA SU EXPORTACIÓN A LOS ESTADOS UNIDOS		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Educación	25	13%
Arte	28	17%
Cine	16	13%
Diseño Gráfico	13	9%
Salud	16	13%
Contratación de empleados (contador, administrador, otros)	51	35%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

*Fuente: encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas*

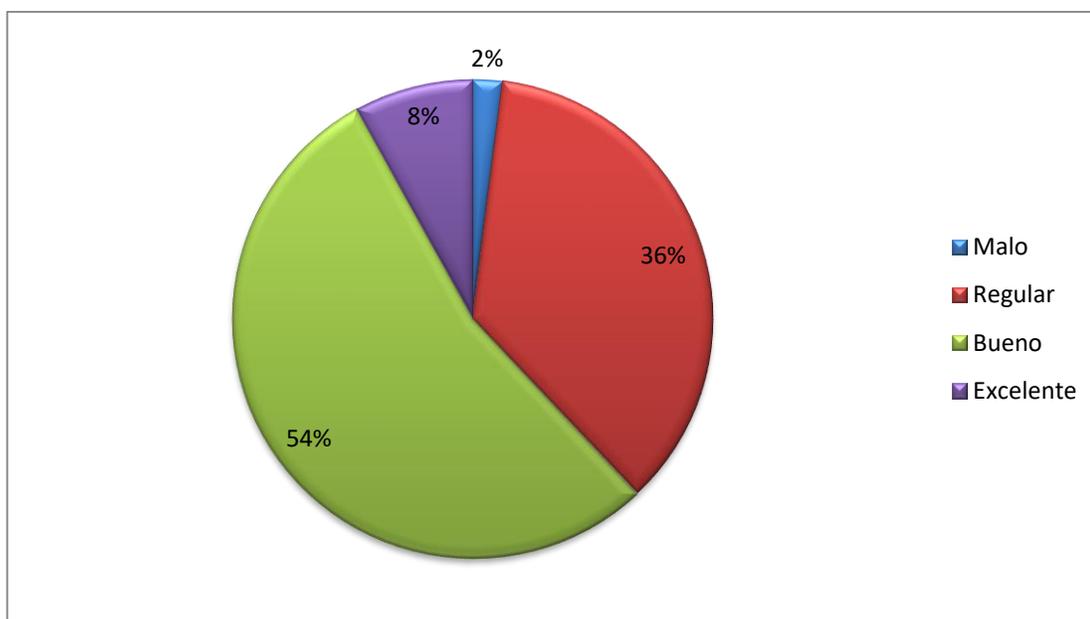


De acuerdo a los encuestados, el 35% considera que los contadores, administradores, entre otros profesionales de la misma rama, pueden exportar sus servicios a los Estados Unidos, mientras que un 17% considera que el sector educación es el más favorable para su exportación en el país. Por otra parte, un 17% considera que el arte es el área más favorable, un 13% considera que el cine, un 9% considera que el diseño grafico, mientras que un 13% se inclinó por el sector salud.

**5.1.5.10 Ítem 10. Calificación del desempeño de la industria creativa en la República Dominicana, centrándose en los sectores Cine/Audiovisual y Música**

<b>CALIFICACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LA INDUSTRIA CREATIVA EN LA REPÚBLICA DOMINICANA, CENTRÁNDOSE EN LOS SECTORES CINE/AUDIOVISUAL Y MÚSICA</b>		
<b>INDICADOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Malo	3	2%
Regular	53	36%
Bueno	81	54%
Excelente	12	8%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas

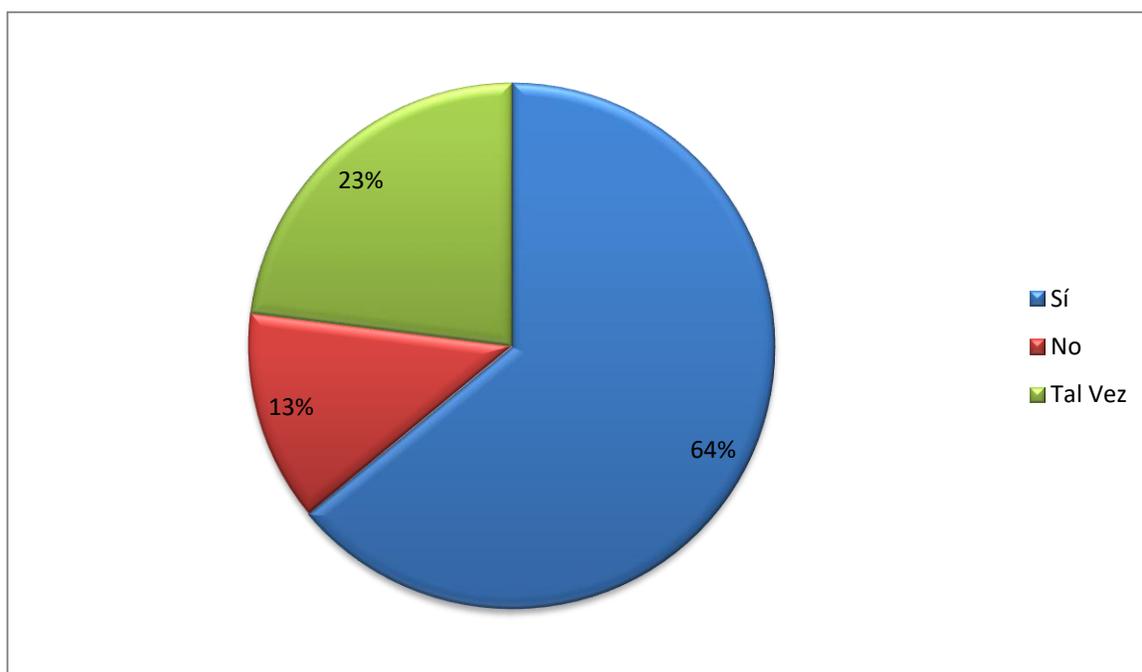


Según el resultado obtenido a través de la encuesta, el 54% de los encuestados califica la industria creativa, centrándose en los sectores cine/audiovisual y música, de la República Dominicana como buena, mientras que un 36% la califica como regular. Por otra parte, un 8% califica este sector excelente en el país, mientras que un 2% lo califica como malo.

**5.1.5.11 Ítem 11. Consideran los encuestados el turismo de salud como una oportunidad de negocio para la República Dominicana con los Estados Unidos**

<b>CONSIDERAN LOS ENCUESTADOS EL TURISMO DE SALUD COMO UNA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO PARA LA REPÚBLICA DOMINICANA CON LOS ESTADOS UNIDOS</b>		
<b>INDICADOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Sí	96	64%
No	19	13%
Tal Vez	34	23%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas

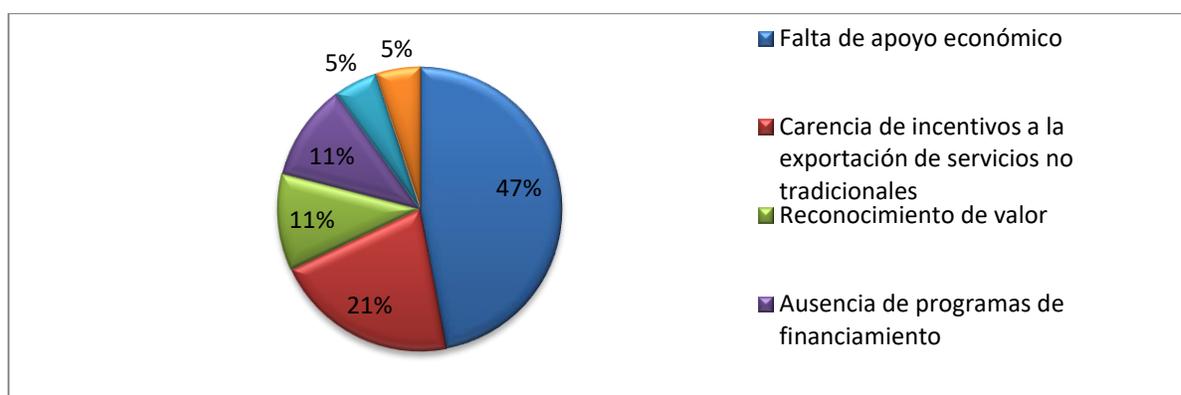


Tomando en cuenta los resultados obtenidos a través de la encuesta, un 64% de la muestra encuestada considera que el turismo de salud representa una oportunidad de negocio para el país con los Estados Unidos, un 13% considera que no es posible que exista oportunidad de negociar en lo que respecta al turismo de salud, mientras que un 23% considera que tal vez este sector represente una oportunidad.

**5.1.5.12 Ítem 12. Retos/Desafíos que enfrenta la República Dominicana en la exportación de servicios no tradicionales**

RETOS/DESAFÍOS QUE ENFRENTA LA REPUBLICA DOMINICANA EN LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS NO TRADICIONALES		
INDICADOR	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Falta de apoyo económico	65	47%
Carencia de incentivos a la exportación de servicios no tradicionales	34	21%
Reconocimiento de valor	17	11%
Ausencia de programas de financiamiento	17	11%
Falta de un marco legal regulatorio	8	5%
Carencia de plataforma electrónica con información detallada	8	5%
TOTAL	149	100%

**Fuente:** encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas

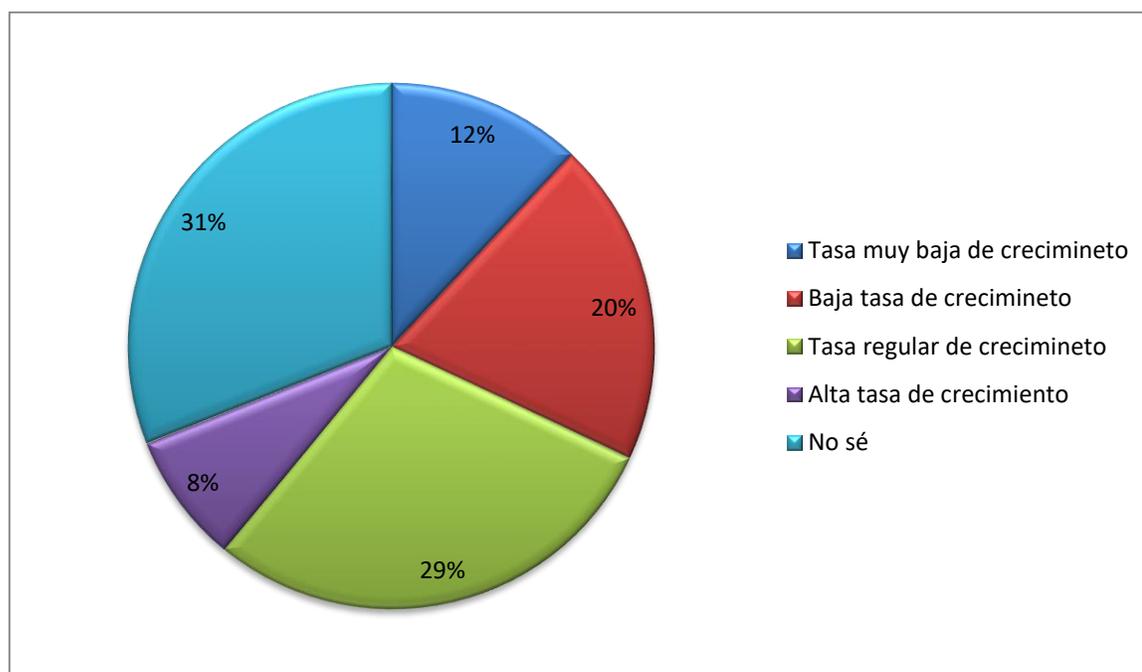


De acuerdo a los encuestados, el 47% considera que es un desafío para la exportación de servicios no tradicionales la falta de apoyo económico, un 21% considera que la carencia de incentivos a la exportación, un 11% considera que el reconocimiento de valor, otro 11% considera que es la ausencia de programas de financiamiento, un 5% considera que la falta de un marco legal regulatorio, mientras que el 5% restante considera que es la carencia de una plataforma electrónica detallada.

**5.1.5.13 Ítem 13. Percepción sobre la tasa de crecimiento que obtuvo el desarrollo de los servicios no tradicionales durante el período 2016-2019**

<b>PERCEPCIÓN SOBRE LA TASA DE CRECIMIENTO QUE OBTUVO EL DESARROLLO DE LOS SERVICIOS NO TRADICIONALES DURANTE EL PERÍODO 2016-2019</b>		
<b>INDICADOR</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Tasa muy baja de crecimiento	18	12%
Baja tasa de crecimiento	29	20%
Tasa regular de crecimiento	43	29%
Alta tasa de crecimiento	12	8%
No sé	47	31%
<b>TOTAL</b>	<b>149</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** encuesta realizada a profesionales y estudiantes de término de distintas áreas



Según el resultado obtenido a través de la encuesta, se determinó que un 12% de los encuestados consideran que durante el 2016-2019 la tasa de crecimiento de los servicios no tradicionales fue muy baja, un 20% considera que fue baja, un 29% considera que la tasa de crecimiento fue regular, un 8% considera que fue alta, mientras que el 31% no sabe cómo fue la tasa de crecimiento que obtuvo el desarrollo de los servicios no tradicionales.

### **5.1.6 Análisis de la encuesta**

Según lo planteado por Balestrini Acuña (2016), la fase de interpretación basándose en los resultados del análisis y entrelazada con ella, permite realizar inferencias de los objetos sometidos a estudio y extraer conclusiones en cuanto a los hallazgos encontrados. Tomando esto en cuenta, realizamos una interpretación de la información obtenida en la encuesta.

El primer aspecto analizado en la encuesta fue la edad. A través del mismo, buscamos determinar el rango de edad predominante entre la muestra estudiada, para así establecer una relación y comparación entre la edad y las respuestas ofrecidas, atendiendo a la misma. Entre la muestra seleccionada se encontraban profesionales y estudiantes de término de distintas áreas.

Según los resultados obtenidos, determinamos que el 49% de la muestra estudiada se encuentran en el rango de 21 a 39 años, mientras que un 16% abarca el rango que va de 40 años o más. Por otra parte, un 35% se encontraba en el rango de 18 a 20 años que corresponde a los estudiantes de término de distintas áreas. A todo esto, realizamos una comparación en las respuestas ofrecidas entre cada rango de edad, y determinamos que en su gran mayoría todas coincidían o tenían una fuerte relación en sí.

Al analizar el ítem 3, buscamos conocer el área o profesión en la que se desempeñan los encuestados, para mantener una relación entre los mismos y las respuestas ofrecidas. Según el resultado obtenido, el 29% correspondía al área empresarial (administración de empresas, contabilidad, otros), seguido de educación e ingeniería en sistemas y computación, ambos

con un 20% del total encuesta. Al finalizar la encuesta, determinamos que la mayoría de los encuestados son pertenecientes al área empresarial, y que los mismos cuentan con un potencial para brindar servicios no tradicionales.

Según los resultados obtenidos en el ítem 5, el 77% de los encuestados considera que la exportación de servicios no tradicionales puede contribuir al PIB de la República Dominicana, lo que demuestra que la visión de exportar un servicio no tradicional para contribuir en el desarrollo de la economía dominicana, se encuentra en la mayoría de las personas encuestadas, es decir, al realizar un estudio la mayoría de los encuestados ve un potencial en explotar el sector de servicios no tradicionales en el país.

Tomando esto en cuenta, al analizar el ítem 11, sobre el servicio conocido como turismo de salud, determinamos que el 64% de las personas encuestadas considera como una oportunidad de negocio explotar este sector, especialmente en los Estados Unidos, tomando en cuenta que muchos norteamericanos acuden a la República Dominicana para hacerse cirugías plásticas, entre otros tipos de atenciones médicas, lo que nos deja en evidencia el potencial que posee el país en el área de la salud. Este es un ejemplo claro de un servicio no tradicional con potencial para ser exportado a tierras norteamericanas.

En otro aspecto, en el ítem 12, que se basa en los retos o desafíos que enfrenta el país en cuanto a la exportación de este servicio, se determinó que el 47% de las personas considera que el principal desafío para la exportación del mismo es la falta de apoyo económico, es decir, el gobierno no brinda el apoyo económico a este sector, por otra parte un 11% respondió que la carencia de incentivos a la exportación de servicios no tradicionales es el

reto principal. Además, otro 11% considera que el principal desafío es la falta un marco legal regulatorio.

Tomando en consideración y retrocediendo al ítem 9, el 35% de los encuestados considera que el servicio no tradicional con más potencial para ofrecer en USA, es la contratación de empleados (contadores, administradores, otros) por parte de sus empresa y demás, por otra parte le sigue el arte con un 17%, luego cine, educación y salud, todos con un 13%, y finalmente diseño grafico con un 9%. En este aspecto, las opiniones de los encuestados son muy variadas, pero la mayoría apuesta por la contratación de empleados en el exterior, no obstante, es evidente que el país posee talento en varias áreas y que con el apoyo necesario puede convertirse en un fuerte para la nación.

## **5.2 Entrevistas**

Las entrevistas fueron realizadas con el objetivo de recolectar datos desde las perspectivas personales-profesionales de los entrevistados.

Para determinar el conocimiento que los entrevistados poseen de los servicios no tradicionales, así como los beneficios que les puede traer y retos que puedan enfrentar en cuanto a las exportaciones a los Estados Unidos, se consideraron las personas que se encargan de ofrecer servicios no tradicionales y que se encuentran activas en el mercado.

### **5.2.1 Entrevista a Noemy Francisco Yean**

#### **Profesión: Diseño de modas**

A través de esta entrevista la Sta. Noemy expresa no tener gran conocimiento en los servicios no tradicionales ni lo que estos puedan significar, la misma alega no poseer conciencia a profundidad de los beneficios que pueden traer la exportación de sus servicios, además de una marca más reconocida y la expansión de sus productos.

Esta expresa que la falta de educación e información sobre los servicios no tradicionales es uno de los retos que el mismo posee y que por ende no esté tan desarrollado como podría estarlo.

La misma estaría más que interesada con el hecho de poder exportar sus servicios hacia los Estados Unidos, exponiendo la oportunidad que estaría alcanzando al hacerlo.

### **5.2.2 Entrevista a Mary Claudia Pérez Rodríguez**

#### **Profesión: ofrece servicios editoriales**

A través de la entrevista se dio a notar que la señorita no poseía información a profundidad de lo que significaban los servicios no tradicionales como concepto, pero si tenía el conocimiento de los beneficios que le traía el mismo a sus servicios, así como logro identificar algunos de los retos que el mismo presentaba y los que obstaculizaban su desarrollo, que desde su perspectiva fueron los siguientes:

- La falta de educación e información que existe sobre el tema
- La centralización que el país tiene con el sector primario y manufacturero
- La falta de incentivo gubernamental en el país

También, expreso que el no contar con una institución reguladora de dicho sector era un desafío, puesto, que un civil por sí solo no posee la relación con una empresa extranjera o no tiene el acceso requerido a la información de la misma y que el hecho de exportar sus servicios hacia los Estados Unidos estaría favoreciendo grandemente su marca y trabajo.

### **5.2.3 Entrevista a Esteban González**

#### **Profesión: ofrece servicios de arquitectura**

De acuerdo a las respuestas ofrecidas por el entrevistado, determinamos que el mismo no posee conocimientos sobre el significado de los servicios no tradicionales, no obstante está consciente de los beneficios que puede ofrecer la exportación del servicio que este ofrece.

Según el punto de vista del entrevistado, este considera que la falta de competitividad y regulaciones de manera local con respecto al resto de países, es una de las principales dificultades que presenta el comercio internacional por el poco desarrollo de este tipo de servicios en el país. Por otra parte, el mismo considera que la causa por la cual este sector no está tan desarrollado en el país es la falta de normas, reglas y leyes que apoyen y evalúen a nuestros profesionales o productores, para lograr una competencia real y leal al momento de exportar y competir con nuestros productos.

Uno de los principales obstáculos que tienen los servicios no tradicionales es la gran carga impositiva a la cual nos enfrentamos y la falta de regulaciones de honorarios profesionales para hacer una competencia leal y justa para todos. Según las respuestas ofrecidas por el entrevistado, este no es exportador de servicios, pero le gustaría serlo, y que además considera Estados Unidos como un país competitivo para la exportación de servicios. Por

otra parte, el mismo alega haber investigado para ofrecer servicios en el exterior pero no obtuvo información necesaria para lograr su objetivo.

### **5.3 Análisis del Comportamiento de las exportaciones de servicios no tradicionales desde República Dominicana hacia Estados Unidos, durante el período 2016-2019**

Estados Unidos es una de las grandes potencias del mundo, que cuenta con muchos recursos y avances tecnológicos, colocándose como uno de los países más desarrollados, y un gran atractivo para las naciones en desarrollo. Al finalizar el año 2019, el país obtuvo 83,67 puntos en el Índice de Competitividad.

El sector servicios en los Estados Unidos es la principal fuente de ingresos, representando en el 2016 el 67,3% de su economía. Los servicios profesionales y otros dirigidos a empresas aportaron el 12,4% del PIB, mientras que educación y sanidad el 12,1%. Para el 2017, los servicios representaron el 67,4%, siendo el 7,5% de bancas y seguros, un 11,8% a servicios profesionales y empresariales, mientras que educación y sanidad un 8,4%.

En el año 2018, el sector servicios representó el 66,3%, siendo los servicios financieros (banca y seguros) un 7,4%. Los servicios profesionales y otros dirigidos a las empresas aportaron el 12,6% del PIB y la educación y sanidad el 8,7%. En lo que respecta al año 2019, el sector servicios ha presentado altas y bajas, puesto que presentó un decaimiento en cuanto a la actividad no manufacturera, por lo que se estima que el sector servicio se mantuvo con el mismo porcentaje del 2018, o disminuyó un pequeño porcentaje de 66,3% a 66,2%.

Los servicios no tradicionales provienen principalmente de la innovación de profesionales de distintas áreas y valor agregado que estos puedan añadir. La globalización ha contribuido al desarrollo de los servicios no tradicionales en los últimos años. Es evidente que en países como la República Dominicana y los Estados Unidos, el uso de la tecnología para brindar un tipo de servicios es un hecho. Un ejemplo claro, es el de profesores dominicanos dando clases, asesorías o tutorías a estadounidenses a través de conferencias mediante la web, o por video llamadas.

La República Dominicana en los últimos años ha desarrollado y acogido el sector de los servicios. Durante el período del 2016-2019 la práctica de los servicios no tradicionales tomó mayor fuerza, puesto que la población comenzó a identificar el potencial que yace en este sub-sector. En años anteriores no se le otorgaba el reconocimiento debido a este tipo de servicio, por lo que su desarrollo no ha causado un gran impacto en la economía dominicana. Sin embargo, es a partir del 2016 cuando el país expandió su visión, y comenzó a optar por buscar nuevas estrategias y nuevos enfoques que contribuyan al crecimiento y desarrollo de la nación.

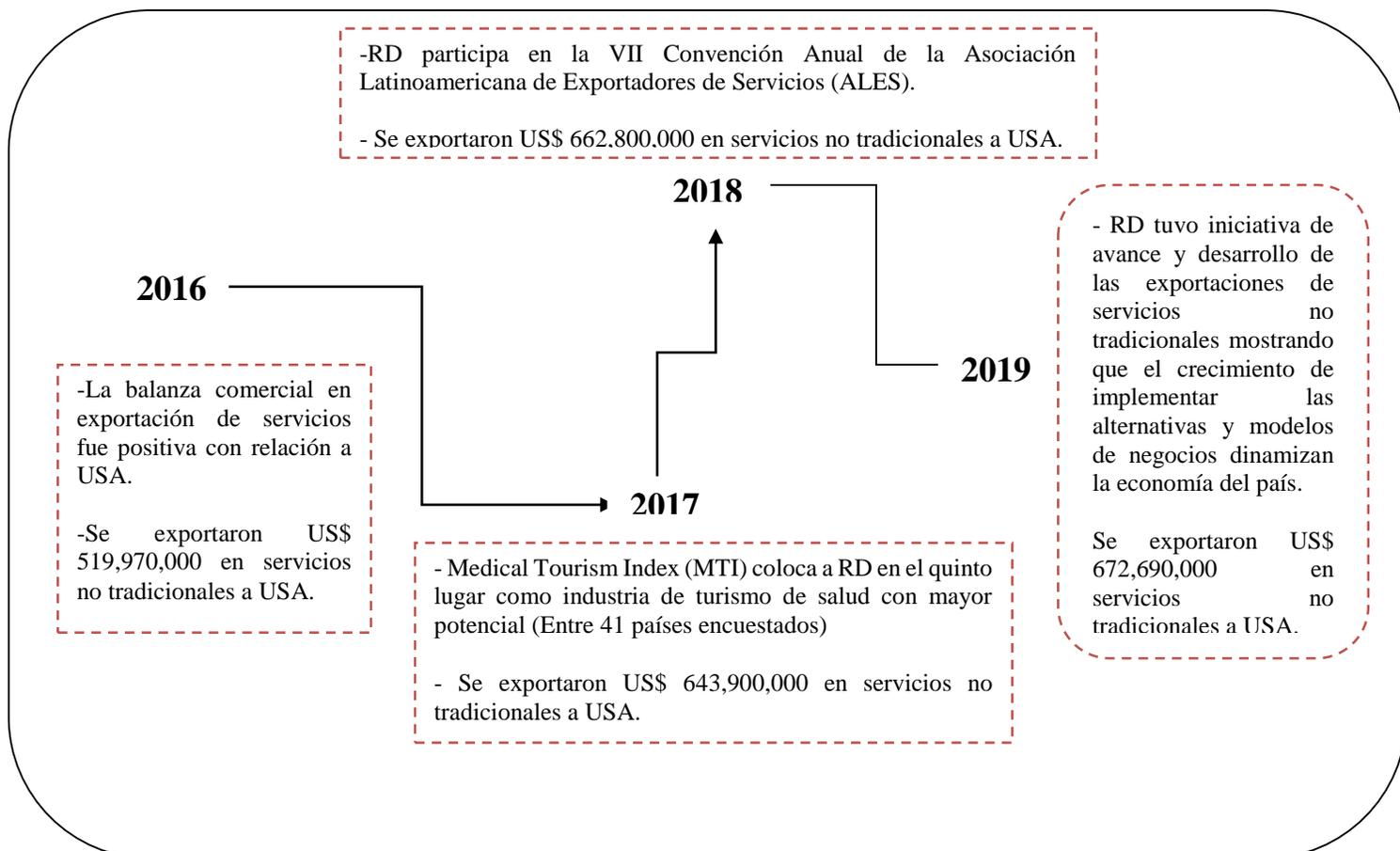
Algunas de las áreas más destacadas en cuanto a los servicios no tradicionales son la de negocios, que implica la contratación de empleados dominicanos en el exterior, lo que ha aportado de una manera u otra a la economía dominicana, puesto que si un dominicano es contratado en el extranjero, una probabilidad es que este invierta el dinero que gane en el país. El área de los negocios implica la contratación de administradores, contadores, entre otros. Por otra parte, está el turismo de salud, que durante el 2016 adquirió más fuerza.

En el año 2016, la balanza comercial del país en exportación de servicios fue positiva en relación a los Estados Unidos. El país exportó un total aproximado de US\$ 519,970,000 en materia de servicios no tradicionales. Para el año 2017 el país exportó un total aproximado de US\$ 643,900,00 en servicios no tradicionales hacia los Estados Unidos.

En el 2018 las exportaciones de servicios no tradicionales desde República Dominicana hacia Estados Unidos tuvieron mayor fuerza, por el auge en la contratación de empleados dominicanos por empresas norteamericanas, además de los servicios ofrecidos por docentes dominicanos a estudiantes estadounidenses. Por otra parte, se destacan los servicios de traducciones, que consiste en contratar a dominicanos para realizar traducciones médicas, entre otras. Durante ese período se exportó un total de US\$ 662,800,000 hacia los Estados Unidos.

En el 2019, los servicios no tradicionales adquirieron mayor reconocimiento por la sociedad dominicana, apoyándose en el uso de la tecnología y otros recursos, muchos dominicanos ofrecen sus servicios a estadounidenses. Hoy en día hay jóvenes del país con programas de conferencias, y aplicaciones para enseñar español a estadounidenses, además de enseñarles sobre la cultura y costumbres dominicanas, como es el caso de Enmanuel Reyes y su programa "Emma" para enseñar español, entre otros. En el 2019, el total de servicios no tradicionales exportados hacia Estados Unidos fue aproximadamente de US\$ 672,690,000.

### 5.3.1 Trayectoria de las exportaciones de servicios no tradicionales desde República Dominicana hacia Estados Unidos (Ilustración I)



### 5.3.2 Proyección del crecimiento de las exportaciones de servicios desde República Dominicana hacia Estados Unidos

Tomando en cuenta los datos suministrados en el capítulo IV, bajo el tema 4.6.1 sobre las exportaciones de servicios desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos durante el período 2016-2019, llevamos a cabo una proyección basada en el comportamiento de las exportaciones de servicios, además de un análisis del valor esperado durante un período determinado.

**Datos:****Exportaciones de servicios (US\$)**

2016	2017	2018	2019
6,300.10	6,470.34	7,263.20	7,371.94

Año (X)	Exportaciones de servicios a US\$ millones (Y)
2016	6,300.10
2019	7,371.94

**Determinación del año en el que las exportaciones de servicios pueden llegar a US\$ 10,000 millones siempre que se mantengan las condiciones actuales, Y= US\$ 10,000 mientras que X= año valor esperado**

$$Y - Y_1 = \frac{Y_2 - Y_1}{X_2 - X_1} (X - X_1)$$

$$X_1 = 0 \quad Y_1 = 6,300.10$$

$$X_2 = 3 \quad Y_2 = 7,371.94$$

$$Y - 6,300.10 = \frac{7,371.94 - 6,300.10}{3 - 0} (X - 0)$$

$$Y - 6,300.10 = \frac{1,071.84}{3} (X)$$

$$Y - 6,300.10 = 357.28 (X)$$

**Sustituimos a Y por su valor:**

$$10,000 - 6,300.10 = 357.28 (X)$$

$$3,699.9 = 357.28 (X)$$

$$\frac{3,699.9}{357.28} = X$$

$$10.35 = X$$

$$Y = X (\text{redondeado a menor}) + (\text{Último año base})$$

$$Y = 10 + 2016$$

$$Y = 2026$$

**Cálculos:**

a) Igualamos X1 a 0 porque representa al año tomado como base, y así simplificar el cálculo.

b) Igualamos X2 a 3 porque representa la diferencia entre 2019 y 2016.

**Conclusión:**

De acuerdo al cálculo realizado, se espera que para el año 2026 las exportaciones de servicios desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos se hayan incrementado aproximadamente a unos US\$ 10,000.00 millones.

### Valor de las exportaciones de servicios esperado en cuatro (4) años:

$$Y - 6,300.10 = 357.28 \text{ (X)}$$

$$Y - 6,300.10 = 357.28 \text{ (4)}$$

$$Y - 6,300.10 = 1,429.12$$

$$Y = 1,429.12 + 6,300.10$$

$$Y = 7,729.22$$

#### Conclusión:

Al realizar un cálculo sobre el valor esperado de las exportaciones de servicios desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos en cuatro (4) años, se determinó que el valor aproximado sería de unos US\$ 7,729.22 millones.

## 5.4 Análisis de las oportunidades de negocios en la exportación de servicios no tradicionales desde República Dominicana hacia los Estados Unidos

República Dominicana y Estados Unidos cuentan con una relación dinámica, desde que las relaciones diplomáticas entre estos dos países iniciaron en 1884, el país del norte de América siempre ha mostrado interés en la isla de la República Dominicana y por las ventajas empíricas que posee, el país cuenta con diversos puntos que le convierten en atractivo ante el foco de negociaciones en el extranjero, por características como su ubicación geográfica y demás.

República Dominicana cuenta con una oferta exportable de profesionales de todo tipo de áreas y especialidades, sedientos de oportunidades para desarrollarse profesionalmente e internacionalmente, llenos de nuevas ideas y con las ganas que expandir sus horizontes, lo hace que las oportunidades de negocios existentes entre República Dominicana y los Estados Unidos sean inmensurables.

La mayoría de las exportaciones de servicios dominicanos que se realizan a los Estados Unidos son de servicios empresariales, financieros, informáticos, artísticos, entre otros pero ninguno enfocado en desarrollar propuestas de nuevas ideas, aun así teniendo un potencial notorio, el cual podría ser explotado, por consiguiente de refleja la falta de crecimiento que ha presentado el sector de los servicios no tradicionales en el país y la exportación del mismo en los últimos años.

El alcance que presenta la República Dominicana ante la exportación de los servicios no tradicionales hacia los Estados Unidos es bastante amplia y extensa. Existen factores negativos que influyen en el desarrollo de este subsector económico, como la falta de apoyo en cuanto a instituciones financieras o un marco legal que regule el sector de los servicios, son de los aspectos que han evitado que el mercado de los servicios no tradicionales no haya tenido el crecimiento esperado, o haber estado más desarrollado.

El sector terciario de la economía, el sector de los servicios, es un mercado al cual se le puede sacar muchísimo provecho y a través del mismo colaborar con el desarrollo del país; específicamente exportando servicios de industrias emergentes, donde la oferta internacional aun es escasa. Existen alternativas que pueden fortalecer el crecimiento del sector si se implementan acciones como, Incentivar la innovación, explotar la capacidad de los profesionales emergentes, disminuyendo la tasa de mortalidad a través de una mejor calidad de vida, fomentar el emprendimiento, capacitar y orientar sobre el proceso de como exportar servicios, entre otros, estas acciones generarían nuevas oportunidades, contribuyendo con la formación educativa al darle paso a nuevas ideas y a la experimentación de las mismas y creando a una sociedad cada vez más consciente como resultado de la preparación en nuevas

y distintas áreas de formación. Los servicios no tradicionales son un sector que no se ha aprovechado en el país, por el perfil que aún tenemos de ser netamente exportadores de bienes y servicios tradicionales como el turismo, sin duda, fomentar el desarrollo de este subsector económico sería un avance significativo en la economía, podría ser uno de los pilares de la economía generando, más crecimiento en poco tiempo y mayor oportunidades de negocios con un país como el de los Estados Unidos sin lugar a dudas.

## CONCLUSIONES

Luego de concluido el análisis del comportamiento de las exportaciones de servicios no tradicionales hacia Estados Unidos en el periodo 2016-2019 y partiendo de los objetivos específicos así como de los demás factores de importancia analizados durante el desarrollo de este estudio, se presentan las siguientes conclusiones:

A través del tiempo se ha demostrado que el sector de servicios no tradicionales es rentable y a la vez han probado que son sinónimo de futuro y diversificación, ya que con el paso del tiempo han sido notorios los avances para el mundo empresarial, el cual está respaldado por la innovación. Las empresas o profesionales independientes, son exitosos por que han implementado la práctica del servicio no tangible, Estos no precisan de un espacio físico para realizar la venta de la actividad, monetizando la práctica de los mismos.

Respecto al crecimiento no depende solo del nivel de las exportaciones, sino también del grado de diversificación de las mismas, o de la base de exportación. Quienes así lo estiman han destacado la importancia de la diversificación, como uno de los principales determinantes del crecimiento, es por esto que luego de haber realizado la investigación pertinente nos dimos cuenta que nuestro país no posee ventajas para exportar servicios no tradicionales que evidentemente a nivel local están muy desarrollados y con el apoyo y la asesoría pertinente.

Un importante argumento formulado por algunos economistas en favor de la diversificación de las exportaciones de servicios no tradicionales, es que se tiende a aumentar el crecimiento económico del país exportador. Es por esto que Diversificar los servicios no tradicionales, tienen la importancia para potenciar un desarrollo económico.

Se deben implementar medidas dirigidas a reducir los obstáculos a la prestación de servicios para su exportación y facilitar la creación de empresas a través de la agilización de los procedimientos necesarios, la introducción de una tarifa de registro fija, y la supresión de los anticipos fiscales y estos siendo resultados de estudios a nivel general de igual forma comprende lo necesario que realiza una diversificación en las exportaciones de servicios no tradicionales.

Otras economías como Uruguay, trabajan por impulsar la exportaciones de servicios, un artículo publicado en un portal virtual llamado "Mundo Ediciones en 2018, mencionan que Uruguay trabaja "muy fuerte" para posicionarse como un país exportador de servicios no tradicionales en áreas como la arquitectura, la ingeniería, el diseño de muebles, las tecnologías de la información y el sector textil.

Las exportaciones de servicios han tenido un dinamismo súper interesante, en este país que de hecho, se está posicionando como un exportador de servicios y, en particular, de lo que son los servicios no tradicionales, que son un fuerte que está teniendo actualmente.

Dentro de sus estrategias es que poseen una agenda de actividades que buscan promover las exportaciones de servicios profesionales en rubros no tradicionales tanto dentro como fuera del país. Incluso han implementado una cadena de desarrollo de esta industria que vincula aspectos, gubernamentales.

El desafío es diversificar la oferta exportable del país, incorporando servicios a la cartera exportadora, para que las industrias creativas: cine, libros, cómics, locaciones y las artes

visuales, formen parte de un enfoque que amplía y diversifica el apoyo público para la internacionalización de todo tipo de prestación servicios no tradicionales para su exportación. Así, servicios vinculados a la cultura demuestran que no son un gasto, sino una inversión para el futuro del país y su identidad internacional.

Apoyar el desarrollo de esas estrategias genera más auge a esta industria, dándole apertura en mercados innovadores, que implementan acciones habilitantes que permiten que los nuevos profesionales puedan acceder a mercados globales desde sus diferentes plataformas de apoyo que generan empleos e impactan directamente a su economía.

Se realizaron proyecciones en base al comportamiento de las exportaciones de servicios no tradicionales desde República Dominicana a Estados Unidos, sosteniendo que de acuerdo a la tendencia presentada durante el período 2016-2019, las exportaciones de servicios incrementarán en un período estimado de 6 años, contando con ingresos de hasta 10,000 millones de USD para la República Dominicana.

La República Dominicana posee grandes oportunidades en la exportación de servicios no tradicionales al mundo, principalmente a los Estados Unidos debido al avance que ha tenido este sector en los últimos años. Los estadounidenses han solicitado un sin número de servicios ofrecidos por empresas dominicanas y la sociedad en sí, como es el caso de traducciones médicas, el turismo de salud, especialmente el área quirúrgica, entre otras. Por otra parte el cine dominicano ha adquirido mayor prestigio en los últimos años, además de servicios de arte, danza y canto.

La Coalición de servicios de la República Dominicana es uno de los organismos que más se ha enfocado en explotar el sector de los servicios no tradicionales en el país. La misma ha desarrollado talleres, conferencias y charlas, con el propósito de fomentar el desarrollo de este sector, y motivar a la sociedad dominicana a ofrecer este tipo de servicios en el exterior.

El comportamiento en la exportación de servicios no tradicionales desde la República Dominicana hacia los Estados Unidos durante los últimos cuatro años, son una muestra del gran potencial que posee nuestro país para ofrecer este servicios y contribuir de esta manera al desarrollo de la nación. Las oportunidades de negocios en este sector no son necesarias de destacar, pues las mismas halan por sí solas.

## BIBLIOGRAFIA Y FUENTES DE DOCUMENTACION

ALADI, OMC, BANCO MUNDIAL. (2017). *Informe de Comercio de Servicios, en los países miembros de ALADI.*

Aociacion Dominicana del turimo de la salud . (2020). *Datos del turismo de la salud .*  
Recuperado el 2020 de Febrero de 04, de <https://adtusalud.org/>

Banco Mext. (s.f.). Glosario .

Banco Mundial. (07 de Octubre de 2019). *República Dominicana: panorama general.*  
Recuperado el 13 de Febrero de 2020, de <https://www.bancomundial.org/es/country/dominicanrepublic/overview>

Banco Santander, S. (2019). *Cifras del comercio exterior.*

Barber, F. (2016). *¿QUIÉN INVENTÓ EL DISEÑO GRÁFICO?* Recuperado el 06 de Febrero de 2020, de <https://www.cocoschool.com/quien-invento-diseno-grafico/>

Beard Company. (Junio de 2016). *La curiosa historia de los cirujanos-barberos.* Recuperado el 06 de Febrero de 2020, de <https://www.machobeardcompany.com/blog/barberia-una-profesion-con-historia/>

Camara de Comercio de España. (s.f.). Tipos de Innovacion.

CEI-RD. (2017). *DR-CAFTA.* Recuperado el 04 de Febrero de 2020, de <https://cei-rd.gov.do/ceird/transparencia/publicaciones/Acuerdo%20-%20Libre%20Comercio%20DR-CAFTA.pdf>

CEI-RD. (2017). *EXPORTACIONES DE SERVICIOS IMPORTANCIA PARA EL MUNDO Y REP. DOMINICANA.* SANTO DOMINGO.

Corcino, P. (23 de 05 de 2019). *Turismo de salud en Republica Dominicana* . Recuperado el 2020 de 02 de 04, de <https://www.eldinero.com.do/83887/turismo-de-salud-aporto-a-republica-dominicana-us265-1-millones-en-2018/>

CUADRADO ROURA y DEL RÍO. (1990).

DailyFX. (23 mar. 2018). Flujos comerciales y flujos de capital. [https://www.dailyfx.com/espanol/educacion\\_forex/intermedio/2018/03/23/Flujos-Comerciales.html](https://www.dailyfx.com/espanol/educacion_forex/intermedio/2018/03/23/Flujos-Comerciales.html).

DatosMacro. (2019). *Estados Unidos - Índice de Competitividad Global*. Recuperado el 12 de Febrero de 2020, de <https://datosmacro.expansion.com/estado/indice-competitividad-global/usa>

Definicion.de. (s.f.). 2019. <https://definicion.de/acuerdo-internacional/>.

Delgado, E. (28 de febrero de 2017). *Intercambio comercial de RD con Estados Unidos*. Recuperado el 10 de Febrero de 2020, de <https://www.eldinero.com.do/37609/intercambio-comercial-de-rd-con-estados-unidos/>

Diccionario Forex. (2011). <https://efxto.com/diccionario/indicador-economico>.

Dirección de Inteligencia, CEI RD . (2017). *EXPORTACIONES DE SERVICIOS, IMPORTANCIA PARA EL MUNDO Y PARA*. santo domingo .

Doing Business. (2020). *Puntuación en la facilidad para hacer negocios*. Recuperado el 11 de Febrero de 2020, de <https://espanol.doingbusiness.org/es/data/doing-business-score?topic=starting-a-business>

Economic Tic. (s.f.). Crecimiento economico. *Economic Tic* , <https://economytic.com/crecimiento-economico-y-producto-interior-bruto/>.

Economipedia. (2019). Historia del comercio internacional.  
<https://economipedia.com/definiciones/comercio-internacional.html>.

Economipedia.com. (2019).

Emprende Pyme. (2018). ¿Qué es la internacionalización de las empresas?  
<https://www.emprendepyme.net/que-es-la-internacionalizacion-de-las-empresas.html>.

Espacio Visual Europa (EVE) . (2016).

Euromonitor. (2016). *GM servicios - Estados Unidos* .

Fermin, D. (08 de 11 de 2019). *Innovacion tecnologica en Rep. Dom.* Recuperado el 02 de Febrero de 2020, de <https://www.eldinero.com.do/93141/republica-dominicana-necesita-regular-la-innovacion-tecnologica/>

Finanzas y economia. (2019). Concepto de Globalizavion. *Bolsa Mania, Finacial Red* ,  
<https://www.finanzas.com/concepto-de-globalizacion>.

Gestiopolis.com. (s.f.).

IEBS SCHOOL BUSSINES. (s.f.). <https://www.iebschool.com/blog/internacionalizar-empresa-negocios-internacionales/> .

Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI). (s.f.).  
<https://www.inapi.cl/portal/institucional/600/w3-article-1192.html>.

KON . (2006). *Caracteristicas economicas*.

KPMG. (11 de 04 de 2018). *Estados Unidos nombrado líder global de innovación tecnológica.* Recuperado el 12 de Febrero de 2020, de <https://home.kpmg/co/es/home/media/Notas%20de%20prensa/2018/04/el-impacto-de-la-industria-turistica-en-la-economia.html>

Marcelo Zalazar e Ileana Rosario. (25 de AGOSTO de 2018). Panoraa del Comercio de Servicios de Rep.Domincana. *EL DIARIO LIBRE* , pág. WEB.

MICM. (2018). *El Monitor de Industria y Comercio*.

Ministerio de Asuntos Exteriores. (Junio de 2019). Recuperado el 23 de Enero de 2020, de [http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ESTADOSUNIDOS\\_FICHA%20PAIS.pdf](http://www.exteriores.gob.es/Documents/FichasPais/ESTADOSUNIDOS_FICHA%20PAIS.pdf)

MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y MIPYMES. (2019).

Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) . (2019).

n/a. (14 de 10 de 2012). *comercializacion internacional*. Recuperado el 22 de Enero de 2020, de [http://ednatsanchez.blogspot.com/2012/10/servicio-internacional-y-sus\\_7968.html](http://ednatsanchez.blogspot.com/2012/10/servicio-internacional-y-sus_7968.html)

OMC. (2020). *Acuerdo General Sbre el Comercio de Servicios*. Recuperado el 06 de Febrero de 2020, de [https://www.wto.org/spanish/tratop\\_s/serv\\_s/cbt\\_course\\_s/c1s1p1\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/tratop_s/serv_s/cbt_course_s/c1s1p1_s.htm)

Openmind BBVA. (s.f.). Reinventar la empresa en la era digital. *Modelos de negocio, tecnologías de la información y la empresa del futuro* .

Organizacion Mundial del comercio. (s.f.). Comercio de servicios.

Osés, J. (21 de 10 de 2016). *Caractrísticas de los Servicios* . Recuperado el 23 de Enero de 2020, de <https://www.buenosnegocios.com/notas/marketing-y-ventas/4-caracteristicas-los-servicios-n2570>

Overseas Private Investment Corporation.

Porter, M. E. (1991). *La ventaja competitiva de las naciones*. Ed. Vergara, Buenos Aires.

Prochile. (2018). *Servicios no tradicionales*.

- Richard L. Sandhusen. (14 de 10 de 2012). *Comercializacion internacional*. Recuperado el 22 de Enero de 2020, de [http://ednatsanchez.blogspot.com/2012/10/servicio-internacional-y-sus\\_7968.html](http://ednatsanchez.blogspot.com/2012/10/servicio-internacional-y-sus_7968.html)
- Santander. (2019). *ESTADOS UNIDOS: POLÍTICA Y ECONOMÍA*. Recuperado el 13 de Febrero de 2020, de <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/estados-unidos/politica-y-economia>
- Secretaria de Estado de Comercio. (08 de 2017). *Informe Economico y Comercial de los Estados Unidos*. Recuperado el 20 de Febrero de 2020, de [http://www.iberglobal.com/files/2017-2/usa\\_iec.pdf](http://www.iberglobal.com/files/2017-2/usa_iec.pdf)
- Secretaria de Estado de Comercio. (05 de 2019). *Informe Economico y Comercial de los Estados Unidos*. Recuperado el 20 de Febrero de 2020, de [http://www.iberglobal.com/files/2019-1/USA\\_iec.pdf](http://www.iberglobal.com/files/2019-1/USA_iec.pdf)
- Secretaria de Estado de Comercio. (10 de 2018). *Informe Economico y Comercial de los Estados Unidos*. Recuperado el 20 de Febrero de 2020, de [http://www.iberglobal.com/files/2018-2/USA\\_iec.pdf](http://www.iberglobal.com/files/2018-2/USA_iec.pdf)
- SICE- Sistema de Informacion sobre Comercio Exterior. (s.f.). **DICCIONARIO DE TÉRMINOS DE COMERCIO**.
- Sosa, J. R. (27 de 05 de 2018). *“El cine dominicano ya es marca internacional”*. Recuperado el 04 de Febrero de 2020, de <https://acento.com.do/2018/spk/8569687-dgcine-cine-dominicano-ya-marca-internacional/>
- Thompson, I. (08 de 2006). *Características de los Servicios*. Recuperado el 23 de Enero de 2020, de <https://www.promonegocios.net/mercadotecnia-servicios/caracteristicas-servicios.html>

## **ANEXOS**

### **ORDEN DE ANEXOS:**

1. Encuesta realizada a Profesionales y Estudiantes de término de distintas áreas
2. Preguntas de la Entrevista realizada a Mary Claudia Pérez, Noemy Francisco Yean y Esteban González
3. Fotos de los entrevistados
4. Anteproyecto de Trabajo de Grado
5. Prueba de Antiplagio

## Anexo 1.

Encuesta realizada a Profesionales y Estudiantes de término de distintas áreas

### Servicios No Tradicionales

Los servicios no tradicionales son el conjunto de actividades que realiza un profesional ya sea en el ámbito artístico, educativo, tecnológico, turístico o de salud entre otros, que no se centre en el rango de lo tradicional, como un profesor que imparta sus servicios de educación a universidades extranjeras a través de videoconferencias, o un diseñador que exporte sus conocimientos artísticos así como sus diseños a empresas de modas extranjeras de manera directa, sin pertenecer a una institución en sí.

Tomando esto en cuenta, por favor responder lo siguiente:

#### Ítem 1. Edad:

- a) 18 a 28 años      b) 29 a 39      c) 40 o más

#### Ítem 2. Sexo:

- a) Masculino      b) Femenino

#### Ítem 3. Área o profesión:

- a) Educación  
b) Industrias Creativas (Cine/Audiovisual, Arte, Diseño Gráfico)  
c) Salud  
d) Ingeniería en Sistema y Computación  
e) Área Empresarial (Contador, Administrador de empresas, otros)

#### Ítem 4. ¿La globalización representa una oportunidad para que los servicios no tradicionales formen parte de la oferta exportable de un país?

- a) Sí      b) No      c) Tal vez

#### Ítem 5. ¿Consideras que la exportación de servicios no tradicionales puede contribuir al PIB de la República Dominicana?

- a) Sí      b) No      c) Tal Vez

#### Ítem 6. ¿Consideras posible vender un servicio no tradicional en el exterior, tal y como se hace en el mercado nacional?

- a) Sí      b) No      c) Tal vez

**Ítem 7. ¿Consideras positivo para el país la contratación de profesionales dominicanos en el exterior?**

- a) Sí                      b) No                      c) Tal vez

**Ítem 8. ¿Consideras que los profesionales dominicanos cuentan con las aptitudes para brindar servicios en empresas norteamericanas?**

- a) Sí                      b) No                      c) Tal vez

**Ítem 9. ¿Cuáles servicios no tradicionales ofrecidos por la República Dominicana consideras favorables para su exportación a los Estados Unidos:**

- a) Arte
- b) Educación
- c) Servicios de traducción
- d) Diseño gráfico
- e) Cine
- f) Contratación de profesionales dominicanos (Contadores, administradores, etc.)
- g) Otro

**Ítem 10. ¿Cómo calificarías el desempeño de la industria creativa de la República Dominicana, especialmente los sectores de Cine/Audiovisual y música?**

- a) Regular              b) Bueno              c) Muy Bueno              d) Excelente

**Ítem 11.** El turismo de salud consiste en viajar a otro país para recibir atención médica, siendo República Dominicana uno de los principales destinos de atenciones médicas. Tomando esto en cuenta, **¿Consideras una oportunidad de negocio exportar este tipo de servicio a los Estados Unidos?**

- a) Sí                      b) No                      c) Tal vez

**Ítem 12. ¿Cuáles retos/desafíos consideras que enfrenta la República Dominicana en la exportación de servicios no tradicionales?**

- a) Falta de apoyo económico
- b) Reconocimiento de valor
- c) Ausencia de programas de financiamiento
- d) Carencia de incentivos a la exportación de servicios no tradicionales
- e) Falta de un marco legal regulatorio
- f) Carencia de plataforma electrónica con información detallada
- g) Otros

**Ítem 13. Según tu percepción, ¿Qué tasa de crecimiento consideras que obtuvo el desarrollo de los servicios no tradicionales durante el 2016-2019?**

- a) Tasa muy baja de crecimiento
- b) Baja tasa de crecimiento
- c) Tasa regular de crecimiento
- d) Alta tasa de crecimiento

## Anexo 2.

**Preguntas de la Entrevista realizada a Mary Claudia Pérez (servicios editoriales),  
Noemy Francisco Yean (Diseñadora de moda) y Esteban González (Arquitecto)**

### Entrevista:

- ✚ ¿A qué área profesional pertenece?
- ✚ ¿Sabe Usted a que nos referimos por servicios no tradicionales?
- ✚ ¿Conoce profundamente los beneficios que le puede ofrecerla exportación de sus servicios?
- ✚ Según su criterio, mencione las dificultades que presenta el comercio internacional por el poco desarrollo que muestran los servicios no tradicionales en el país
- ✚ ¿Cuál cree usted que sea la causa por la cual este sector no esté tan desarrollado en el país?
- ✚ ¿Cuáles son los retos u obstáculos más significativos que tienen los servicios no tradicionales según su criterio?
- ✚ ¿Es usted exportador de algún servicio hacia los Estados Unidos? Le gustaría serlo?
- ✚ ¿Considera al país de los Estados Unidos un país competitivo para realizar las exportaciones de sus servicios?
- ✚ ¿Alguna vez ha intentado exportar un servicio hacia los estados unidos pero la falta de información y recurso de este sector se lo ha obstaculizado?



### **Anexo 3.**

#### **Fotos de los entrevistados**



**Arq. Esteban González (Propietario de Ingenieros y Arquitectos Grinarq)**



**Noemy Francisco Yean (Diseñadora de Moda)**

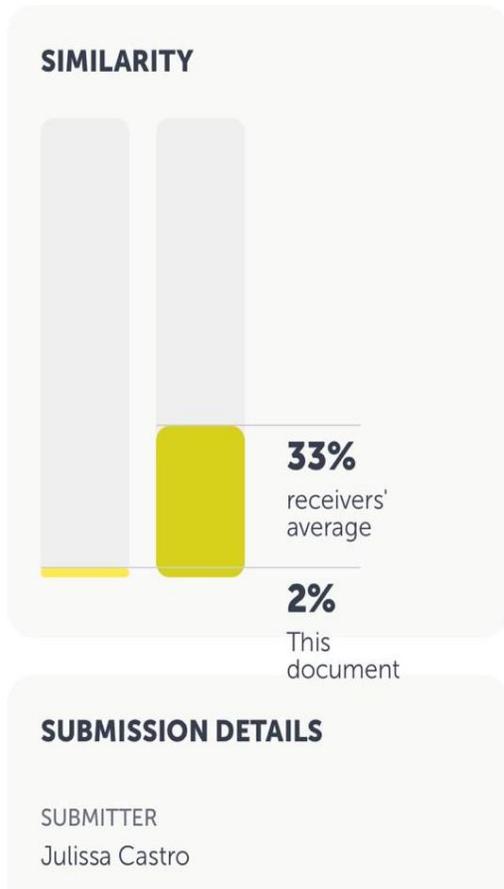


**Mary Claudia Pérez (Servicios Editoriales)**

## Anexo 4.

### Prueba de Antiplagio

<https://secure.arkund.com/view/63966445-625882-943905#/details/fulltext>



DECANATO DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES  
ESCUELA DE MERCADEO Y NEGOCIOS INTERNACIONALES

Trabajo de grado para optar por el título de:  
Licenciatura en Negocios Internacionales

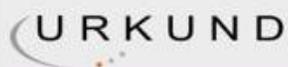
Tema:  
"Análisis del Comportamiento y oportunidades de negocio en la exportación de servicios no tradicionales hacia los Estados Unidos, Periodo 2016-2019"

Sustentantes:  
Génesis M. Valdez 20141942  
Leoriza Galvez 20170782  
Lisa Amparo 20170898

Asesor:  
Julissa Castro

Santo Domingo, D.N.  
Marzo, 2020

**Prueba de Antiplagio, suministrada por Julissa Castro**



## Urkund Analysis Result

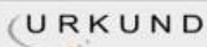
**Analysed Document:** Tesis (Falta una entrevista, las fuentes, indices y anexos).pdf (D66023826)  
**Submitted:** 3/20/2020 9:26:00 PM  
**Submitted By:** jcastrot@unapec.edu.do  
**Significance:** 2 %

### Sources included in the report:

Trabajo de grado completo India - RD.pdf (D44869472)  
CONTENIDO DE TRABAJO DE GRADO .docx (D66012234)  
TESIS FINAL.docx (D50279642)  
TESIS COMPLETA ULTIMA IMPRESION.pdf (D45011565)  
TESIS COMPLETA LISTA PARA REVISION CINTHIA 1.pdf (D49451220)  
FINAL 2.docx (D58869177)  
Informe comparativo .pdf (D47310880)  
[https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditctnkd2016d4\\_es.pdf](https://unctad.org/es/PublicationsLibrary/ditctnkd2016d4_es.pdf)  
<https://docplayer.es/77501715-Universidad-nacional-de-ingenieria.html>  
<https://docplayer.es/12109565-Universidad-del-rosario.html>

### Instances where selected sources appear:

19



**Anexo 5.**  
**Anteproyecto de Trabajo de Grado**