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

Título:

"ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL Y COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR DE ZONA FRANCA DE JOYERÍA EN REP. DOM., PERIODO 2012-2017"

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

Sustentantes

Freimmy Guerrero Núñez	2013-1839
Annette M. Dalmasí Rodríguez	2014-2174
Adriana M. Capellán De la Cruz	2014-2344

Asesor:
Juana P. Céspedes, M.A

Santo Domingo, D.N.
Noviembre, 2018

TÍTULO DEL TEMA

“ANÁLISIS DE LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL Y COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR DE ZONA FRANCA DE JOYERÍA EN REP. DOM., PERIODO 2012-2017"

ÍNDICE

Índice..... III
Dedicatorias I
Agradecimientos..... V
Introducción..... X
Justificación..... XIII
Metodología..... XV
Tipos de estudios..... XV
Método y técnicas..... XV
Capítulo I. Joyería en las Zonas Francas de la República Dominicana
1.1. Historia de la Joyería 1
1.1.1. Historia de la joyería en República Dominicana. 10
1.2. Historia de las Zonas Francas en República Dominicana 11
1.3. Inversión al sector de Joyería en las Zonas Francas de la República Dominicana..... 16
1.3.1. Inversión Extranjera en el sector de Joyería de Zona Franca. 17
1.3.2. Inversión por región en el sector de Joyería de Zona Franca. 18
1.3.3. Inversión por Parque Industrial en el sector de Joyería en Zonas Francas. 19
CAPÍTULO II. Comportamiento de las Exportaciones del Sector Joyería en las Zonas Francas de la República Dominicana
2.1. Generalidades del comportamiento exportador 21
2.1.1. Marco Legal del Sector de Joyería en las Zonas Francas. 23
2.2. Importaciones del sector de Joyería en las Zonas Francas de la República Dominicana..... 27
2.2.1. Principales importadores de joyería a nivel mundial. 28
2.2.2 Principales materias primas de joyería importadas a la República Dominicana y sus orígenes. 30
2.2.3. Procedimientos para la importación de materia prima de joyería a la República Dominicana. 31

2.3. Exportación de Joyería 34
2.3.1. Principales Exportadores de joyería a nivel mundial. 35
2.3.2. Principales Productos Exportados. 36
2.3.3 Países de Destino de la Exportaciones. 40
2.3.4. Procedimiento para la exportación de joyería. 42
CAPÍTULO III. Competitividad Internacional de la República Dominicana con relación al Sector de Joyería en las Zonas Francas
3.1. La Competitividad 50
3.1.1. Competitividad nacional. 51
3.1.2. Competitividad de la República Dominicana frente al mundo. 52
3.1.3. Competitividad internacional 53
3.2. El Diamante de Porter 55
3.3. Diamante de Porter sobre la Competitividad del Sector de Joyería dominicano en las Zonas Francas en comparación con el costarricense en el año 2017 59
3.3.1. Condiciones de los Factores 60
3.3.2. Condiciones de la demanda. 66
3.3.3. Industrias Relacionadas y de Apoyo 73
3.3.4. Estrategia, Estructura y Rivalidad 79
Conclusión XVI
Recomendaciones XIX
Fuentes de documentación XXI
Anexos XXVI

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

Tabla 1. Evolución del Sector Joyería 2001-2017 14
Tabla 2. Inversión acumulada extranjera del 2017 17
Tabla 3. Inversión acumulada extranjera del 2013 17
Tabla 4. Inversión acumulada por región del 2017 18
Tabla 5. Inversión acumulada por región del 2013 19
Tabla 6. Inversión acumulada por parque industrial del 2017 19
Tabla 7. Inversión acumulada por parque industrial del 2013 20
Tabla 8. Origen de las materias primas importadas para el sector de Joyería en las Zonas Francas 30
Figura 1. Exportaciones de República Dominicana a Norteamérica 41
Tabla 9. Empleos Directos generados por el Sector de Joyería en las Zonas Francas 60
Tabla 10. Área de Naves Ocupadas por las Empresas de Joyería en las Zonas Francas 2012-2017 62
Tabla 11. Salario Mensual Promedio de Empresas de Joyería 2012-2017 64
Tabla 12. Condiciones de los Factores del Sector de Joyería en Zonas Francas. 65
Tabla 13. Evolución de las exportaciones del sector de joyería 2012-2017 (en millones US$) 67
Tabla 14. Sector joyería en las exportaciones totales de zonas francas 2012-2017 (en millones US$) 68
Tabla 15. Evolución de las inversiones extranjeras en el sector de joyería en las zonas francas (2013, 2015, 2017) (millones de USD$) 71
Tabla 16. Condiciones de la Demanda del Sector de joyería en Zonas Francas .. 72
Tabla 17. Industrias Relacionadas y de Apoyo del Sector de Joyería en las Zonas Francas 78
Tabla 18. Fortaleza y Debilidades de República Dominicana 81
Tabla 19. Fortaleza y Debilidades de Costa Rica 82
Tabla 20. Estrategia, Estructura y Rivalidad del Sector de Joyería en las Zonas Francas 84
3.3.5 Datos empíricos 85
Figura 2. Diamante de Porter del Sector de Joyería en las Zonas Francas 85
Tabla 21. Cuadro comparativo del Sector de Joyería en Zonas Francas 86

DEDICATORIAS

Le dedicamos el presente Trabajo de Grado a todos aquellos que han sido parte de nuestro proceso universitario. Porque, sin ustedes este logro nunca habría sido igual.

~ Adriana Annette y Freimmy ~

A mi **Dios**, que, sin ti, yo no hubiera podido ni comenzar este camino largo. Fue difícil, con muchas altas y bajas, pero tú fuiste constante en mi vida, fuiste el lápiz que empuñe y me enviaste los mejores maestros para aprender. Muchas gracias Padre.

A mis padres. **Adriano Capellán**, por haber sido el productor detrás del gran telón de mi carrera, dándome mucho apoyo moral y compresión infinita, preocupándose por mi hasta el último minuto de esta jornada. Muchas gracias por sus esfuerzos y dedicaciones conmigo. **Miledys De la Cruz**, tus grandes esfuerzos y sacrificios conmigo fueron ilimitadas, tus palabras a seguir cuando ya estaba cansada y tu paciencia dieron frutos para que yo pueda estar aquí y ahora escribiendo estas palabras, gracias. Ya pueden decir con orgullo que todos sus hijos son profesionales.

A mis hermanos **Mildred**, **Víctor**, **Anabel** y **Gisselle Capellan**, por siempre estar ahí para animarme, corregirme y ayudarme en esta larga jornada. En especial **Anabel**, fuiste la más involucrada en mi carrera tanto ayudándome y enseñándome como también siendo el primer nombre que me llegaba para los ejemplos, muchas gracias por tu presencia. Ya su hermana más pequeña es profesional.

Adriana N. Capellán

Nadie puede llegar a la cima armado sólo de su talento. Dios da el talento; el trabajo transforma el talento en genio. ***Anna Pavlova***

A **Dios** todo poderoso. El dueño de mi historia y mi guía a lo largo de toda mi vida personal y profesional.

A mis padres **Manuel Dalmasí** y **Evelin Rodríguez**. Todos mis logros son consecuencia prima de todo el amor y la formación que me han dado. Los amo y espero se sientan orgullosos de su primera hija profesional.

A mis hermanos, **Emilio**, **Rebecca** y **Adrián** ¡Sigan luchando por sus sueños! Porque si yo pude, ustedes podrán lograr todo lo que se propongan en la vida.

A mi abuela **Juana Mercedes** y a mi tía **Dany Rodríguez**. Porque me enseñaron a ser una mujer con carácter, valor y esencia propia. Este logro también es de ustedes.

A mi novio **Víctor Núñez**. Mis logros son también los tuyos, porque fuiste parte esencial en este hermoso proceso.

Y, finalmente, dedico este trabajo a todos en los que creen en la belleza de sus sueños. Porque yo soy el vivo ejemplo de que un artista puede ser más de lo que le impone la sociedad. Por ello, sigan adelante con las metas que se han propuesto y realícenlas.

¡Orgullosamente negra, dominicana, artista y negociante internacional!

Annette Dalmasí

Dios, por haberme permitido llegar hasta este punto y haberme dado salud para lograr mis objetivos, por estar conmigo en cada paso que doy, fortalecer mi corazón e iluminar mi mente y por haber puesto en mi camino a aquellas personas que han sido mi soporte y compañía durante todo el periodo de estudio.

A mis padres. Por ser el pilar fundamental en todo lo que soy, darme la vida, quererme mucho, creer en mí y su apoyo incondicionalmente mantenido a través del tiempo. Gracias por darme una carrera para mi futuro, todo esto se lo debo a ustedes. Ha sido un orgullo y privilegio ser su hijo, son los mejores padres.

A todas las personas que me han apoyado y han hecho que el trabajo se realice con éxito en especial a aquellos que nos abrieron las puertas y compartieron sus conocimientos. Todo este trabajo ha sido posible gracias a ustedes.

Freimmy Guerrero

AGRADECIMIENTOS

A mis compañeros **Annette** y **Freimmy**, por tener mucha paciencia conmigo y siempre ayudarme cuando no entendía. A nuestra asesora **Patricia Céspedes**, por ayudarnos, corregirnos y guiarnos en nuestro trabajo de grado, nuestro último gran proyecto.

A la universidad **UNAPEC**, por ser mi Alma mater. En tus aulas aprendí y conocí lo que hoy sería mi primera profesión, me impulsaste a tener un objetivo en mi vida. Tuve el privilegio de conocer maestros excepcionales como **Mariela Fermín**, **Niurka Beato**, **Emely Concepción**, **Enmanuel Guzmán**, **Patricia Céspedes**, entre otros.

A mi familia, mis abuelas, mis tías, tíos, mis primos y mis primas; en la vida se necesita palabras de aliento para seguir adelante y muchas bendiciones, y ustedes me lo dieron. En especial, mi madrina **Yohanny Capellán**, **Mary** y **Nairoby De la Cruz**, por que pusieron un granito de su esfuerzo y participaron de lleno en mi profesional. Muchas gracias a todos, los valoro un montón.

A mis amigos de la **iglesia**, el **centro** y **liturgia**, por ser muy compresivos.

Porque un camino sería muy aburrido y gris sin los amigos que caminan contigo. Quiero agradecer a **Escarlen, Virginia, Rosibeeth, Yorman, Gelen, Adriana (tocaya), Shaderska, Perla, Moises, Lily, Mihail, Katherin y Crystal**. Fueron lo mejor que me paso en la universidad, Gracias.

Adriana N. Capellán

Agradezco a **Dios** por haberme guiado a lo largo de toda mi carrera. Le agradezco por escribir mi historia con hilos de oro. Por brindarme fortaleza y paz en medio de los tiempos de dificultad. Y, porque cada acontecimiento en mi vida es fruto de su inmenso amor por mí, su hija.

Agradezco a mis **padres** tantas cosas que estas pequeñas páginas no pueden abarcar todo lo que han hecho por mí. Por escuchar mis constantes quejas y amanecer trabajando conmigo desde Contabilidad I hasta el día previo a la entrega de este trabajo. Siempre van a ser parte fundamental en mi vida. Porque me han enseñado que dedicación, disciplina y esfuerzo lograría llegar a la meta.

Le agradezco a mi padre **Manuel Dalmasí**, por ser mi pilar. Gracias por enseñarme que la paciencia y la constancia son la clave para el éxito. Y le agradezco, por ser un ejemplo vivo de superación personal, y de que la sed de conocimiento no tiene edad. Por igual, le agradezco a mi madre **Evelin Rodríguez**, por darme el coraje necesario para seguir adelante en los momentos que pensé que iba a fallar. Y siempre recuerdo con amor las frases de aliento "¡No renuncies ahora! Sigue adelante, aunque sea difícil. Y si te caes ¡Bien! Te levantas, aprendes, y sigues luchando con más tenacidad ¡Tú eres capaz de hacer todo lo que te propongas!". Este, precisamente, fue el estandarte de mi vida universitaria y ahora de mi vida profesional.

Le agradezco a mi novio **Víctor Núñez** por ser mi sustento. Por su gran paciencia conmigo, y pasar todos los domingos ayudándome en la investigación de este trabajo. Gracias por estar ahí cada vez que te necesito. Y gracias por ser mi

apoyo, mi paño de lágrimas, mi aliento, mi luz y mi paz en todo este proceso. Te amo.

Les agradezco a mis hermanos **Emilio**, **Rebecca** y **Adrián** por ser pacientes y hacerme reír en los momentos de preocupación. A mis abuelas **Juana** y **Ramona** por inculcarme sus hermosos valores. A todos mis **tíos**, en especial **Dany**, **Yuderka** y **Miguel**. Porque nunca dudaron en darme una mano cuando más los necesitaba. Y a mis primos y demás familiares. Porque siempre brindarme su apoyo incondicional y los ánimos para seguir adelante. A mis hermanos de **Comunidad** por sus palabras de esperanza.

Agradezco a mi Alma mater **UNAPEC** y a todo el personal que, de una u otra forma, hicieron mi proceso universitario más fácil. A todos los docentes, especialmente a **Julissa Castro**, **Mariela Fermín**, **Niurka Beato**, **Freddy Brady**, **Elizabeth Arzeno, Luis Ortega, Diana Lizardo, María Luisa Montás** y muchísimos otros que hicieron que me enamorara de esta carrera. A nuestra asesora **Patricia Céspedes**, por su paciencia y atención. A **Claribel De la Cruz**, por auxiliarnos y ser nuestra salvación en los tiempos de desesperación con relación a este trabajo de grado.

Agradezco a mis compañeros de esta investigación **Adriana** y **Freimmy** por soportar mi intensidad. A **Shaderska, Mihail**, **Perla**, **Moises**, **Escarlet**, **Yorman**, **Rosibeeth**, **Virginia**, **Cristal**, **Ashley**, **Kristy**, **Julio**, **Lixmarí** y a todos mis compañeros durante la carrera por su amistad. Al Grupo de **Danza Moderna Unapec**, por su acogida y divertidas enseñanzas en la persona de **Patricia Ortega**.

A aquellos que hicieron posible esta investigación abriéndonos las puertas al conocimiento. Entre ellos **Adrián Fernández** Ejecutivo de Gold Factory Dominicana, **Lorena Collado** Gerente de Merit Caribbean Corp. y **Mario Rodríguez**, Encargado del Departamento de Zonas Francas y Parques (CNZFE). Gracias por su afabilidad y por abrirnos las puertas de sus empresas e instituciones para los fines de este estudio. Y finalmente, a todo aquel que puso su granito de arena para que, mediante este trabajo, pudiera iniciar mi vida profesional en el ámbito de los negocios.

Annette Dalmasí

Agradezco a **Dios** por bendecirme la vida, por guiarme a lo largo de mi existencia, ser el apoyo y fortaleza en aquellos momentos de dificultad y de debilidad.

Gracias a mis **padres**. **Lucas Guerrero** y **Soraida Nuñez**, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Agradezco a los docentes de la Escuela de Mercadeo y Negocios Internacionales de la Universidad APEC, por haber compartido sus conocimientos a lo largo de la preparación de esta profesión, de manera especial, a **Juana P. Céspedes** asesora de nuestro proyecto de investigación quien ha guiado con su paciencia, y su rectitud como docente.

Freimmy Guerrero

INTRODUCCIÓN

El negocio de la joyería es considerado uno de los más creativas y de buen gusto ante el mercado internacional, en especial es mercado donde el cliente tiene una entrada de efectivo elevada. Solo en Estados Unidos, la industria de la joyería produce más de US$70 millones de dólares en ventas anuales.

El mercado de la joyería es una de las más antiguas considerando que desde tiempos de antaño, se ha considerado este tipo de mercancía como una de gran prestigio, que todo aquel que recibiera un obsequio como este o poseyera varias de estas prendas, era una persona de alto rango, de posición alta en la sociedad y de gran valoración hacia la persona que le obsequia.

A medida que el tiempo ha pasado, el mercado de este producto se vuelve cada vez más exigente a la hora de comprar este producto, ya que espera no una simple prenda, sino, una joya que cumpla los requisitos de que la calidad y el precio exige, también que pueda plasmar lo que el cliente quiere mostrar vistiendo una joya fina.

El mercado hoy en día no solo considera este como prenda más, la valoración de esta mercancía ha ido más allá de lo material y se ha considerado como un producto que pueda compartir los sentimos y momentos de la persona que obsequia y a quien le fue regalado la joya.

Dado el incremento en las valoraciones que este producto está recibiendo hoy en día, su mercado se ha ampliado y su demanda es mayor en regiones como Europa, América del Norte y Asia Oriental.

Es por esto por lo que las grandes empresas han recurrido a soluciones eficientes, que les sigan trabajando con la gran calidad y prestigio que los han caracterizado hasta el día de hoy, como de igual manera, puedan reducir sus costos de producción.

La República Dominicana, es considerada como el país en Centroamérica que más inversiones extranjeras recibe por sus manos de obra de calidad, pues los beneficios que le ofrece las leyes de zonas francas y los beneficios de bajos costos de producción y logísticas que este país puede ofrecer.

Las zonas francas dominicanas es uno de los sectores que más inversiones obtiene al año en el comercio de la nación. El sector de joyería en las zonas francas es una de las más crecientes en los tiempos. Con solo 14 empresas posicionadas hoy, la República Dominicana ha logrado posicionarse como uno de los mejores productores de joyas en Latinoamérica, siendo de igual manera uno de los más exporta de este producto de igual manera. A cogiendo y supliendo a grandes empresas estadounidenses, italianas y franceses; tales como Tiffany, la marca Sirena, Gold Factory Dominicana, Laurelton Jewelry, S.R.L, I.S.G Italian Silver Group S.R.L, entre otras.

Por lo antes expuesto, la presente investigación tiene como objetivo general analizar la competitividad internacional y comportamiento de las exportaciones del

sector de joyería en las zonas francas de la República Dominicana, período 2012-2017. Y como objetivos específicos, “examinar el comportamiento de las exportaciones del sector Zona Franca de Joyería dominicano en el período 2012-2017” y “Comparar el sector de joyería de las zonas francas dominicanas versus el de Costa Rica, en el período 2012-2017”.

El presente trabajo de grado está dividido en tres capítulos. El primero denominado “Joyería en las zonas Francas de la República Dominicana”, presenta la historia de las joyerías a nivel internacional y los orígenes de las misma en el país, entre otros aspectos relacionados en el que se denotan el origen de estos. El capítulo dos denominado “comportamiento de las exportaciones del Sector Joyería en las Zonas Francas de la República Dominicana”, puntualiza las generalidades del comportamiento exportador, el marco legal del sector de joyería en las zonas franca y el régimen importador y exportador de dicho sector.

Por otra parte, el tercer capítulo, nombrado “competitividad internacional del sector de joyería en las zonas francas de la República Dominicana”, analiza la competitividad del país frente a otros países respecto al sector de joyería en las zonas francas. Además, dicho apartado realiza un análisis comparativo con Costa Rica. Dicho aspecto permitió concluir que la República Dominicana es más competitiva que Costa Rica en el sector antes mencionado.

JUSTIFICACIÓN

El sector de joyería de zonas francas en la República Dominicana ha tenido un crecimiento de un 20% en el último año según la Asociación Dominicana de Zona Franca. Lo que motiva la importancia de que se le realice una investigación propia a este sector que está motivando a los inversionistas extranjeros. No existe un documento que solo este enfocado en este sector, de cómo logro posicionarse en uno de los mejores productores de joyas para el mercado estadounidense y de cómo sus exportaciones anuales superan los 400 millones de dólares según la ADOZONA en el 2018.

Los indicadores del Consejo de Zona Franca dicen que el sector de joyería en las zonas francas de la República Dominicana es uno de los sectores más dinámicos y destacados a nivel internacional junto con los sectores de productos médicos, farmacéuticos y electrónicos, confecciones textiles, cigarros y calzados.

Sin embargo, este es un sector poco investigado, analizado y trabajado por los investigadores. Por lo que se pretende crear un documento que tenga un análisis de la competitividad de la misma en el mercado internacional, su comportamiento y desarrollo. Una investigación que sirva como base de conocimiento para todo aquel que desee realizar una inversión, que quiera entrar en esta rama del comercio, que tenga una empresa de joyería y desee ser parte de este sector en las zonas francas, como también para los futuros investigadores interesados en este tema. De igual manera este trabajo sirve como consulta para las empresas ya

ubicadas en las zonas francas y quieran aumentar su competitividad en mercado internacional.

La investigación se considera viable ya que se cuenta con diversas instituciones que realizan anualmente estadísticas sobre las Zonas Francas de la República Dominicana como son el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación, Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), ADOZONA, entre otros.

METODOLOGÍA

Tipos de estudios

La investigación será **cuantitativa**, por ser una forma estructurada de recopilar y analizar datos obtenidos de distintas fuentes. La investigación cuantitativa implica el uso de herramientas informáticas, estadísticas, y matemáticas para obtener resultados. Esta investigación recoge y analiza datos sobre variables y estudia las propiedades y fenómenos cuantitativos. IPES (2018)

Se utilizará el estudio **exploratorio** por ser “aquel que tiene como objetivo la formulación de un problema que has ido poco estudiado o que no ha sido abordado anteriormente”. Encarnación P. (2016)

Según Sampieri, Collado, & Lucio (2010) “tienen como objetivo esencial familiarizarse con un tópico desconocido o poco estudiado o novedoso”. Permitirá avanzar en las expectativas planteadas en los objetivos de la investigación.

Método y técnicas

El tipo de método a utilizar será el Estadístico que según Endelsys (2006) “cumplen una función relevante, ya que contribuyen a determinar la muestra de sujetos a estudiar, tabular los datos empíricos obtenidos y establecer las generalizaciones apropiadas a partir de ellos”. Este tipo de método nos permitirá hacer una investigación cuantitativa exitosa sobre la zona franca de Joyería.

Las técnicas por utilizar son la técnica de investigación documental y la observación no participantes. Estas técnicas permitirán recopilar los datos adecuadamente y se investigara directamente de manera presencial en las 2 zonas francas seleccionadas para la investigación los datos más recientes de componentes de estudios.

CAPÍTULO I. JOYERÍA EN LAS ZONAS FRANCAS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

1.1. Historia de la Joyería

Desde los inicios de la historia las joyas han formado parte de la cultura humana. Se tiene conocimiento que hace más de cien mil de años, los primitivos utilizaban los materiales que tenían a su disposición como ornamentos. Siendo estas piedras, plumas, caracoles, huesos de animales, entre otros.

Posteriormente, los artesanos comenzaron a realizar piezas más elaboradas. Y para esto incluían piedras preciosas y metales en sus confecciones. Por lo que, en la mayoría de las culturas, las joyas tenían un significado determinado. Casi siempre estaba ligado a la riqueza, al estatus social, a la afectividad hacia otra persona o a una posición política y/o religiosa. Diamonds Suppliers (2018).

En la evolución histórica de la joyería se destacan las siguientes civilizaciones y periodos:

Egipto

Los primeros vestigios de manufacturas de joyas tienen más de 3,000 años de antigüedad en el pretérito Egipto. Estos preferían utilizar oro en la elaboración de joyas debido a su maleabilidad y escases. Además, estos ornamentos, llevaban piedras preciosas y vidrios coloreados que le agregaban vida a los diferentes matices. Esto se debía a que dicha civilización le otorgaba un significado o atributo a cada color. Sin embargo, cabe destacar que las joyas representaban estatus y/o

poder político-religioso para el portador. Por lo que este, además de llevar las prendas en vida, pasaban a formaban parte de su ajuar funerario en la muerte. Reader's Digest (1974).

India

En Asia, el subcontinente indio tiene el legado más antiguo de piezas de joyería que en cualquier otra parte, con una historia de 5000 años. Uno de los primeros lugares en los que se comenzó a elaborar joyería fue en la cultura del valle del Indo, lo que es ahora el Pakistán.

La India tiene una larga tradición en la elaboración de joyas, con múltiples influencias culturales y políticas durante más de 5000 años, con un largo legado desde tiempos de Ramayana y Mahabharata. Gracias a sus abundantes recursos, la India prosperó a través de la exportación e intercambio con otros países. Mientras las tradiciones occidentales estaban fuertemente influenciadas por el surgimiento y la caída de un imperio tras otro, la India disfrutó de un desarrollo continuado de su propio arte durante unos 5000 años. Una de las primeras culturas en la elaboración de joyería fue la del Valle del Indo. Por el 1500 a. C., la gente del valle del Indo creó pendientes y collares de oro, collares de cuentas y pulseras rígidas. Antes del 2100 a. C., anterior al periodo en el que los metales fueron ampliamente usados, el mayor comercio en joyería del Valle del Indo fue el comercio con abalorios. Estos eran fabricados usando técnicas muy simples. Primero, se necesitaba una piedra rugosa, que era situada en un horno y calentada hasta que se ponía de un rojo intenso, color altamente valorado entre la gente del valle del Indo. Se esculpía hasta obtener el tamaño y la forma

adecuados y se les practicaba un orificio con taladros primitivos. Los abalorios se pulían y algunos se pintaban con diseños. Esta forma de arte se heredaba de padres a hijos, ya que los niños a menudo aprendían como trabajar en el oficio de los padres a edades muy tempranas.

La joyería en el Valle del Indo fue llevada principalmente por mujeres, sobre todo cierto tipo de pulseras de arcilla y conchas colocadas en las muñecas. Estas eran rígidas de forma redonda y sin cierre, e inicialmente se pintaban de negro. Con el tiempo, la arcilla fue sustituida por otros materiales más resistentes. En la India actual, están hechas de metal o cristal. Otras piezas que llevaban las mujeres frecuentemente eran delgadas bandas de oro que eran llevadas en la frente. Sin embargo, también se ponían pendientes, broches primitivos, gargantillas y anillos de oro. La poca joyería que se ponían los hombres eran pequeñas cuentas de un milímetro de longitud que se ponían en el pelo. Untracht (1997).

Mesopotamia

Aproximadamente 4,000 años atrás en ciudades como Sumeria y Acad la elaboración de joyas se convirtió en un importante oficio. Evidenciado por la multitud de adornos de plata, oro y piedras semipreciosas descubiertas en las Tumbas Reales de Ur y de Puabi que datan del 2,900-2,300 a. C.

En Asiria y el resto de Mesopotamia hombres y mujeres portaban grandes y pesadas cantidades de joyas. Y, además, los joyeros creaban ornamentos para los ídolos y estatuas de las ciudades. Los mismos solían ser manufacturados a partir de finas láminas de metal que adornaban con una gran cantidad de piedras de

colores brillantes. De esta manera lograban darle forma a las prendas como las hojas, los conos, los racimos de uvas y los espirales. Y para ello utilizaban una gran variedad de técnicas sofisticadas como el granulado, la filigrana y el esmaltado cloisonné. Nemet-Nejat (1998).

Grecia

La joyería griega era más simple en diseño y manufactura que en otras culturas. Debido a que los griegos usaban pocas joyas y en gran parte en ocasiones especiales y apariciones públicas. Se solían obsequiar y eran utilizadas primordialmente por las damas para destacar su belleza, posición social y riqueza. Muchas eran utilizadas para protección contra males y otras se creían que otorgaban poderes sobrenaturales. Sin embargo, las piezas encontradas de mayor antigüedad tienen alguna representación religiosa. Siendo en su mayoría accesorios elaborados en oro, plata, marfil y diversas gemas.

Cabe destacar que, aunque en tiempos ancestrales los griegos realizaron ornamentos con forma de animales y conchas, con el tiempo estos diseños se hicieron más complejos. Estos comenzaron a usar gemas y oro en las joyas para el año 1,600 a. C. Y más adelante, para el año 300 a. C., implementaron el uso de perlas, esmeraldas y amatistas para agregarle color a los diseños. Además, Grecia es el hogar de los camafeos más antiguos encontrados elaborados en sardónice indio y en ónice.

Los griegos trabajaron también con dos tipos de piezas: Las creadas a partir de moldes y las elaboradas mediante planchas de metal. En las primeras se vertía el

metal fundido sobre moldes de piedra o arcilla. Luego, se unían las mitades con cera y se agregaba metal fundido nuevamente. Mientras que, en las segundas, se martillaban las hojas de metal hasta el espesor deseado y luego eran soldadas. Posteriormente, el interior de la pieza era rellenada con cera u otro preservativo del trabajo. Esta última técnica de joyería era las más utilizada de la época. Treister (2004).

Roma

En la antigüedad la joyería tenía una gran diversidad, especialmente entre las diferentes tribus bárbaras de la época. Sin embargo, cuando el imperio Romano conquistó gran parte de Europa solo se realizaban los diseños de joyas romanos. Estos utilizaban una amplia gama de materiales en sus joyas. Debido a que disponían de abundantes recursos a lo largo de todo continente. Entre los que se encuentran el oro, el bronce, el hueso, las perlas, los cristales, los diamantes, los zafiros, el ámbar, esmeraldas y azabaches. La mayoría de los anteriores importados de Inglaterra, Sri Lanka, India, entre otros países que eran parte de este poderoso imperio.

Las mujeres del Imperio Romano portaban una gran cantidad de joyas, mientras que los hombres generalmente utilizaban un solo anillo. El tipo de anillo más utilizado contenía una gema en relieve con el nombre o signo del propietario esculpidos. Estos servían como un sello personalizado para los documentos.

Por otra parte, entre las piezas más utilizadas de la joyería romana se encuentran los broches. Que eran utilizados para asegurar la correcta colocación de la ropa.

También fabricaban colgantes que podían ser rellenados de perfumes, aceites o esencias. Y por igual, en Italia, se creaban collares, brazaletes y pendientes en el estado natural del oro. Sin embargo, cabe destacar que luego de la caída del Imperio Romano los diseños de joyas del mismo fueron adoptados por las tribus y países vecinos. Treister (2004).

Edad Media

Luego de la caída del Imperio Romano, en Europa continúo evolucionando la joyería. En términos de calidad, los celtas y los merovingios se destacaron de los demás pueblos, igualando o superando incluso a los bizantinos. Entre las piezas más utilizadas se encuentran los anillos signatarios, los amuletos y las fíbulas. Estas últimas hechas en oro, bronce, cobre o vidrio para unir la ropa de la época. Otro accesorio muy utilizado era el torque. Este collar de metal rígido en forma de herradura era utilizado en Europa como símbolo de poder y buen estatus. Sin embargo, la mayoría de las joyas, a excepción de las armas adornadas con piedras y los anillos signatarios, eran utilizadas por mujeres.

Por otra parte, el Imperio Bizantino, sucesor del Imperio Romano, permaneció con muchos diseños romanos. Pero también se centraban en temas de carácter religioso. Al igual que sus ancestros, la joyería bizantina era llevada por mujeres adineradas, mientras que los hombres solo utilizaban anillos signatarios. No obstante, a diferencia de los romanos, preferían utilizar pan de oro en vez de oro macizo, como los francos y los celtas. También, los bizantinos seguían la tradición de enterrar las joyas con sus propietarios.

Europa, tras la caída del Imperio Romano, continuó desarrollando la elaboración de joyas. Entre los diferentes pueblos, los celtas y los merovingios destacaron especialmente. En términos de calidad, igualaron e incluso superaron a los bizantinos. Fíbulas, amuletos, y en menor extensión, anillos signatarios, eran las piezas de joyería más comunes. Un ejemplo llamativo de pieza celta es un broche, el Tara Brooch. Otro tipo de pieza fue el torque, usado comúnmente en Europa como símbolo de estatus y poder. En el s. VIII, las armas eran adornadas como joyas, y el resto de las piezas de joyería (a excepción de los anillos signatarios), parecían ser dominio de las mujeres. Los ajuares funerarios del s. VI-VII encontrados cerca de Chalon-sur-Saône son ilustrativos. Una joven fue enterrada con: dos fíbulas de plata, un collar de monedas, un brazalete, pendientes de oro, un par de horquillas, un peine y una hebilla. El arte celta estaba especializado en diseños con patrones continuos, mientras que los diseños merovingios son muy conocidos por sus estilizadas figuras de animales. Ellos no son los únicos grupos conocidos por la alta calidad de su trabajo, también lo fueron los visigodos y anglosajones, con numerosos objetos decorativos encontrados en los barcos funerarios en Sutton Hoo Suffolk, Inglaterra son bien conocidos. En el continente, la técnica del cloisonné y los granates fueron la quintaesencia de este periodo.

El sucesor del Imperio Romano, el Imperio Bizantino, continuó con muchas de las características de los romanos, aunque en los bizantinos los temas religiosos se hicieron predominantes. A diferencia de los romanos, y junto con los francos y los celtas, prefirieron utilizar el pan de oro más que el oro macizo, y también pusieron más énfasis en las piedras y gemas. Al igual que sus predecesores, la joyería

bizantina fue llevada por mujeres adineradas, mientras que la masculina se restringió a los anillos signatarios. Como en otras culturas contemporáneas, las joyas eran enterradas con sus propietarios. Sherrard, P. (1966).

Renacimiento

En el siglo XVII, periodo del Renacimiento, la joyería en Europa fue impactada positivamente. Esto se debió a los nuevos descubrimientos realizados en esa época y al incremento del comercio internacional. Esto dio paso a que hubiera disponibilidad de todo tipo de materiales para la joyería y nuevos diseños por la exposición con otras culturas. Por igual la prioridad por trabajar los metales preciosos como el oro cambio. Debido a que, en esa época, empezaron a predominar los artículos con piedras preciosas de gran tamaño.

Luego de la coronación de Napoleón Bonaparte como Emperador de Francia en 1804, el estilo y esplendor de la joyería francesa volvió a resurgir. Entre las piezas finas de la época se encontraban un armonioso conjunto de piezas llamado aderezo que contenía pendientes, brazaletes, anillo, collar, tiara y broche. Además, entre las piezas más solicitadas se encontraban los resurgidos camafeos, la mayoría elaborados con la imagen de Napoleón coronado. Por otra parte, en esta época se da la separación de los joyeros en dos grandes grupos: los joyeros y los bisuteros. Los joyeros, eran los que trabajaban con piezas valiosas y caras. Mientras que los bisuteros trabajaban materiales más económicos como escamas de pez, vidrio, conchas, entre otros. Cabe destacar, que esta clasificación se ha mantenido hasta la actualidad. Zapata (2013).

Romanticismo

El Romanticismo impactó en gran medida la joyería occidental a finales del siglo XVIII. Por lo que, gracias a la Revolución Industrial y a los diferentes cambios sociales que trajo consigo, surgió una clase media que podía permitirse joyería. Esto fue posible gracias a los bisuteros y a sus innovadores procedimientos con piezas más económicas. Por otra parte, una de las características de este periodo fueron las llamadas joyas de luto. Estas eran hechas con azabache, lo que les permitía a los seres queridos llevar joyas, aunque continuaran en duelo por un familiar o cercano.

En diferente sentido, dicho periodo dio lugar a la apertura de grandes compañías de joyería en diferentes países. Como es el caso de la Tiffany & Co. por Charles L. Tiffany en Estados Unidos (1837). En 1847, se fundó Cartier S.A. en Francia. Mientras que en Italia se fundó Bulgari en 1884. Avon (2015).

No obstante, los últimos años de la era romántica se recuerdan hoy mediante algunas creaciones esplendidas de joyería. Siendo el caso de los famosos huevos imperiales Fabergé. Estos fueron elaborados por el artista ruso Peter Carl Fabergé para los zares Nicolás II Y Alejandro II de Rusia. ABC.es (2012).

Art Nouveau

A partir de 1890, los joyeros comenzaron a aprovechar el potencial del estilo Art Nouveau. Esta nueva corriente se enfocaba en el uso de la figura femenina y daba mucho énfasis al color. Además, incluían motivos de lirios, cisnes, pavos reales, orquídeas, libélulas, serpientes, criaturas mitológicas, pensamientos, entre otros.

Este nuevo estilo sustituyó el hincapié que se ponía a las piedras preciosas, por el diseño artístico de la pieza de joyería. Ejemplo de esto son las libélulas del joyero francés René Lalique. Ya que las formas orgánicas e irregulares fueron de los rasgos más destacados de la época. Cabe detotar, que la técnica más importante del Art Noveaou fue el esmaltado en sus diferentes estilos como el cloisonné, el plique-à-jour, el basse-taille y el champleve. Sin embargo, luego de la Primera Guerra Mundial, los consumidores optaron por estilos más sobrios con respecto a la joyería. Constantino (1999).

1.1.1. Historia de la joyería en República Dominicana.

La historia de la joyería en la República Dominicana está influenciada por la sinergia de culturas propias de la isla de Santo Domingo. Esto se debe a que las herencias taínas, españolas, africanas y francesas se entretejieron para dar lugar al dominicano que hoy conocemos. Ahora bien, según varios historiadores dominicanos, la cultura taína y africana no tuvo gran influencia en el ámbito de la joyería. Esto se debe a que dichos pobladores utilizaban como adornos objetos de su entorno como conchas de caracoles, dientes o huesos de animales, etc. Y según Marcio V. Maggiolo (1997) los mismos solo utilizaban dichos collares o adornos para ceremonias y ritos religiosos.

En cambio, junto a los colonizadores españoles, vinieron también las costosas y elaboradas joyas. Estas eran realizadas con metales y rocas preciosas escasamente vistas y/o utilizadas en los cacicazgos de la isla de Santo Domingo. Por lo que, ese tipo de lujos, estaban reservados para los españoles ricos asentados en la misma. No obstante, la costumbre española de estar “envuelta en

telas y joyas” fue imitada por las mulatas y criollas de la isla. Esta tradición perdura hoy día, con la salvedad de que la joyería más elaborada es utilizada por las clases más altas del país. Veloz Maggiolo (2017).

Sin embargo, con respecto al tema de las joyerías, hay pocas documentaciones sobre el tema para dar un análisis exacto de su evolución e historia en la República Dominicana.

1.2. Historia de las Zonas Francas en República Dominicana

En el año de 1955, sometido el país a la más férrea dictadura de su historia, los gobernantes de entonces celebraron en la capital dominicana la llamada Feria de la Paz y Confraternidad del Mundo Libre, teniendo como escenario a un pueblo esclavizado. Para esta Feria, el gobierno gastó más de la mitad del Presupuesto General de la Nación en edificaciones, festejos y regalos.

Se invitó a muchas personas representantes del mundo político y artístico, a las cuales se les brindó los mejores servicios festivos. Bajo la presunción de que los visitantes extranjeros que acudirían a esta Feria tendrían el deseo de adquirir mercancías extranjeras a buenos precios y como forma de ofrecer un servicio adicional a los invitados, el gobierno programó establecer tiendas de ventas al detalle que, bajo el sistema de Zonas Francas, operarían en la demarcación territorial donde se celebraron los festejos.

Fue así como el día 22 de octubre de 1955 se promulgó la Ley No. 4315, que creó en el país la institución de las Zonas Francas, estableciéndose que las mercancías

que fuesen introducidas en dichas zonas estarían exentas del pago de todos los derechos e impuestos de importación y exportación.

Aunque esta Ley tuvo su origen y motivación en la celebración de la Feria de la Paz y Confraternidad del Mundo Libre, y por tanto en la necesidad de crear el régimen de las Zonas Francas para las tiendas y comercios de ventas al detalle a los turistas, o sea las Zonas francas Comerciales, la misma no se limitó al establecimiento de este tipo de Zonas Francas, sino que presento un tenue carácter general, abarcando las actividades industriales. Barnichta Geara, Edgar (1998).

Las Zonas Francas Industriales empiezan su desarrollo en la República Dominicana en el año 1969 con la instalación de una Zona Franca Industrial en la ciudad de La Romana, la cual fue impulsada por la empresa transnacional Gulf and Western Américas Corporation, que venía operando fundamentalmente en el sector azucarero.

No es casual que el desarrollo y la administración de esa primera Zona Franca Industrial fuesen realizados por una entidad transnacional, pues no existía en el país el conocimiento ni la experiencia sobre este tipo de desarrollo industrial para la atracción de inversiones.

La segunda Zona Franca Industrial nace en el año 1972, en la provincia de San Pedro de Macorís, con el auspicio del sector público a través de la Corporación de Fomento Industrial (CFI), entidad descentralizada del Estado que fue encargada de su administración y operación.

En 1973 se crea la Zona Franca Industrial de Santiago de los Caballeros. Instituida por Decreto Nacional, se diferencia de la zona franca de San Pedro de Macorís porque la administración y operación de esta, fueron delegadas en una corporación sin fines de lucro, creada al efecto y bajo la dirección de un grupo de empresarios de la región.

A partir del año 1973 las tres Zonas Francas existentes empiezan a crecer de manera sostenida. Es así como en la década de 1973 – 1983, las empresas establecidas pasaron de 15 a 101.

El auge de la demanda de naves industriales prosiguió con mayor intensidad durante los años 1986, 1987 y 1988, cuando la República Dominicana registró el proceso de instalación de zonas francas más importante en el área del Caribe y Centroamérica, superando a todas las naciones del área.

En el año 1984, las autoridades económicas deciden abandonar el control de cambio extranjero y caminar hacia una tasa cambiaria regida por un mercado libre. La misma entró en vigor plena en el año 1985. En el mismo año, entra en vigencia La Iniciativa para la Cuenca del Caribe (ICC), programa implementado por el gobierno de los Estados Unidos, a través del cual se les otorgan tratamientos arancelarios preferenciales a los productos procedentes de los países de la región del Caribe y Centroamérica.

En la actualidad, la República Dominicana cuenta con uno de los programas de zonas francas más dinámicos y exitosos en toda el área de Centroamérica y el Caribe. Dicho programa ha demostrado ser una alternativa efectiva y rentable para

las empresas extrajeras, principalmente por la cercanía del país a los Estados Unidos.

Estos centros de producción permiten que compañías extranjeras y locales puedan establecer operaciones y se beneficien de incentivos impositivos y de facilidades de importación. Hoy en día operan en el país un total de 68 parques de zonas francas, diseminados en todo el territorio nacional, los cuales albergan alrededor de 645 empresas y aportan más de 160,000 empleos.

La actividad que mayormente se ha desarrollado dentro de las zonas francas es la confección textil, encontrándose nuestro país entre los primeros en volúmenes de exportación de este renglón al mercado de los Estados Unidos. Otras actividades de importancia son la fabricación de calzados, manufactura de joyas, ensamblaje de componentes electrónicos, productos médicos, procesamiento de tabaco, telecomunicaciones, entre otras. CNZFE (2018).

Históricamente, las zonas francas de joyería en la República Dominicana han evolucionado, como se muestra en el siguiente cuadro.

Tabla 1. Evolución del Sector Joyería 2001-2017

Años	Empresas	Empleos	Export. (Millones US$)	Técnicos	Operarios
2001	18	3513	398	1751	795
2002	21	3723	438	1434	769
2003	21	3662	467	1547	887

2004	22	4169	601	2139	1040
2005	24	3661	603	2506	1169
2006	22	3566	626	2792	1384
2007	21	3465	678	2972	1485
2008	24	3230	505	2987	1495
2009	21	2488	436	3015	1524
2010	19	2166	466	3424	1642
2011	18	1784	527	3493	1719
2012	17	1948	451	3553	1889
2013	17	2366	316	4516	2169
2014	18	2698	284	5093	2272
2015	16	3012	283	5248	2671
2016	15	2799	407	7832	2611
2017	14	2877	422	5085	2910

Fuente: CNZFE (2017)

A resumidas cuentas, el cuadro previo muestra la evolución del sector de Joyería en el periodo 2001-2017. En el transcurso de los años ha tenido altas y bajas, encontrándose en 2017 con el número más reducido de empresas. Pero aun así manteniendo las exportaciones y en constante crecimiento de técnicos y operarios.

1.3. Inversión al sector de Joyería en las Zonas Francas de la República Dominicana

Al final del año 2017, la inversión acumulada por las empresas de zonas francas ascendió a US$4,473.1 millones, teniendo un crecimiento de un 3.3% en comparación al año anterior. CNZFE (2017).

Por su punto estratégico, avanzados parques industriales, variedad de servicio en las zonas francas y más, la República Dominicana es considerada el mejor país en el Caribe para invertir y uno de los mejores en Latinoamérica. Los países con mayor inversión en zonas francas son Estados Unidos de América, con 39.3% (US$1,756.3 millones); sigue República Dominicana con 25.3% (US$1,131.8 millones); Canadá con 7.2% (US$320.6 millones); Reino Unido con 4.7% (US$211.5 millones); Alemania con 3.3% (US$148.4 millones); el porcentaje restante cuenta con un 20.2% (US$904.5 millones) se distribuye entre 35 países. CNZFE (2017).

Las actividades económicas que más concentración de inversión acumulada tienen son las siguientes:

- Tabaco y Derivados con 20.1% (US$899.3 millones).
- Productos Médicos y Farmacéuticos con 20.1% (US$897.9 millones).
- Confecciones y Textiles con 18.9% (US$845.2 millones).
- Servicios con 9.4% (US$418.3 millones).
- Productos Agroindustriales con 5.8% (US$259.1 millones).
- Calzados y sus Componentes con 5.3% (US$239.2 millones).

- Artículos de Plástico con 3.0% (US$136.3 millones).
- Productos Eléctricos y Electrónicos con 2.9% (US$128.8 millones).

1.3.1. Inversión Extranjera en el sector de Joyería de Zona Franca.

El sector de joyería es una de las más reconocidas a nivel internacional por su calidad en el trabajo y tachado, la misma presenta inversiones de países como Estados Unidos e Italia. Siendo empresas de origen de estos países que deciden establecer su taller de joyería en la República Dominicana o que las empresas de joyería en las zonas francas van en búsqueda de clientes e inversiones que los apoye a entregar un terminado de menor calidad y subir la producción final.

Tabla 2. Inversión acumulada extranjera del 2017

Paises	Inversion (En US$)	Part. %
Estados Unidos	14,269,275.50	90.4
Republica Dominicana	856,675.10	5.4
Italia	650,000.00	4.1
Total	**15,775,950.50**	**100**

Fuente: CNZFE (2017)

Como muestra el cuadro previo. Los países que invierten en el sector de joyería en zonas francas son Estados unidos poniendo la mayor cantidad de la inversión total, le sigue la República Dominicana y al final esta Italia.

Tabla 3. Inversión acumulada extranjera del 2013

Paises	Inversion (En US$)	Part. %
Estados Unidos	12,643,852.09	90.1
Republica Dominicana	907,054.45	6.5
Italia	489,433.00	3.5
Total	**14,040,339.54**	**100**

Fuente: CNZFE (2013)

En comparación con el año 2013, las inversiones extranjeras crecieron mientras que la dominicana disminuyo, demostrando el fuerte interés de los mismos en las confecciones de joyería de piedras preciosas extraídas de la nación según el informe del sector de joyería por el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE) en el 2013.

1.3.2. Inversión por región en el sector de Joyería de Zona Franca.

La inversión en el sector de joyería en las zonas francas ha tenido diversidad de saldos a lo largo de todo el 2017. Sin embargo, es importante conocer detalladamente la inversión que se lleva a cabo en cada región relacionado al sector antes mencionado.

Tabla 4. Inversión acumulada por región del 2017

Region	Inversion	Part. %
Dist. Nac. Y Prov. Sto. Dgo.	7,169,044.80	45.4
Sur	5,360,673.00	34
Este	2,159,431.70	13.7
Norte	1,086,801.00	6.9
Total	**15,775,950.50**	**100**

Fuente: CNZFE (2017)

Por región, el total de las inversiones extrajeras se dividen en 4 regiones. El distrito nacional tiene la mayor cantidad de las inversiones con un 45.4%, la región sur con el 34%, el este con 13.7, mientras que el norte cuenta con el 6.9%. Estas divisiones son por el motivo de que, según sus posiciones de mayor a menor, son por las cantidades de zonas francas que tienen sectores de Joyería en función.

Tabla 5. Inversión acumulada por región del 2013

Regiones	Inversion	Part. %
Dist. Nac. Y Prov. Sto. Dgo.	10,831,988.32	77.1
Este	2,466,296.77	17.6
Norte	742,054.45	5.3
Total	**14,040,339.54**	**100**

Fuente: CNZFE (2013)

En comparación con el 2013, las divisiones tenían un matiz muy diferente pues en ese entonces, no había sector de joyería en las zonas francas del sur. El Distrito Nacional y la provincia Santo Domingo tenían el 77.1% de las inversiones extranjeras, mientras que la Región Este contaba con el 17.6% y El Norte con el 5.3% completando el total de inversión extranjera de ese año cual fue de US$14,040,339.54.

1.3.3. Inversión por Parque Industrial en el sector de Joyería en Zonas Francas.

Tabla 6. Inversión acumulada por parque industrial del 2017

Parques	Inersion Acumulada	Part. %
San Cristobal (Itabo)	5,360,673.00	33.98
San Isidro	3,690,544.80	23.39
Las Americas	3,414,000.00	21.64
San Pedro de Macoris	2,159,431.70	13.69
Santiago	856,675.00	5.43
Parque Tecnologico de Santiago	230,126.00	1.46
Hainamosa	64,500.00	0.41
Total	**15,775,950.50**	**100**

Fuente: CNZFE (2017)

Aunque el Distrito Nacional y Santo Domingo tengan la mayor la cantidad de las inversiones por regiones, toda la inversión de la Región Sur se concentra en una sola provincia, San Cristóbal (Itabo), con el 33.98% de la inversión total, eso la

convierte en el parque industrial que recibe la mayor cantidad. Le sigue el parque de San Isidro con el 23.39%, Las Américas con 21.64%, San Pedro de Macorís con 13.69, Santiago con 5.43%, el Parque Tecnológico de Santiago con 1.46% y Hainamosa con el 0.41% restante.

Tabla 7. Inversión acumulada por parque industrial del 2013

Parques	Inversion	Part. %
San Isidro	9,338,322.00	66.51
San Pedro de Macoris	1,480,265.37	10.54
La Romana I	986,031.40	7.02
Las Americas	1,318,924.00	9.39
Santiago	517,054.45	3.68
Tecnologico de Santiago	225,000.00	1.6
Hainamosa	90,242.32	0.64
Los Alcarrizos	84,500.00	0.6
Totales	**14,040,339.54**	**100**

Fuente: CNZFE (2013)

Dado que en el 2013, el parque industrial de San Cristóbal no estaba capacitado para el sector de joyería, el parque de San Isidro fue el que recibió más inversiones con un 66.51% del total, siguiéndoles el de San Pedro de Macorís con un 10.54%, La Romana con 7.02, Las Américas con 9.39%, Santiago con 3.68%, el Parque Tecnológico de Santiago con 1.6, Hainamosa con 0.64, y por último el parque de Los Alcarrizos, cual ya no está funcionando para el sector de joyería con un 0.6 completando el total.

CAPÍTULO II. COMPORTAMIENTO DE LAS EXPORTACIONES DEL SECTOR JOYERÍA EN LAS ZONAS FRANCAS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

2.1. Generalidades del comportamiento exportador

El comportamiento exportador es la forma en que los individuos proceden a realizar la acción de exportar un bien, capital y/o servicio. Dicha acción es variable, debido a que cada persona, empresa, sector y/o país tiene procedimientos distintos y responde diferentes a los estímulos de su entorno.

Según Joaquín Monreal (2009), existen dos tipos de estímulos que llevan a las empresas a internacionalizarse. Los mismos son los llamados estímulos proactivos y los estímulos reactivos. En el primer caso, las empresas toman una actitud agresiva por lo que buscan insistentemente oportunidades de exportación. Esto se relaciona con varios factores como la búsqueda de oportunidades y los beneficios en el exterior. Por igual, se encuentra la facilidad que tenga una empresa para modificar sus productos en base a los gustos de los mercados de exportación. Además, la empresa debe disponer de productos únicos en el mercado o muy diferenciados. Por igual, los gobiernos deben disponer de programas que

incentiven las exportaciones. En dicho sentido, las regulaciones de los países foráneos deben ser pro-comercio. Y, finalmente los estímulos proactivos pueden surgir por grandes pedidos de productos produciendo las economías de escalas.

Por otra parte, el segundo grupo de estímulos son los llamados estímulos reactivos. En estos, la empresa toma una actitud pasiva, en la que la búsqueda de nuevos mercados no es relevante. Por esto, las exportaciones de la misma son esporádicas y casuales. Por tanto, dichas compañías son empujadas por circunstancias como la adversidad en el mercado local. También, por el movimiento favorable del tipo de cambio. Por la posibilidad de aumentar la capacidad de producción. En igual sentido, por los pedidos no planificados que realicen compañías en dicho mercado. Y porque dichas empresas quieran reducir el inventario o tener presencia en nuevos mercados. Finalmente, dichos estímulos, proactivos y reactivos, impulsan a las empresas exportar sus productos y/o servicios.

En diferente sentido, Monreal (2012) destaca que las compañías presentan varias dificultades al momento de realizar la acción exportadora. Y estas se pueden ver desde el punto de las compañías no exportadoras y desde el punto de vista de las exportadoras. En este sentido, se pueden definir a las primeras como aquellas empresas que nunca han exportado ningún producto o servicio y deciden incursionar en dicha actividad. En cambio, las segundas, son aquellas empresas que realizan la acción exportadora, de manera continua o intermitente.

En este sentido, las empresas no exportadoras se centran más en los inconvenientes relacionados con la falta de información del mercado destino. Este es el caso de poca información sobre canales de distribución, las ayudas el gobierno y las características generales de dicho mercado. Sin embargo, las empresas exportadoras se preocupan por problemas relacionados con la comercialización de sus productos en los nuevos mercados.

Según Bauerschmidt et al. (1985) los inconvenientes que pueden encontrar las empresas a la hora de exportar se agrupan en cinco grandes grupos. En primer lugar, están los de sentido externo. Estos comprenden las variaciones del tipo de cambio y la presencia de aranceles. En segundo lugar, se encuentran los relativos a la distancia del mercado destino. Estos comprenden los costos de logística, la distancia cultural, los canales de distribución y los requisitos de adaptación del producto. En tercer lugar, se encuentra la falta de compromiso de los exportadores con relación a la exportación. En cuarto lugar, se encuentra la falta política de promoción a la exportación por parte del gobierno de origen. Y, en quinto lugar, la rivalidad de la competencia en el país destino. Por consiguiente, existe una inmensa cantidad de factores macro y microeconómicos que pueden afectar la decisión de exportación en una empresa.

2.1.1. Marco Legal del Sector de Joyería en las Zonas Francas.

Las empresas de joyería en las zonas francas de la República Dominicana son reguladas por varias leyes, decretos y reglamentos que promueven el buen funcionamiento de las mismas en dicho país. Entre estas se encuentran:

2.1.1.1. Ley No. 8-90 sobre el Fomento de Zonas Francas.

Dicha ley fue promulgada el 15 de enero de 1990. Y esta, tiene por objetivo fomentar el establecimiento de zonas francas nuevas y el crecimiento de las existentes, regulando su funcionamiento y desarrollo. También, identifica las metas y objetivos de interés nacional, para lograr una coordinación de acción entre los sectores públicos y privados. Ley 8-90 (1990).

Entre los puntos a destacar de dicha ley se encuentran los siguientes:

Se definen las zonas francas como áreas geográficas del país, sometidas a controles fiscales y aduaneros especiales establecidos por dicha ley. En las mismas, se permiten instalaciones de empresas que destinen su producción o servicios al mercado extranjero. Y a las mismas se le otorgan los incentivos necesarios para fomentar su desarrollo. Además, las mismas deben estar delimitadas con estrictos controles de seguridad aduaneros.

Por otra parte, los beneficiados de esta ley son las Operadoras de Zonas Francas, las empresas de zonas francas y los inversionistas de zonas francas. Definiendo a los primeros como personas físicas o jurídicas a las que se otorgan permisos de operación en las zonas francas. Y a su vez arrendan y/o venden las edificaciones y les dan facilidades de establecerse en los parques a empresas nacionales o extranjeras.

Los beneficiados en segundo lugar son las empresas de zonas francas. Estas son personas físicas o morales a las que se otorgan permisos de instalación. Y estos destinan su producción y/o servicios a la nación. En tercer lugar, se encuentran los inversionistas de zonas francas. Estos son las personas físicas o jurídicas que

invierten capital, financiamiento o títulos y valores de una operadora y/o empresas de zonas francas.

En diferente sentido, la ley 8-90 clasifica las Zonas Francas según el tipo de ubicación que tengan. Primero, se encuentran las Zonas Francas Industriales y de Servicios. Estas pueden instalarse en cualquier lugar del país y se dedican a la manufactura de bienes o prestación de servicios. Luego, se encuentran las Zonas Francas de Carácter Fronterizo. Estas están ubicadas de 3 a 25 kilómetros de la línea fronteriza entre la República Dominicana y la República de Haití. Y, además tienen incentivos especiales como la subvención de alquileres a empresas que se instalen allí por parte de la Corporación de Fomento Industrial. Por igual, pueden obtener tasas fiscales y cuotas de exportación preferenciales.

También, forman parte de la clasificación las Zonas Francas Especiales. Estas, por su naturaleza, tienen que ubicarse fuera de un parque industrial. Debido a que deben estar próximas a recursos inmóviles que son indispensables para el proceso de producción. Este es el caso de las empresas que utilizan materia prima de internación temporal al territorio dominicano.

Otro aspecto importante de la ley 8-90 es que crea el Consejo Nacional de Zonas Francas. La función principal de dicho organismo es delimitar una política integral de promoción y desarrollo del sector de zonas francas. En este sentido, el CNZFE fomenta la instalación de parques de zonas francas, y evalúa las empresas que solicitan su ingreso o egreso de los mismos.

2.1.1.2. Decreto No. 366-97 que aprueba el Reglamento para la aplicación de la Ley No. 8-90, sobre Zonas Francas.

El Decreto No. 366-97 fue aprobado 29 de agosto de 1997. Y el mismo, detalla a profundidad las implicaciones de la Ley 8-90 sobre Zonas Francas, y su correcta utilización.

Entre los puntos a destacar de dicho decreto se encuentra que los operadores de los parques de zonas francas pueden ser entidades públicas, mixtas o privadas. En el primer caso, son dichas instituciones que dependen directa o indirectamente del Estado Dominicano. En el segundo caso, son las instituciones que están compuestas por sectores públicos y privados. Mientras que, en el tercer caso, pueden ser personas físicas o jurídicas del sector privado.

De la misma forma, el decreto 366-97 resalta las diferentes actividades de las empresas de zonas francas industriales. Una de las mismas es elaborar o transformar materias primas o productos importados semiprocesados, para luego exportarlos como productos finales o semielaborados. A diferencia de estas, las empresas de zonas francas de servicio se dedican a ofrecer servicios a otras empresas del sector o a exportarlos directa o indirectamente. Cabe destacar, que los productos de este tipo de empresas pueden ser tangibles o intangibles.

Con relación al régimen aduanero, el Decreto 366-97 crea una comisión interinstitucional conformada por representantes del Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación, de la Dirección General de Aduanas y de las Asociaciones y Operadores Privados. Esta comunidad se encarga de manejar los

Asuntos Aduanales. Y, además, tiene el poder de hacer cambios y ajustes a disposiciones sobre dicho tema, siempre apegados a la Ley 8-90.

En sentido similar, el artículo 14 del decreto antes mencionado conforma un comité interno en cada parque industrial. El mismo debe estar compuesto por un representante de cada empresa dentro de dicha zona franca, el Administrador del Parque y el Encargado de Aduanas. Los mismos tienen la libertad de disponer de chatarra, embalajes de equipos, desperdicios o cualquier otro material que no sea de utilidad para las empresas.

En conclusión, el decreto 336-97 se encarga de definir profundidad y aplicar todas las disposiciones de la Ley 8-90 sobre el fomento de las zonas francas.

2.2. Importaciones del sector de Joyería en las Zonas Francas de la República Dominicana

Según el Banco Central de la República Dominicana, las importaciones que el país realizó durante el 2017 representan un total de US$7,579 millones más que las exportaciones que se realizaron el mismo año. Lo que significa que la balanza termino negativa ya que entro más de lo que entro mediante los procesos logísticos de mercancías y productos.

En el mismo orden, las cifras oficiales muestras que las exportaciones del 2017 fueron de US$10,120.7 millones, mientras que las importaciones fueron de US$17,700.3 millones.

Las importaciones del sector de Zonas Francas constan de un total de US$3,744.6. Los productos Médicos y Farmacéuticos importaron la mayor cantidad con US$879.9 millones, después esta Confecciones y Textiles con US$621.4 millones, Productos Eléctricos con US$585.3 millones, Artículos de Joyería US$422.4 millones, Tabaco y Derivados con US$384.8 millones, le sigue los Calzados con US$127.4 millones y por último esta la categoría “Otros” abarcando lo restante con un 723.4 de las importaciones del 2017 en sector de zonas francas en la República Dominicana. CNZFE (2017).

2.2.1. Principales importadores de joyería a nivel mundial.

A nivel internacional se puede decir que no existe un solo país que no importe joyería, pues las grandes marcas como Saks Fifth Avenue, Tiffany´s, Neiman Marcus, Lord & Taylor, Pandora, entre otros; son pedidos por su prestigio, calidad y reputación. PROMPERU (2007).

Mundialmente hablando entre los que más importan joyería se encuentran:

1. Hong Kong: US$11,8 miles de millones.
2. Estados Unidos: US$9,3 miles de millones.
3. Suiza: US$8,9 miles de millones.
4. Los Emiratos Árabes Unidos: US$8,33 miles de millones.
5. Reino Unido: US$3,65 miles de millones.

Sin embargo, dividiendo los tipos de joyería entre los de oro y plata, se puede decir que las posiciones han cambiado desde un informe realizado en el 2007 posicionando a los Estados Unidos como el mayor importador de ambos tipos de joyería y después le sigue Hong Kong en la plata y Los Emiratos Árabes Unidos con el oro. En ese entonces, Alemania se posicionaba en tercer lugar como el más importador de plata y Reino Unido como el más importador de oro. Consideraron los antecedentes de consumidores de estos países, son países conocidos por siempre usar prendas de joyería de alta calidad y prestigio.

En países como Irak, Macau, San Martin y San Vicente; y Las Granadinas; el sector de joyería es lo que principalmente ellos importan, por la valoración de estos productos en la sociedad.

La joyería es lo que principalmente se importa en países como Irak, Macau, San Martin y San Vicente y Las Granadinas.

Según el Observatorio de la Complejidad Económica (OEC), los principales importadores de materias primas o metales preciosos para la confección de joyería son:

1. Estados Unidos: US$1,48 miles de millones.
2. Malasia: US$354 millones.
3. Suiza: US$185 millones
4. Hong Kong: US$164 millones.

OEC, (2017).

2.2.2 Principales materias primas de joyería importadas a la República Dominicana y sus orígenes.

Según indica el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana, la República Dominicana produce todos los tipos de materias primas que utilizan las zonas francas y el sector de joyería en general, los productores nacionales no tienen acceso a las mismas, ya que casi todas las producciones se destinan a los mercados internacionales a través de las únicas compañías autorizadas para la explotación de las minas de estos bienes. CEI-RD (2015).

Las principales materias primas importadas son la plata y el oro, aunque también cabe destacar la importación de platino, diamantes y perlas.

Tabla 8. Origen de las materias primas importadas para el sector de Joyería en las Zonas Francas

Paises	Empresas
Estados Unidos	12
Italia	2
España	1
Brasil	1
China (Republica Popular)	1
No Idicado	2

CNZFE, (2017)

En cuanto al origen de las materias primas, Estados Unidos destaca con 12 empresas realizando el trabajo y 63% de las importaciones, sigue Italia con 2 empresas y 11%, No Indicado con 2 empresas y de igual manera 11% de lo que se puede decir que una de las empresas tiene procedencia de Panamá ya que la empresa Gold Factory Dominicana, ubicada en el Parque Tecnológico de Santiago, importan sus materias primas desde esa nación.

2.2.3. Procedimientos para la importación de materia prima de joyería a la República Dominicana.

El proceso que se utiliza para la importación de materias primas de joyería es el mismo para todas las empresas de joyería dentro y fuera de las zonas francas en la República Dominicana.

El procedimiento de importación da inicio desde que el productor del producto o materia prima en el extranjero realiza una exportación de su producción por un pedido en el exterior; y culmina cuando esta mercancía llega a su destino final.

El procedimiento para tomar en cuenta para realizar una importación en la República Dominicana es la siguiente:

1. Desde que el suplidor del país de origen de la materia prima decide realizar la entrega de la mercancía pedida al medio de transporte, cual será aérea, tiene que presentar la factura comercial junto con los datos tanto del exportador como del importador. De esa manera el agente aéreo tendrá emitida el conocimiento de embarque.

El documento de embarque se utiliza para terminar de completar los datos del Manifiesto de Carga, en la misma, el agente detalla las informaciones sobre la mercancía hasta su lugar de destino.

2. Ya el importador debe solicitar en Aduanas el Token, cual es un dispositivo USB que tiene un costo de RD$3,600.00 para la emisión y RD$1,080.00 para su renovación anual. Con este dispositivo, el importador podrá darle seguimiento a su

empaque mediante el sistema informático SIGA. De igual manera con este dispositivo se puede hacer la declaración aduanera de la mercancía.

Con el registro ya realizado por el importador, se puede proceder a completar el formulario No. 003-2007, Declaración Única Aduanera (DUA). Esta declaración tiene un costo de RD$1,000.00, la misma se llenará en el sistema SIGA.

Para poder realizar la importación de la materia, el DUA pide unos requisitos a continuación:

- Certificado de No Objeción.
- Conocimiento de Guía Aérea.
- Factura Comercial traducida al idioma des país destino.
- Certificado de Origen (este aplica para los productos que tienen preferencia arancelaria en los acuerdos comerciales en que la República Dominicana es signatario.

En el marco legal, las leyes que se aplican para el cumplimiento de importación en la República Dominicana son dos. La ley No. 3489, del 14 de febrero de 1953 de Régimen de Aduanas y la Ley No. 226 del 19 de junio del 2006, esta trata sobre la autonomía funcional, administrativa, técnica, presupuestaria y patrimonio propio de la Dirección General de Aduanas. Beato (2013).

Sin embargo, cabe destacar que las empresas que están ubicadas en las zonas francas tienen la ventaja de que no tienen que pasar por procesos regulares de aduanas.

En cambio, la ley le provee la entrega directa de los bienes importados en el lugar donde se encuentra ubicada la zona franca y de donde unos agentes aduaneros las despacharan. Este es el mismo procedimiento para exportar. Esto mediante la Ley 56-07 que habla de las exoneraciones y las preferencias de las materias primas, equipos y maquinas que importan las compañías dentro de las zonas francas. CEI-RD (2018).

Los requisitos o requerimientos que deben seguir en cuenta las compañías de zonas francas son las siguientes:

- Carta de Solicitud
- Información de la persona que suministre información sobre lo solicitado.
- La carta debe tener las siguientes informaciones:
    - Unidad de medida del producto.
    - La descripción del producto.
    - El código arancelario del producto.
    - La cantidad solicitada.
- Las empresas que tengan esta solicitud deben figurar en el sistema del Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE), mediante la Ley 56-07.

El procedimiento que deben seguir las empresas de zonas francas bajo la Ley 56-07 se resumen en dos pasos. La primera es que la Carta de Solicitud debe ir con un comunicado en papel timbrado de la compañía solicitante. Este comunicado debe estar dirigido a la Dirección Ejecutiva del Consejo Nacional de Zonas

Francas de Exportación, firmada por la persona autorizada por la empresa o el presidente de la misma, indicar el número del Registro Nacional de Contribuyente (RNC) y los datos básicos de la empresa.

Finalmente, el último paso es entregar de dichos documentos en las oficinas del Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación. CNZFE (2018).

2.3. Exportación de Joyería

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

En la última década la balanza comercial de joyería, materiales de orfebrería y platería del país con Estados Unidos, mediante la ejecución del tratado de libre comercio DR-CAFTA, mostró un superávit acumulado de US$100 millones, como resultado de la diferencia entre exportaciones por valor US$2,426 millones e importaciones estimadas en US$2,326 millones. Diario (2017).

Los principales exportadores de Joyería son la India ($8,48 Miles de millones), Francia ($7,21 Miles de millones), Suiza ($6,5 Miles de millones), los Emiratos Árabes Unidos ($6,1 Miles de millones) y Italia ($6,07 Miles de millones).

Los principales importadores son Hong Kong ($11,8 Miles de millones), los Estados Unidos ($9,3 Miles de millones), Suiza ($8,9 Miles de millones), los

Emiratos Árabes Unidos ($8,33 Miles de millones) y el Reino Unido ($3,65 Miles de millones). Simoes (2018).

2.3.1. Principales Exportadores de joyería a nivel mundial.

Las ventas de bienes culturales en el mundo casi se duplicaron entre 2004 y 2013, pasaron de 108,442 a 212,800 millones de dólares, y marcaron una progresión que se explica en gran medida por el incremento en la comercialización de joyas de oro, según un informe publicado por la UNESCO.

El mayor exportador latinoamericano fue México, con 1,409 millones de dólares en 2013, muy por delante de Brasil (289,3 millones), la República Dominicana (211,1), Colombia (153,2), Perú (138,9), Bolivia (124,5), Argentina (76,5), Chile (68), El Salvador (62,5), Guatemala (43,2), Costa Rica (42,4), Nicaragua (2,7), Panamá (1,6) y Paraguay (1,1).

“El arte y la artesanía han subido en la clasificación de los diez bienes culturales que más se comercian, impulsados por la joyería de oro, un valor refugio en época de incertidumbre económica”, indicó la agencia de la ONU para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO).

En 2013, la exportación de joyas de oro “representó más de 100,000 millones de dólares”, agrega ese organismo de las Naciones Unidas con sede en París, que defiende que el estudio aporta “una prueba más del papel esencial que actualmente desempeñan las industrias culturales en la economía mundial”.

Así, según las estadísticas de la UNESCO, que reconoce que la digitalización de muchos bienes audiovisuales complica la recopilación de datos, China fue en 2013

el primer exportador de bienes culturales, con 60,100 millones de dólares, es decir, más del doble de los 27,900 millones de las exportaciones de Estados Unidos, segundo.

La India (11,732 millones de dólares), Turquía (4,195 millones) y Malasia (2,624 millones) también han despuntado como exportadores en la última década, agrega el informe, que señala como principal punto de destino de ese tipo de bienes los países desarrollados de Norteamérica, Europa y el este de Asia.

Las exportaciones en 2013 alcanzaron los 16,403 millones de dólares en el Reino Unido, seguido de Suiza (11,797 millones), Alemania (10,889 millones), Italia (9,936 millones), Francia (9,025 millones), Singapur (6,276 millones) y Japón (4,120 millones).

El dato para España alcanzó los 2.027 millones de dólares, ligeramente inferior a los 2.140 millones de 2004. Libre (2016).

2.3.2. Principales Productos Exportados.

Agricultura

Los principales cultivos comerciales de la República Dominicana se producen en grandes plantaciones localizadas principalmente en el noreste y en la planicie costera del sur, aunque la mayoría de los agricultores se dedican a los cultivos de subsistencia. La caña de azúcar es uno de sus principales cultivos comerciales. En 1992 se produjeron anualmente casi 6,8 millones de toneladas de caña de azúcar. Otros cultivos importantes, en cifras también de 1999, son: plátano (565.000 t),

arroz (514.000 t), banana (420.000 t), mango (191.000 t), mandioca (145.000 t), tomate (89.000 t), cacao (47.000), café (38.000) y tabaco (20.000). Se cría ganado vacuno (más de 2,3 millones de cabezas en 1992), porcino (750.000 cabezas) y aves de corral (30 millones), básicamente para el consumo local.

Exportaciones

Los principales productos son el azúcar, el café, oro, plata, níquel, cacao.

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

Industria

Las principales actividades industriales de República Dominicana son el refinado de azúcar, la producción de cemento, puros y cigarrillos, harina de trigo y derivados, cerveza y ron. También existen importantes industrias de calzado, textiles, confección sobre todo camisas y los famosos sombreros de palma, fertilizantes, melaza, muebles, materiales de construcción y petróleo refinado. Casi toda la electricidad del país se produce en centrales térmicas. A principios de la década de 1990 se contaba con una capacidad instalada generadora de

electricidad de 1,4 millones de kW y la producción anual fue de 5.330 millones de kWh aproximadamente. La producción de bauxita, que había sido el principal mineral de exportación de la República se agotó virtualmente a principios de la década del 80. En 1993, la producción mineral fue de 35.400 t de ferroníquel, 11.369 onzas troy de oro y 53.496 onzas troy de plata.

Pesca

La industria pesquera está poco desarrollada debido principalmente a la falta de equipamiento para la pesca de altura y de instalaciones para la refrigeración del pescado. Las capturas más importantes son de caballa, atún y bonito; en 1999 se alcanzaron las 21.700 toneladas.

Principales Renglones

La República Dominicana depende principalmente de sus recursos naturales y los servicios gubernamentales. Aunque el sector servicios recientemente ha superado a la agricultura como el principal empleador (debido principalmente al crecimiento en el turismo y las Zonas Francas), la agricultura sigue siendo el sector más importante en términos del consumo interno y se encuentra en segundo lugar, detrás de la minería, en términos de los ingresos de exportación. El sector servicios en general ha experimentado un crecimiento en los últimos años, como la construcción. Las Zonas de Libre Comercio y el turismo son los sectores de exportación de más rápido crecimiento. El turismo inmobiliario representó US $ 1,5 mil millones en ganancias para el 2007. Las remesas de los dominicanos que viven en el extranjero ascendieron a casi US $ 3,2 mil millones en 2007.

El crecimiento económico tiene lugar a pesar de una escasez crónica de energía, que causa apagones frecuentes y precios muy altos en la tarifa. A pesar de un déficit cada vez mayor del comercio de mercancías, los ingresos del turismo y las remesas han ayudado a construir las reservas de divisas.

A raíz de la crisis económica a finales de los años 80's y 90's, durante el cual el producto interno bruto (PIB) se redujo hasta en un 5% y la inflación de precios al consumidor alcanzó un nivel sin precedentes del 100%, la República Dominicana entró en un período de crecimiento y reducción de la inflación hasta 2002, después cuya economía entró en recesión.

Desde 2005, la República Dominicana participa en el acuerdo energético Petrocaribe, a través del cual varios países de la región pueden adquirir petróleo y derivados a Venezuela en condiciones favorables. En un acuerdo con fecha 5 de mayo se suscribió acuerdo de complementación económico con la compañía dominicana Refidomsa, con la adquisición del 49% de las acciones de dicha refinería por parte de PDV Caribe.

Transporte

En 1991, el sistema de carreteras de la República Dominicana contaba con cerca de 12.000 km, de los cuales el 48% estaba pavimentado. Se utilizan más de 1.600 km de vías férreas, todas de propiedad privada, que sirven a las plantaciones azucareras. Aparte de Santo Domingo, otros grandes puertos son San Felipe de Puerto Plata en la costa atlántica y Barahona en el suroeste caribeño. El país

cuenta con 6 aeropuertos, que son utilizados por varias aerolíneas internacionales y nacionales. Caribe Inside (2018).

2.3.3 Países de Destino de la Exportaciones.

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

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

“En América Central y la República Dominicana el crecimiento del producto sigue siendo vigoroso, impulsado por flujos de remesas más voluminosos de lo esperado, mejores condiciones financieras y buenas cosechas” - Alejandro Werner, director del Departamento del hemisferio occidental del Fondo Monetario Internacional (FMI).

Siguiendo la previsión del FMI, la economía dominicana crecería un 5,5% en 2018. Y en este crecimiento, muy por encima del de sus países vecinos, tendría un papel trascendental la declaración del 2018 como año del Fomento de las Exportaciones, a través del decreto 437-17.

Dicho decreto gubernamental llama a la colaboración entre ministerios, instituciones públicas y privadas y ya se han tomado medidas en materia de aduanas, agilización de permisos de construcción y renovación de permisos y

patentes, creación de empresas y reducción de la documentación necesaria para exportaciones de medicamentos, cosméticos y alimentos.

Figura 1. Exportaciones de República Dominicana a Norteamérica

Fuente: IContainer (2018)

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

Entre los productos más exportados desde la República Dominicana a Estados Unidos se encuentran instrumentos médicos (20%), cigarros (13%), joyería (8,7%), interruptores automáticos y paneles (8,6%), calzado (6,2%), ropa de algodón (4,4%) y medicinas y productos farmacéuticos (2,4%).

Los instrumentos médicos y los cigarros no sólo encabezan la lista, sino que, de todo el grupo de principales productos dominicanos exportados, son los que

lideran el crecimiento: un asombroso 93% para los equipos médicos y un remarcable 77% para el tabaco.

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

Las extracciones de oro de la compañía canadiense Barrick Gold en Cotuí, tras la renegociación de un acuerdo con el gobierno dominicano en 2013, explican el extraordinario ascenso de las exportaciones a Canadá. Si en 2012 el volumen de las exportaciones a este país representaba tan sólo un 0,93% del total, en 2013 llegó a alcanzar el 12,23% sobre el total de las exportaciones dominicanas. IContainer (2018).

2.3.4. Procedimiento para la exportación de joyería.

El proceso exportador en la República Dominicana está regulado por leyes y decretos y reglamentos que conforman las diferentes instituciones y organismos gubernamentales que participan en el mismo. Intervienen, además empresas privadas que, de forma contractual, con el gobierno administran partes del proceso, particularmente en la gestión de los puertos y aeropuertos. Jimenez & Solano (2016).

Documentos requeridos de exportación.

- Registro del Nombre en ONAPI
- Registro en la Cámara de Comercio y Producción

- Registro Nacional del Contribuyente (RNC)
- Registro como Exportador
- Factura Comercial
- Formulario DUA
- Certificado de Origen
- Vistos Buenos
- Lista de Empaque
- Documento de Embarque

1) Registro del nombre

A. Registrar el Nombre Comercial en la Oficina Nacional de Propiedad Industrial (ONAPI).
B. Completar el formulario.
C. Copia de la Cédula de Identidad y Electoral del solicitante y del apoderado. (En caso de ser extranjero, copia del Pasaporte).

No se aceptarán formularios completados de forma manuscrita o que contengan tachaduras. Toda la documentación que se presente ante la Oficina Nacional de Propiedad Industrial de (ONAPI) debe ser en español. Si el solicitante es extranjero no residente en el país deberá presentar su solicitud a través de un representante o apoderado. La respuesta a la solicitud tarda cinco (5) días laborables.

Tasa para el registro de nombre comercial:

- De Servicio RD$ 3,776.00

  Tasa de Publicación RD$ 971.00

2) Registro en la Cámara de Comercio y Producción

El Registro Mercantil es el servicio que ofrece la Cámara de Santo Domingo que te brinda la oportunidad de que tu negocio pueda acceder a los beneficios y facilidades que se obtienen al estar formalizado.

Si es persona física:

Formulario de solicitud de registro mercantil de persona física, debidamente completado a máquina o computadora y firmado por la persona autorizada o por gestor apoderado, debiendo anexar original del poder de representante.

Fotocopia de la cédula de identidad si es dominicano, pasaporte si es extranjero.

Copia de registro del nombre comercial emitido por la ONAPI.

3) Registro Nacional del Contribuyente

Es un número que sirve como código de identificación de los contribuyentes en sus actividades fiscales y como control de la Administración para dar seguimiento al cumplimiento de los deberes y derechos de estos. El RNC surge con el fin de establecer una numeración común para la liquidación y pago de los diferentes impuestos, contribuciones y tasas.

Toda empresa o persona física, incluyendo los importadores, debe tener un Registro Nacional de Contribuyentes (RNC), expedido por la Dirección General de Impuestos Internos (DGII).

Pasos para inscribirse en el RNC a través de la Oficina Virtual.

A. Completar el Formulario RC-01 (Formulario de Solicitud de Registro y Actualización de Datos del RNC para Personas Físicas o jurídica)
B. Copia de la Cédula (si es extranjero o residente copia del pasaporte)
C. Copia del registro del nombre comercial

D. Copia de registro mercantil

4) Registro como exportador

Mediante el Decreto No. 377-92 del 18-10-92 se derogó la licencia del exportador, como requerimiento a toda persona física o moral a los fines de realizar operaciones de exportación.

Requisitos para obtener el registro de exportador

A. Llenar el formulario y presentar su solicitud por ante el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEIRD).

B. Anexando dos (2) copias de cada uno de los siguientes documentos:

Persona física:

a) Copia del título de propiedad o del contrato de alquiler de las instalaciones físicas o facilidades logísticas de la empresa.

b) Copia del Registro Nacional de Contribuyente (Cédula).

Persona moral:

a) Copia del título de propiedad o del contrato de alquiler de las instalaciones físicas o facilidades logísticas de la empresa.

b) Copia del Registro Nacional de Contribuyente (RNC).

c) Listado de accionistas

d) Constancia de la existencia jurídica, domicilio, monto y composición del capital social suscrito y pagado de la empresa, y su representante legal

e) Estatutos.

f) Certificado de Registro mercantil vigente.

g) Programación de producción de exportación para un (1) año.

a. Adquirir formulario de solicitud Ley No. 84-99 (formulario No. 3555), en la Dirección General de Aduanas (DGA) a un costo de RD$ 300.00.
b. Deberá pagar en la Dirección General de Aduanas (DGA) RD$ 5,000.00.

5) Factura comercial

En el país de destino todo embarque se debe acompañar con una factura original, la misma debe incluir: nombres de la aduana de salida y puerto de entrada, nombre y dirección del vendedor o embarcador, nombre y dirección del comprador o del consignatario, descripción detallada de la mercancía, cantidades, precios que especifiquen tipo de moneda, tipo de divisa utilizada, condiciones de venta, lugar y fecha de expedición. Frecuentemente es utilizada por las autoridades aduaneras del país de destino como el documento básico para determinar el valor en aduana de las mercancías, para aplicar los derechos, gravámenes y aranceles de importación.

6) Formulario DUA

Para las exportaciones de mercancías, se deberá utilizar la Declaración única Aduanera de Exportación (DUA). Es un formulario en el cual se consignan todos los datos de salida del producto.

A. Solicitar mediante una comunicación a la DGA, el registro en el Sistema Integrado de Gestión Aduanera (SIGA) como importador o exportador.
B. Obtener el Token en la DGA para tener acceso al Sistema SIGA y realizar el registro en la Consultaría Jurídica de la Dirección General de Aduanas.

Sin embargo, en caso de ser una persona física y no tener Token debe contratar los servicios de un agente aduanero.

C. Dirigirse a la página web de la Dirección General de Aduanas: www.aduanas.gov.do, debe poseer un usuario y contraseña con los permisos y/o privilegios asignados.
D. Llenar el formulario No. 003-2007 declaración única aduanera (DUA).

7) Certificado de origen

Es el documento que permite que los clientes se beneficien de las preferencias arancelarias que determinados países otorgan a los productos. Para que un producto pueda acogerse a las ventajas de un determinado esquema o acuerdo comercial, deberá estar acompañado, en el momento de la importación, de un Certificado de Origen emitido en Rep. Dom., donde se indiquen las normas o criterios de origen, debidamente firmado y sellado por el funcionario habilitado para el efecto.

Dependiendo el mercado al cual se dirigen las exportaciones, además de los documentos solicitados internamente en el país, el exportador debe enviar en cada embarque (sí lo pide el importador) un certificado de origen:

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

e) La Unión Europea: Certificado de Circulación de Mercancías EUR-1, SGP Form A.

f) Canadá, Japón, Suiza, Noruega, Europa Oriental, Nueva Zelanda y Australia: SGP Form A

g) Todos los países: Certificado de Origen de la República Dominicana.

8) Visto bueno

Según la naturaleza del producto que se pretende exportar, es necesario el registro de establecimientos y áreas de producción (zona franca) ante el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE) y la Dirección General de Aduanas (DGA). Esto con la intención de obtener con anterioridad a la exportación los vistos buenos o requisitos especiales que de conformidad con las normas vigentes requiera su producto para ser exportado.

9) Lista de embarque

Este documento guarda estrecha relación con la factura y normalmente la acompaña en todo momento; al igual que la factura debe ser tan detallada como sea posible.

Este documento permite al exportador, comprador, agente aduanal, transportista, compañía de seguros; la identificación de la mercadería y conocer que contiene cada caja o bulto; por tal motivo, este documento debe coincidir exactamente con la factura.

10) Documentos de embarque

Documento Emitido por las Compañías de Transporte Internacional que establecen la propiedad de la mercancía exportada. En el caso de la joyería una

guía aérea o Air Waybill (AWB). Debido a que se transportan vía aérea por ser productos de alto valor monetario.

Una vez entregada la mercancía, la compañía transportadora emite un documento, llamado “Documento de Embarque”. Este servicio es pagado según los términos de negociación o INCOTERMS.

CAPÍTULO III. COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL DE LA REPÚBLICA DOMINICANA CON RELACION AL SECTOR DE JOYERIA EN LAS ZONAS FRANCAS

3.1. La Competitividad

La competitividad es la capacidad que tiene una persona, organización, nación, o realidad empresarial para completar ventas competitivas en relación con sus competidores y así estar en una posición destacada en su entorno.

Generalmente la competitividad se basa en ventajas competitivas que va desde habilidades y recursos, hasta tecnología o atributos, cualidades que los hacen superior a los demás. Roldan (2018)*.*

El ámbito empresarial, se entiende que la empresa es competitiva cuando es capaz de tener una rentabilidad superior a la de sus competidores. La competitividad empresarial se pasa en precio u otras variables:

- Precio: Una empresa es capaz de brindarle un precio bajo en comparación de sus competidores sin la necesidad de sus ganancias. Esto se basa en reducir sus costos de producción con una mejor tecnología, factores de producción más productivos, mejor organización, etc.

- Otros factores: Es cuando la empresa es capaz de cobrar un mayor precio por sus productos mediante la entrega de una mejora de la misma, una logística más desarrollada, entre otros factores.

La competitividad tiene dos tipos que se pueden distinguir:

- Competitividad Interna: Cuando una organización tiene la capacidad de lograr una mayor eficiencia posible de sus recursos y aumentar la productividad de los factores.

  Competitividad Externa: Cuando una organización tiene la capacidad de lograr ventajas en el contexto del mercado. Se evalúan diferentes factores externos como la innovación, la situación de la industria (5 fuerzas de Porter), estabilidad económica, etc.

3.1.1. Competitividad nacional.

La competitividad nacional se concede por factores como la estabilidad, el buen gobierno y las oportunidades de inversión rentables. Michael Porter dice que el único concepto para competitividad nacional que sea significativo seria productividad, ya que es el principal factor que determina el nivel de vida a largo plazo de un país, como también lo es el ingreso per cápita. Mientras más elevada sea la productividad, mejor es el salario y el rendimiento. Eumed.net (2016).

- Productividad: Es la razón entre la cantidad de producto producido, fijada una cierta calidad, por hora trabajada. La productividad depende de la tecnología usada y la calidad del capital humano. En los países industrializados, los empleados suelen producir una mayor cantidad de

bienes gracias a la existencia de maquinaria de una calidad que agiliza los procesos. Sin embargo, a nivel internacional muestran que la capital humana solo es capaz de mostrar una pequeña proporción de lo que es la productividad general de una nación. Nivel (2018).

3.1.2. Competitividad de la República Dominicana frente al mundo.

El Índice de Competitividad que realiza cada año el Foro Económico Mundial (WEF por sus siglas en ingles), es un informe realizado anual en el que miden la competitividad global de todos los países del mundo.

Este índice se basa en 12 pilares cuales se entienden que son las variables en la no solo se puede determinar los avances de un país, sino, que también los países que tomen a considerar estos aspectos podrán tener los avances que toda nación anhela.

Estos 12 pilares tienen posición según su importación y el impacto que este puede tener en una nación:

1. Instituciones.
2. Infraestructura.
3. Ambiente macroeconómico.
4. Salud y educación primaria.
5. Educación superior y deporte.
6. Eficiencia del mercado de bienes.
7. Eficiencia del mercado laboral.
8. Desarrollo del mercado financiero.
9. Preparación tecnológica.

10. Tamaño del mercado.
11. Sofisticación de los negocios.

    Innovación.

Estos pilares se dividen en tres subíndices:

- Subíndice A: Requerimientos básicos.
- Subíndice B: Eficiencias de potenciadores.
- Subíndice C: innovación y sofisticación de los factores.

Bajo estos criterios y factores, el Índice de Competitividad del 2017 posiciono a la República Dominicana en el puesto 104°, el año anterior estuvo en el puesto 92°. Esto se determinó en base a los 12 pilares. Estos pilares son calculados en un ranking de 137 por la cantidad de países participantes. Contando los doce pilares y los 3 subíndices, los números de la República Dominicana nunca variaron en gran parte de los 85° a los 130° según el ranking. Solo en el tercer pilar (Ambiente macroeconómico) tuvo una posición de 49° y en el décimo pilar (Tamaño del mercado) obtuvo una calificación de 68° de 137°. WEF (2018).

3.1.3. Competitividad internacional

En el ámbito internacional, la competitividad se refiere a la capacidad de un país de participar en los mercados internacionales de manera exitosa y elevar el nivel de vida de sus ciudadanos al mismo tiempo. Roldan (2018).

Cuando el país es competitivo, es capaz de soportar la competencia impuesta por los países en el mercado externo, tales como vender sus productos y servicios de manera rentable y/o atraer inversión internacional. Todo lo demás resulta un

mayor crecimiento en los beneficios para los ciudadanos (mayor empleo, aumento de ingresos, etc.). Roldan (2018).

Existen varios factores que determinan el logro de un país en ámbito internacional:

- Instituciones Públicas: La calidad que pueden brindar las instituciones gubernamentales para que una empresa pueda desarrollar proyectos a largo plazo, recolectar sus ganancias y proteger sus trabajadores. Cuando un país se puede apoyar en un marco legal de tribunales de justicia imparciales, funcionarios de gobierno alejados de la corrupción, etc. Tiene la seguridad de que una empresa podrá florecer y desarrollarse de manera satisfactoria.
- Infraestructura: Con una infraestructura de gran calidad y gran variedad (carreteras, puentes, aeropuertos, etc.), la facilidad de crecimiento y desarrollo de las empresas es mayor ya que reducen costos de transacción y aumentan su eficiencia. Roldan (2018).
- Estabilidad macroeconómica: Cuando un país tiene una macroeconomía estable, los inversionistas internacionales estarán más interesados.
- Salud y educación: Cuando el país tiene un pueblo saludable y con altos niveles de educación son capaces de desarrollar habilidades que les permitan competir en el mercado global generando nuevos proyectos y sustentar el desarrollo empresarial a través de mayor productividad. Roldan (2018).

- Mercados financieros desarrollados: Cuando el mercado financiero es uno desarrollado, es más sencillo financiar proyectos rentables que en un futuro expandirán el desarrollo nacional.
- Tecnología: La adopción y desarrollo de nuevas tecnologías es fundamental para que las empresas puedan ser competitivas en un entorno cambiante.
- Innovación: Desarrollo de nuevas ideas y creación de nuevos productos y servicios expande las posibilidades de una empresa para atraer nuevos consumidores y sostener su crecimiento en el futuro. Roldan (2018).
- Eficiencia en el mercado laboral: Cuando el mercado laboral es eficiente tanto las empresas como los trabajadores se benefician. Las empresas tienen las habilidades que necesitan para desarrollar su negocio mientras que los trabajadores reciben un salario que les permite sustentar su desarrollo personal y el de su familia. Roldan (2018).

3.2. El Diamante de Porter

El Diamante de Porter es un modelo que explica por qué alcanza el éxito una nación. Y, sugiere las razones concretas para que cada país, región, localidad, sector de la economía o empresa sean más competitivos que otros. Es decir, analiza los factores que generan ventajas competitivas para un país, sector o empresa.

Este modelo fue desarrollado por Michael Porter en su libro “La Competitividad de las Naciones”. Porter es una autoridad globalmente reconocida en temas de

estrategias empresariales de competitividad y ha sido consultor en el desarrollo económico entre diferentes naciones y regiones.

El modelo del diamante de Porter tiene diferentes utilidades. La primordial es que, gracias a este modelo, los países, sectores y empresas puedan descubrir la posición en que se encuentran con relación a la competencia global. Y que, partiendo de las mejoras de los factores incluidos en el diamante, puedan ser más eficientes llevándolos así a la competitividad.

Entre usos que se le puede dar al diamante en el ámbito nacional es que puede fomentar las ventajas competitivas de las diferentes industrias. El entorno regional puede alentar y potencializar la competencia entre regiones. Mientras que a nivel empresarial se pueden crear estrategias para generar ventajas competitivas frente a los competidores extranjeros, utilizando de plataforma las ventajas competitivas nacionales.

El Diamante de Porter está compuesto por cuatro atributos genéricos y dos variables relacionadas que conforman y determinan el entorno competitivo de una nación, un sector industrial o una empresa en particular. Estos cuatro factores están estrechamente relacionados y se refuerzan unos a otros.

Las condiciones o factores que se pueden utilizar en el estudio de la competitividad de las empresas son: Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas, Condiciones de los factores, condiciones de la demanda y sectores afines y de apoyo. Estos cuatro factores están estrechamente relacionados y se refuerzan unos a otros.

1. Estrategia, estructura y rivalidad de las empresas: Esto corresponde a las condiciones vigentes en el país respecto a cómo se crean, organizan y administran las empresas de un sector. Por igual, analiza el tipo de rivalidad existente entre ellas. Es necesario resaltar que, cuando la rivalidad interna entre las industrias es intensa, estas se ven obligadas a competir de forma más agresiva. Por ello, se ven en la necesidad de reducir costos y mejor la calidad de los productos y del servicio. Pero también los lleva a ser más innovadores en la creación de nuevos productos y procesos. Consecuentemente a esto las empresas van tomando una actitud global. Debido a que, cuando se da una mayor rivalidad, las empresas tienden a expandirse a otros mercados con mayor prontitud que en aquellos países donde esta situación no existe.

2. Condiciones de los factores: Este determinante se refiere a los factores de producción que son escasos y difíciles de imitar por los competidores extranjeros. Esto supone que un país o sector es más competitivo en la medida en que creen estrategias que los diferencien de los demás y especializándose en ellas. Por ejemplo, la mano de obra especializada, las bases e investigaciones científicas, Know How, infraestructura especializada. Al ser especializados necesitan de una inversión sostenida para poder crearlos y desplegarlos a los diferentes sectores, rápida y eficazmente.

3. Sectores afines y de apoyo: Este factor se refiere a la existencia en la nación de proveedores y sectores afines. Debido a que su interacción o relaciones comerciales influye para que el sector sea internacionalmente competitivo. Este determinante genera lo que Porter (1991) denomina clúster de empresas competitivas internacionalmente, los cuales surgen de la relación cooperativa entre diferentes industrias vertical u horizontalmente relacionadas.
4. Condiciones de la demanda. Para Porter los países logran ventaja competitiva en los sectores o segmentos donde, la demanda interna del país brinda a las empresas locales un conocimiento claro y temprano de las necesidades del comprador. Siendo esta mejor que la que pueden tener sus rivales extranjeros. Pero, además, mientras mejor informados y más exigentes sean los clientes y proveedores, más presión ejercerán sobre las empresas para ser competitiva. Entregándoles así productos innovadores y de alta calidad.

Estos cuatro factores están estrechamente relacionados y se refuerzan unos a otros.

Las otras dos variables que, aunque no influyen directamente en la creación de una ventaja competitiva, tienen un rol importante dentro del sistema de competitividad nacional. Estas son la casualidad y la acción del gobierno.

• Acontecimientos casuales: Lo que caracteriza a esta variable es que está fuera del control de las empresas (y normalmente fuera también del control del gobierno

del país en cuestión). Frecuentemente estos elementos fortuitos están asociados a nuevos inventos, perfeccionamientos en las tecnologías básicas, acontecimientos políticos externos y cambios sensibles en la demanda de los mercados extranjeros. La acción individual o combinada de estos factores produce impactos que pueden alterar y dar nueva forma a la estructura del sector, brindando la oportunidad de que empresas de una nación extranjera ocupen los puestos de las empresas locales.

• Acción del Gobierno: El segundo elemento cuya acción es importante para la competitividad de las empresas pertenecientes a determinados sectores es la acción del gobierno. Las políticas económicas, así como las decisiones y actuaciones de carácter gubernamental pueden mejorar o deteriorar la ventaja nacional.

3.3. Diamante de Porter sobre la Competitividad del Sector de Joyería dominicano en las Zonas Francas en comparación con el costarricense en el año 2017

Para fines de estudio, se realiza a continuación un análisis comparativo sobre los factores, y sus respectivas variables, que afectan la competitividad del Sector de Joyería en las Zonas Francas. Para ello, se toman como sujetos de la investigación a la República Dominicana y a Costa Rica en el periodo 2017. Y se utiliza el Diamante de Porter como herramienta de medición.

3.3.1. Condiciones de los Factores

Las condiciones de los factores evalúan las destrezas de los factores de producción en un sector o país. Las mismas son aplicadas en esta investigación en el sector de joyería en las zonas francas de la República Dominicana y de Costa Rica. Entre estos factores se pueden encontrar la mano de obra especializada, la infraestructura especializada, entre otros.

3.3.1.1. Variable 1°, Mano de Obra Especializada.

En la variable de mano de obra especializada se evalúan la cantidad de empleados en el sector de joyería en las zonas francas. Debido a que, a mayor la cantidad de especialistas en el área, mayor será la capacidad productiva y de innovación del sector.

República Dominicana

La República Dominicana se caracteriza por tener mano de obra especializada y económica. Esto posibilita aumenta la inversión. Ya que los inversionistas nacionales y extranjeros se establecen en las zonas francas para disfrutar de un sin número de beneficios, principalmente fiscales.

Tabla 9. Empleos Directos generados por el Sector de Joyería en las Zonas Francas

Empleos Generados por el Sector de Joyería en las Zonas Francas 2012-2017		
Año	**Cantidad de Empleados**	**Variación Relativa**
2012	1,948	9.19
2013	2,366	21.46
2014	2,698	14.03
2015	3,012	11.64
2016	2,799	-7.07
2017	2,877	2.79

Fuente: Elaboración propia con datos del CNZFE.

En la tabla presentada previamente, se puede observar que la cantidad de empleados especializados del sector de joyería en las zonas francas aumento de manera alternada. Ya que, aunque hubo un aumento progresivo hasta el 2015, la cantidad de empleados descendió un 7.07% en el año 2016. Sin embargo, la cantidad de empleados para el 2017 aumentó. Por lo que la República Dominicana tuvo un total de 2,877 empleados especializados en el sector de joyería en las zonas francas. Siendo dicha población laboral el 1.7% del total de empleados en los diferentes sectores de las zonas francas según el CNZFE (2017).

Costa Rica

Instituciones como Procomer y Azofras calculan que más de 125,000 costarricenses trabajan en empresas en las zonas francas. Sin embargo, solo un 1% de dicha población laboral trabaja para el sector joyería. Por lo que los empleos directos generados por las zonas francas de joyería son alrededor de 1,250 personas. Procomer (2016).

3.3.1.2 Variable 2°, Infraestructura Especializada.

La variable de infraestructura especializada mide la cantidad de pies cuadrados (ft^2) que utilizan las naves de las empresas de manufactura de joyerías en las zonas francas. Tanto en la República Dominicana como en Costa Rica. Porque, a mayor área de infraestructura especializada, mayor será la capacidad de volumen de producción.

República Dominicana

La República Dominicana tiene más de 71 zonas francas operando en la actualidad. Estas tienen un área estimada de más de 37,283,897.4 ft² denotando un crecimiento constante en la creación de parques de zonas francas. No obstante, el número de naves ocupadas por las empresas de manufactura de joyería ha tenido variaciones significativas presentadas en la tabla a continuación.

Tabla 10. Área de Naves Ocupadas por las Empresas de Joyería en las Zonas Francas 2012-2017

Área de Naves Ocupadas por las Empresas de Joyería en las Zonas	
Año	**Áreas Ocupadas en ft²**
2012	22,319.93
2013	310,861.96
2014	360,598.56
2015	346,231.28
2016	349,162.86
2017	331,176.48

Fuente: Elaboración propia con datos del CNZFE.

A finales del 2012 la extensión espacial que ocupaban las empresas del sector de joyería era de 22,319.93 ft². Dicho espacio aumentó en los dos años posteriores llegando a tener un área de 360,598.56 pies cuadrados (ft²) en el periodo 2014. Sin embargo, esa extensión se redujo progresivamente en los años siguientes. Por lo que, para el año 2017, el área espacial total de las empresas de joyería en las zonas francas fue de 331,176.48 ft².

Costa Rica

La extensión espacial de las empresas de joyería en las zonas francas de Costa Rica es de 10,409 ft^2 aproximados. Dicha área es reducida en comparación con el territorio abarcado por el resto de las zonas francas. Debido a que el sector joyería tiene menos de cinco empresas en operación.

3.3.1.3 Variable 3°, Salarios Promedio.

La variable de salarios promedio evalúa la media de los pagos otorgados a los empleados del sector de joyería en las zonas francas. Debido, a que la retribución de la mano de obra especializada cumple un rol importante para la decisión de inversión en un país.

República Dominicana

La República Dominicana tiene una de las retribuciones salariales más atractivas de la región para los inversionistas. Añádase a esto la calidad y especialización de la mano de obra en las empresas de joyería en el sector de Zonas Francas. De manera que la medición de la variable del salario promedio puede ayudar a medir la competitividad en el factor de condiciones de los factores.

Tabla 11. Salario Mensual Promedio de Empresas de Joyería 2012-2017

Salario Mensual Promedio de Empresas de Joyería en Zonas Francas 2012-2017					
Año	Salario Semanal Operarios RD$	Salario Semanal Técnicos RD$	Salario Mensual Promedio RD$	Tasas de cambio*	Salario Mensual Promedio US$
2012	1,888.64	3,552.90	$ 2,720.77	40.3967	$ 269.41
2013	2,168.54	4,516.40	$ 3,342.47	42.7902	$ 312.45
2014	2,272.28	5,093.27	$ 3,682.78	44.3563	$ 332.11
2015	2,671.43	5,247.77	$ 3,959.60	45.5544	$ 347.68
2016	2,804.87	5,438.68	$ 4,121.78	46.7062	$ 353.00
2017	2,910.43	5,084.51	$ 3,997.47	48.2993	$ 331.06

Fuente: Elaboración propia con datos del CNZFE y BCRD.

En la tabla presentada previamente se puede observar que la República Dominicana ha tenido variaciones leves en el salario mensual promedio. Este punto se puede destacar observando que en el año 2012 el salario fue de $269.41 dólares. Saldo que fue en aumento gradual hasta el 2016 con USD$351. Sin embargo, el salario mensual promedio disminuyó US$21.94 en el 2017, denotando un monto de USD$331.06.

Costa Rica

De acuerdo con la Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (Procomer) el salario promedio mensual en las zonas francas de Costa Rica es de US$1,551. Este monto sobrepasa el salario pagado en la actividad privada del resto del país. Por lo que el empleo que generan las empresas en zonas francas, en sus diferentes sectores, son un índice de crecimiento y desarrollo para Costa Rica.

3.3.1.4 Interpretación de Resultados

Tabla 12. Condiciones de los Factores del Sector de Joyería en Zonas Francas

Condiciones de los factores	Método de evaluación	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA	PESO DE VARIABLE	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA
Mano de Obra Especializada	Cantidad de empleados sector joyero ZF	2,877	1,250	0.6	19.84	8.62
Infraestructura Especializada	Total de área ocupada por sector en ft²	331,176.48	10,409.00	0.25	1.62	0.05
Salarios Promedio	Salario mensual Promedio en USD$	$331.06	$ 1,551.00	0.15	9.74	2.08
				1	31.2	10.75

Fuente: Elaboración Propia.

Se puede observar que, en el factor de Condiciones de los Factores se evaluó la competitividad de la mano de obra especializada, de la infraestructura especializada y de los salarios promedio. Todos los anteriores del Sector de Joyería en las zonas francas de la República Dominicana y de Costa Rica.

En la primera variable se denota que Costa Rica tiene 1,627 empleados menos que la República Dominicana. Esto, unido al hecho de que la variable de mano de obra especializada tiene un peso del 60% del factor, demuestra que la República Dominicana tiene más personal capacitado en el sector de joyería que su rival.

Con relación a la infraestructura especializada, la República Dominicana lidera la cantidad de área utilizadas para la elaboración de la joyería en las zonas francas.

Debido a que las empresas de la misma abarcan 331,176.48 pies cuadrados. A diferencia de Cosa Rica que tiene 10,409 pies cuadrados.

Con relación a la última variable de las condiciones de los factores se puede distinguir que la República Dominicana es más competitiva en el costo de la mano de obra. Esta tiene un salario mensual promedio de $331.06 dólares, en comparación con los US$1,551 de Costa Rica. Esto se debe a que los precios dominicanos son de los más bajos de la región. Cabe destacar, que el salario mensual promedio de un trabajador de joyería dentro del régimen de zona franca en dicho país es similar al salario mínimo de un trabajador en China. Sin embargo, los bajos costos del salario no comprometen la calidad de la mano de obra. Por dicha razón, muchas empresas multinacionales del sector joyero prefieren establecerse en las zonas francas de la República Dominicana.

Finalmente se puede observar que la República Dominicana es más competitiva en el pilar de Condiciones de los Factores que Costa Rica. Ya que esta tiene un 31.20 a diferencia del 10.75 de Costa Rica, con respecto a 100.

3.3.2. Condiciones de la demanda.

Según Porter, la demanda tiene influencia indirecta en lo que genera ventajas competitivas. Cuando un grupo de compradores está bien informado, hace que las empresas mantengan una actitud siempre de mejoras e innovación con respecto a sus productos para así poder satisfacer las exigencias de la demanda. OBS Business School (2016).

3.3.2.1. Variable 1°, Exportación.

En esta variable se determinará la cantidad de influencia que tienen las exportaciones que realizan en el sector de joyería de zona franca en República Dominicana y Costa Rica. Con esta variable se puede determinar un aproximado de que tan dinámica es la demanda en ese sector para cada país.

República Dominicana

El sector de joyería en las zonas francas de la República Dominicana tuvo un 422.2 que son un 7% de participación en el total de las exportaciones por zonas francas en el 2017, según el informe estadístico del mismo año por el Banco Central y el Centro Nacional de Zonas Francas y Exportaciones (CNZFE). Desde el 2001 que fue el tiempo que se implementó los análisis de este sector en las zonas francas, se ha mostrado que ha tenido una participación desde el 5% hasta el 8% en los últimos años.

Tabla 13. Evolución de las exportaciones del sector de joyería 2012-2017 (en millones US$)

Años	Exportaciones	Variacion Relativa
2012	405.30	-16.93
2013	315.60	-22.13
2014	283.70	-10.11
2015	369.90	3.38
2016	407.00	10.03
2017	422.20	3.73

Fuente: Banco Central de la Republica Dominicana

Desde el 2012, las exportaciones en el sector de joyería en las zonas francas no han tenido una gran variedad. Apenas salió de la zona negativa en el 2015 con un monto de US$369.90 y una variación de 3.38, con relación a su año anterior que fue de US$283.70 y una variación de -10.11 tuvo una mejora notable.

Tabla 14. Sector joyería en las exportaciones totales de zonas francas 2012-2017 (en millones US$)

Años	Exportaciones Totales	Export. Sector joyeria	Part. % joyeria
2012	4,918.90	405.3	8.2
2013	4,976.40	315.6	6.3
2014	5,261.70	283.7	5.4
2015	5,423.60	369.9	6.8
2016	5,503.90	407	7.4
2017	5,694.70	422.2	7.4
Fuente: Banco Central de la Republica Dominicana			

En la primera tabla de exportaciones totales se puede apreciar el total de las exportaciones que realizo el sector de zona franca en los años desde 2012 hasta el 2017, de estos totales, en la siguiente tabla está el total de las exportaciones por el sector de joyería. En comparación se puede decir que la participación del sector de joyería ha variado en el tiempo como se muestra en la siguiente tabla.

Los principales destinos de las exportaciones del sector de joyería en las zonas francas son las siguientes:

- Estados Unidos.
- Panamá.
- Guinea.
- Italia.
- Macao.
- España.
- Otros.

Mientras que los principales productos que el sector de joyería exporta son las siguientes:

- Argollas.
- Aretes.
- Juegos de joyería en plata y oro.
- Cadenas.
- Dijes.
- Anillos.
- Brazaletes.
- Desperdicios y desechos de oro o de chapado de oro.
- Desperdicios y desechos de plata o de chapado de plata.

Costa Rica

La joyería en Costa Rica ha mostrado gran interés desde hace tiempo atrás, sus exportaciones de las mismas han tenido variación, pero siempre en aumento.

Tiene una gran cartera de productos tales como anillos, pulsas, collares, juegos de joyería y aretes.

Según el Informe Estadístico de Comercio Exterior de Costa Rica (2017), desde el 2013, el sector de joyería ha tenido una evolución variada de exportaciones, teniendo dígitos expresados en millones tales como 38,6US$ en el 2013, US$30,7 en el 2014, US$23,5 en el 2015, US$28,7 en el 2016 y US$46,0 en el 2017.

En cuanto al sector de joyería en zonas francas de Costa Rica, tuvo una participación de 3,2 millones de US$. Esta cifra forma parte del total de exportaciones de joyería que realizo la nación en el 2017 mencionada en el párrafo anterior. Las exportaciones de este sector solo tuvieron un 0.8% de participación en las exportaciones totales. Un 0.1% en las exportaciones totales de las zonas francas.

Los principales destinos de sus exportaciones son:

- Estados unidos (81.0%)
- Hong Kong (15.7%)
- Francia (2.3%)
- Panamá (0.4%)
- España (0.3%)
- Otros (0.3%)

Mientras que los principales productos de exportación de joyería:

- Oro puro.
- Piedras preciosas o semipreciosas naturales, trabajadas y sin ensartar o montar.
- Oro para uso monetario
- Desperdicios y desechos de oro o de chapado de oro.

- Oro semielaborado.
- Desperdicios y desechos, de plata o de chapado plaque de plata.
- Brazaletes.
- Aretes.
- Argollas.
- Anillos.
- Otros.

3.3.2.2. Variable 2°, Inversión Extranjera.

Esta variable será de utilidad para determinar el interés que tiene el mercado internacional de la joyería en los productos hechos en territorio dominicano o de Costa Rica.

República Dominicana

Países como Estados Unidos, Italia y la misma República Dominicana; son conscientes del rendimiento que tiene invertir en las zonas francas, pero en específico en el sector de joyería de la misma.

Entre estos tres países realizaron un total de inversión de US$15,775,950.5 en el sector de joyería en las zonas francas. La mayoría de la inversión procede de los Estados Unidos, luego República Dominicana y por último Italia.

Tabla 15. Evolución de las inversiones extranjeras en el sector de joyería en las zonas francas (2013, 2015, 2017) (millones de USD$)

Años	Cantidad
2013	14,040,339.54
2015	16,804,944.53
2017	15,775,950.50

Fuente: Banco Central dominicano

Según como muestra la tabla, el sector de joyería ha tenido inversiones por encima de los $10,000,000.00 millones de dólares en el tiempo, ha variado, pero no baja de ese monto. Mostrando que en el 2013 acumulo un total de US$14,040,339.54, en el 2015 un total de US$16,804,944.53 y en el 2017 US$15,775,950.50.

Costa Rica

En cuanto a Costa Rica, existen solo tres empresas internacionales que están laborando en las zonas francas de esta nación. Se entiende que ellos realizan inversiones en el país, pero las zonas francas de Costa Rica tienen reglas estrictas de no publicar esos tipos de información en las redes o ponerlo en sus informes anuales. Contando con la inversión de estos tres, se puede estimar que su inversión no contribuye a un gran impacto en el total de las inversiones que obtiene el sector de zonas francas ya que la participación del sector de joyería es de 0.1% de las exportaciones del sector de zonas francas.

Sin embargo, para fines investigativos y determinar las conclusiones aproximadas entre ambos países, se estimará una total inversión anual en base al 2% de las exportaciones totales del sector de joyería en las zonas francas de Costa Rica.

Determinando que tiene tres empresas ubicadas en las zonas francas que laboran en el área de joyería y tienen apenas una participación de 0.1%, la inversión total que recibe el sector de joyería en las zonas francas de Costa Rica es de US$3,500,000.00 millones de dólares aproximado, que dividido entre los tres países sería una inversión de US$1,150,000.00 millones aproximadamente.

3.3.2.3. Interpretación de Resultados.

Tabla 16. Condiciones de la Demanda del Sector de joyería en Zonas Francas

Condiciones de la demanda	Método de evaluación	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA	PESO DE VARIABLE	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA
Exportaciones	Total Anual en USD$	$422,200,000.00	$3,200,000.00	0.53	23.116	0.175
Inversión Extranjera	Total Inversión Anual en USD$	$15,775,950.50	$3,500,000.00	0.47	25.533	5.665
				1	48.649	5.84

Fuente: Elaboración propia.

Según la tabla conclusiva con respecto a esta variable. La República Dominicana predomina en todos los factores contra Costa Rica.

En el factor de las exportaciones, la República Dominicana predomina con un total de 23.116, mientras que, en las inversiones extranjeras, con un 25.533, dando un total de 48.649.

Mientras que Costa Rica tiene un total de exportaciones de 0.175, en cuanto a las inversiones extranjeras, tiene 5.665, ofreciéndole un total de 5.84.

3.3.3. Industrias Relacionadas y de Apoyo.

Porter (1991) define este factor como la existencia o no de sectores proveedores y a fines que sean competitivos. Por tanto, se tomarán como base para la medición de la competitividad de este factor las instituciones nacionales e internacionales que apoyan al sector de zonas francas. De la misma manera, evalúa las empresas del sector de transportación de valores. Puesto que las mismas proveen un servicio relevante al sector de joyería dentro de las zonas francas.

3.3.3.1. Variable 1. Instituciones gubernamentales, privadas y asociaciones.

La variable de instituciones gubernamentales, privadas y asociaciones evalúa la cantidad de aquellas entidades que le dan apoyo nacional al sector de joyería en las zonas francas. Debido a que, la eficiencia de las mismas, permiten que el sector joyero sea competitivo.

República Dominicana

La República Dominicana tiene 6 entidades que apoyan y fomentan el desarrollo competitivo del sector joyero en las zonas francas. Estas son las mencionadas a continuación.

- **Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMES (MICM):** Esta institución tiene la labor de crear medios y alternativas para desarrollar la productividad y competitividad de las industrias, comercio y MIPYMES dominicanas. Estas alternativas son creadas mediante formulación y aplicación de las políticas públicas del gobierno dominicano. MICM, (2018).
- **Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE):** Este consejo es un organismo gubernamental que tiene como función principal la

integración de promociones y desarrollo del sector zona franca. Las inversiones que están orientadas para el fortalecimiento de su competitividad y motivadas al incremento de sus exportaciones, son promovidas por esta institución para su crecimiento y puedan atraer la atención del mercado. CNZFE, (2018).

- **Centro de Desarrollo y Competitividad Industrial (PROINDUSTRIA):** Esta institución funciona como un representativo y regulador de los proyectos del sector industrial de la República Dominicana. La misma propone métodos, estrategias, políticas y programas de apoyo a los Parques, Distritos Industriales y mercados internacionales para la estimulación de innovación en el área industrial para llegar a la diversificación de la producción nacional. PROINDUSTRIA, (2018).
- **Asociación de Industria de la República Dominicana (AIRD):** Presentándose como el representante y defensor de la industria dominicana, busca cuidar los intereses de este sector, asumiendo lo desafíos de la economía que vive el país para impulsar el desarrollo industrial. AIRD, (2018).
- **Asociación Dominicana de Zonas Francas (ADOZONA):** Es el instituto que tiene como labor representar todos los parques industriales y las empresas ubicadas en las zonas francas de la República Dominicana. ADOZONA, (2018).
- **Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD):** Contribuir al fomento de las exportaciones es el objetivo principal de

esta institución. Mediante este fomento la productividad, el crecimiento y los empleos impactaran de manera positiva el desarrollo de la nación dominicana. De igual manera, este instituto gestiona la renovación de las políticas comerciales; para facilitar los procesos para exportar e invertir en la República Dominicana. CEI-RD, (2018).

Costa Rica

Costa Rica tiene 4 entidades que apoyan y fomentan el desarrollo competitivo del sector joyero en las zonas francas. Dichas instituciones son las siguientes.

- **Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica (PROCOMER):** Esta institución tiene como función principal apoyar a las micro, pequeñas y medianas empresas costarricenses para que tengan éxito en su internacionalización. Promoviendo sus bienes y servicios en oferta de exportación mediante ruedas de negocios, misiones comerciales, ferias internacionales y apertura de oficinas claves que contribuyan a su apoyo. PROCOMER, (2018).
- **Asociación de Empresas de Zonas Francas de Costa Rica (AZOFRAS):** Esta asociación tiene como objetivo apoyar y asesorar las empresas que están ubicadas en las zonas francas de Costa Rica. Les brindan asesoría técnica, orientación en relación procesos que deben hacer en las zonas francas. También cumple el papel de representante de las empresas en las actividades gubernamentales. AZOFRAS, (2018).

- **Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones (COMEX):** Esta institución tiene el rol de aprobar las políticas públicas nacionales con respecto a las políticas comerciales. COMEX, (2018).
- **Coalición Costarricense de Iniciativa de Desarrollo (CINDE):** Esta institución sin fines de lucros, tiene como interés atraer las inversiones extranjeras a Costa Rica. CINDE, (2018).

3.3.3.2. Variable 2. Instituciones Internacionales de apoyo al sector.

La variable de Instituciones internacionales mide la cantidad de organismos en el exterior que apoyan el sector de joyería y de las zonas francas de los países comparados. Para dicha medición se toma como parámetro la pertenencia o no de las siguientes instituciones.

- **Asociación de Zonas Francas de las Américas (AZFA):** El AZFA es una institución a nivel internacional sin fines de lucro que busca promover y defender a nivel regional americana el régimen de zonas francas mediante integraciones, investigaciones y cooperaciones en todos los países de Iberoamérica. De todas las instituciones regionales se le considera la más importante de zonas francas por sus aportes al sector. AZFA, (2018).
- **World Free Zones Organization (WFZO):** Creado en Dubái, EAU, en mayo del 2014, con 14 miembros fundadores y bajo los auspicios de su Alteza el Jeque Mohammed Bin Rashid Al Maktoum, vicepresidente y Primer Ministro de los Emiratos Árabes Unidos y Gobernante de Dubái. Sus funciones

consisten en brindar una voz colectiva y autorizada representando los intereses de las zonas francas del mundo. FZO, (2018).

República Dominicana

Actualmente República Dominicana pertenece a La Asociación de Zonas Francas de Las Américas (AZFA) y al World Zones Organization (WFZO) por sus siglas en inglés, Organización Mundial de Zonas Francas. Son afiliados de la primera organización Las Américas Free Zone Park, Corporación Zona Franca Industrial Puerto Plata, PISANO, Vega Imbert y Asociados, Asociación Dominicana de Zonas Francas y Corporación Zona Franca de Santiago.

Costa Rica

Incluida también en La Asociación de Zonas Francas de Las Américas (AZFA) en su labor de apoyo. También está relacionada con el World Zones Organization (WFZO). Es afiliada de la primera institución La Asociación de Empresas de Zonas Francas de Costa Rica.

3.3.3.3. Variable 3. Industria del transporte de valores.

Esta variable demostrara lo importante que es para una empresa o un sector contar con un servicio de transporte eficiente y confiable a la hora de transportar sus productos o materia prima a utilizar en la confección de las mismas.

República Dominicana

En la República Dominicana existen alrededor de 6 empresas de transporte de valores que prestan sus servicios a las zonas francas de joyería. Entre estas empresas custodias están G4S Security Dominicana, Dominican Watchman, La Confianza, Segasa, Alfamar Security Service y SPT Intercontinental entre otras.

Costa Rica

En Costa Rica existen alrededor de 7 empresas dedicadas al servicio de transporte de valores. Tales como Dunbar, International, Prosegur Cash, VMA Seguridad Valores y Limpieza, Tecno Pro-Transporte de Valores, G4S Costa Rica, Probal Protección de Valores.

3.3.3.4 Interpretación de Resultados.

Tabla 17. Industrias Relacionadas y de Apoyo del Sector de Joyería en las Zonas Francas

Industria Relacionadas y de Apoyo	Método de evaluación	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA	PESO DE VARIABLE	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA
Instituciones gubernamentales, privadas y asociaciones	Cantidad de instituciones que apoyan sector joyero en las ZF	6	4	0.45	33.75	22.5
Instituciones Internacionales de apoyo al sector	Cantidad Instituciones internacionales	2	2	0.2	20	20
Industria del transporte de valores	Cantidad de empresas que proveen servicio al sector joyero	6	7	0.35	23.33333333	27.22222222
				1	77.08333333	69.72222222

Fuente: Elaboración Propia.

Según las conclusiones de esta variable mostrada en esta tabla, la Republica Dominicana domina estos factores con respecto a Costa Rica. A excepción del factor industria del transporte de valores.

República Dominicana demostró dominio en el factor de las instituciones gubernamentales, privadas y asociaciones que le brindan apoyo con 33.75, en cuanto al factor industria del transporte de valores tiene desventaja de 23.33. Considerando estos factores más el factor de las instituciones internacionales de apoyo al sector que es de 20, la República Dominicana tiene un total de 77.083

3.3.4. Estrategia, Estructura y Rivalidad.

Según Porter, este factor mide las condiciones en que una nación se rige en cuanto a la creación, organización y gestión de las empresas. Por lo que, cuanto más favorable sea el clima empresarial y la competencia interna, mayor será la productividad del sector.

3.3.4.1. Variable 1. Competidores.

Empresas que compiten entre sí de joyería en las zonas francas del mercado nacional que se dedican a la producción y comercialización.

República Dominicana

En total cuenta con 14 empresas de joyería en zonas francas que se dedican a la producción y comercialización. Entre estas Givona, S.R.L, Gold Factory

Dominicana, S.R.L, Merit Caribbean Group, S.R.L, National Chain Company of Santo DGO, entre otras.

Costa Rica

En total cuenta con 3 empresas de joyería en zonas francas que se dedican a la producción y comercialización. Entre estas C&J International, Precision Assembly Maquila S.A y S.C.D.B. de Costa Rica, S.A.

3.3.4.2. Variable 2. Facilidad de hacer negocios.

Facilidad de hacer negocios en dicho país tomando en consideración el ranking del Doing Business. Publicación emblemática del Grupo del Banco Mundial, una serie de informes anuales que miden las regulaciones que mejoran la actividad empresarial y aquellas que la restringen. Doing Business presenta indicadores cuantitativos sobre las regulaciones comerciales y la protección de los derechos de propiedad que se pueden comparar en 190 economías.

República Dominicana

Este país se encuentra en la posición no. 103 en el ranking de 190 economías del Doing Business 2017.

Costa Rica

Este país se encuentra en la posición no.62 en el ranking de 190 economías del Doing Business 2017. Doing Business (2017)

3.3.4.3. Variable 3. Riesgo de inversión.

Esta variable tiene la función de estar un pie ante los problemas, ya que los riesgos están siempre y más cuando de inversiones se trata. Esta variable hace una vista general de los posibles riesgos que puede presentar un inversionista haciendo su labor.

República Dominicana

Tabla 18. Fortaleza y Debilidades de República Dominicana

Fortalezas	Debilidades
Destino turístico líder del Caribe.	Dependencia de la economía estadounidense.
Remesas desde su diáspora.	Dependencia de los precios del oro.
Acuerdo de libre comercio con los Estados Unidos (**DR-CAFTA)**	Escasez de electricidad esporádica.
Zonas Francas (51% de las exportaciones).	Deficiencias en los sistemas de educación y salud.
Estabilidad política**.**	Altos niveles de pobreza y desigualdad.
	Delito relacionado con el tráfico de drogas.
	Corrupción generalizada.

Fuente: TRADE (2018)

La desaceleración del crecimiento registrada en 2017 se espera que continúe en 2018, debido a la reducción del gasto público y la inversión, como parte de la consolidación del presupuesto que está implementando el gobierno dominicano. Sin embargo, es probable que el crecimiento se mantenga fuerte, impulsado por un mayor número de turistas y un consumo privado sostenido. Se espera que aumente la producción manufacturera, siendo Estados Unidos el principal mercado de exportación para la República Dominicana. Además, es probable que el recorte

a la tasa de préstamos clave por parte del Banco Central en julio de 2017 fomente una expansión del crédito y, por lo tanto, estimule la inversión. Además, la debilidad del peso dominicano, en relación con otros destinos turísticos regionales, mejorará aún más la competitividad de su sector turístico, que se espera que atraiga importantes inversiones extranjeras. Principalmente enfocadas en infraestructura, es probable que estas inversiones proporcionen un impulso para el sector de la construcción. TRADE (2018)

Costa Rica

Tabla 19. Fortaleza y Debilidades de Costa Rica

Fortalezas	Debilidades
Instituciones democráticas (desde 1949).	Cuentas públicas débiles.
Los mejores indicadores sociales de la región: educación y salud.	Expuesto a desastres naturales.
Servicios e industrias de vanguardia (productos farmacéuticos, microprocesadores): atractivo para las IED.	Infraestructura de transporte inadecuada.
Comercio diversificado, gracias a múltiples acuerdos comerciales.	Económicamente (IED, exportaciones) y financieramente (bancos) dependientes de los Estados Unidos.
Recursos turísticos: hoteles, parques nacionales.	Falta de mano de obra calificada / trabajo no declarado.

Fuente: TRADE (2018)

Tras una tasa de crecimiento decepcionante en 2017, se espera que la actividad económica sea más optimista en 2018. Se espera que el consumo de los hogares se beneficie del crecimiento salarial observado en los últimos años, así como de la moderación de los precios de los alimentos y la reciente caída del desempleo. Sin embargo, el aumento de la inflación, desencadenada por la anterior depreciación de la moneda local, el colón, ejercerá presión sobre la renta disponible. Por el

contrario, es probable que la inversión pública se vea afectada por restricciones de financiamiento, lo que obliga a las autoridades a posponer o retrasar la finalización de algunos proyectos de infraestructura como el Puerto de Moin.

El gobierno busca atraer inversionistas extranjeros a sectores de turismo e infraestructura, por ejemplo, la construcción de un nuevo aeropuerto en San José. Así como tecnologías de punta ofreciendo condiciones fiscales ventajosas en las zonas francas del país y abriendo el sector de servicios. A pesar de las instalaciones turísticas aún poco desarrolladas, un sector turístico dinámico mantendría la actividad, beneficiando en particular al sector de la construcción. Especialmente para construir infraestructura de transporte, incluyendo carreteras y ferrocarriles.

El clima de negocios continuará siendo afectado por las deficiencias de infraestructura y los costos de energía relativamente altos. En cuanto a las relaciones internacionales, el país aún no ha decidido unirse o no a la Alianza del Pacífico. Las discusiones con la OCDE sobre la adhesión del país aún continúan. TRADE (2018)

3.3.4.4 Interpretación de Resultados.

Tabla 20. Estrategia, Estructura y Rivalidad del Sector de Joyería en las Zonas Francas

Estrategia, Estructura y Rivalidad	Método de evaluación	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA	PESO DE VARIABLE	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA
Competidores	Empresas nacionales que se dedican a la producción del producto	14	3	0.49	38.11	8.17
Facilidad en los Negocios	Ranking Doing Bussiness	103	62	0.3	0.29	0.48
Riesgo de inversión	Riesgo de inversión Coface Trade 1-4	3	3	0.21	15.75	15.75
				1	54.15	24.4

Fuente: Elaboración Propia.

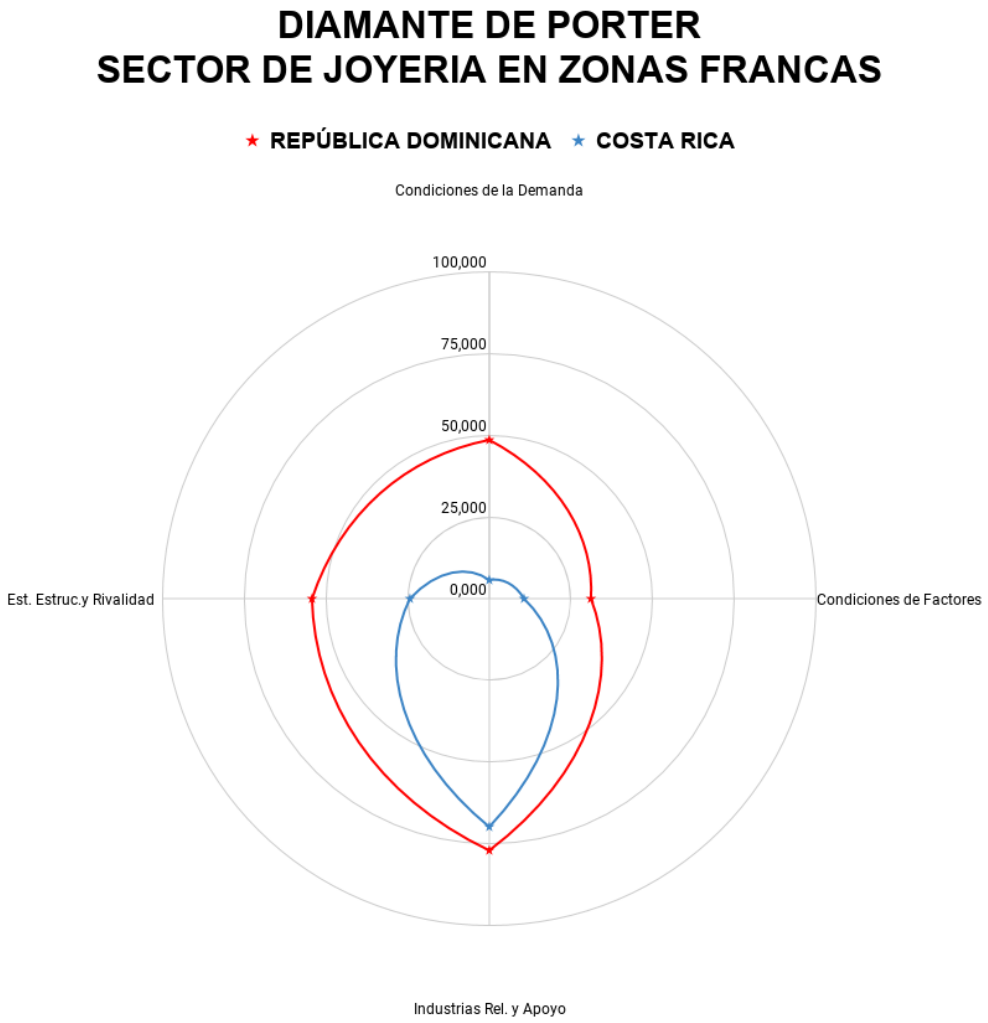
En esta tabla se muestra los resultados y conclusiones de la última variable. Como se muestra, la República Dominicana predomina en esta variable de igual manera.

En el primer factor, Competidores, la República Dominicana tiene un total de 38.11, mientras que Costa Rica 8.17. En el segundo factor, Facilidad en los Negocios, Costa Rica tiene un total de 0.48 y Rep. Dom. Un total de 0.29. mientras que la última variable, Riesgo de inversión, la Rep. Dom. Tiene un total de 15.75, y Costa Rica tiene un total de 15.75 por igual.

Esto les brinda un total absoluto a la Republica Dominicana de 54.15 y Costa Rica un 24.40.

3.3.5 Datos empíricos.

Figura 2. Diamante de Porter del Sector de Joyería en las Zonas Francas



Fuente: Elaboración Propia.

Esta figura, representa el Diamante de Porter, creado mediante las 4 variables desarrollas. Según el diamante, la República Dominicana predomina en todos los puntos. Las líneas rojas, son representan el puntaje de los dominicanos, mientras que las líneas azules, representan los puntajes de Costa Rica. Estos resultados se

determinaron haciendo comparaciones entre ambos países, y un país que sea me mejor que ellos en el sector de joyería.

En la única variable que Costa Rica se acerca a las líneas dominicanas, es el factor de Industria G. y Apoyo, considerando que ambos países tienen instituciones que los apoyan en su cumplimiento de demanda.

Pero, llegando a la conclusión, el sector de joyería en las zonas francas dominicanas, dominan este sector por encima del sector de Costa Rica.

Tabla 21. Cuadro comparativo del Sector de Joyería en Zonas Francas

	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA
Condiciones de la Demanda	48.649	5.840
Condiciones de Factores	31.198	10.751
Industrias Rel. y Apoyo	77.083	69.722
Est. Estruc.y Rivalidad	54.15	24.40

Fuente: Elaboración Propia.

En esta tabla se muestra con que cálculos y dígitos se llegó a determinar el Diamante de Porter mostrado previamente. En esta se muestra los valores totales que tiene cada país en cada variable.

En la variable de la demanda, la República Dominicana tiene un total de 48.649 y Costa Rica tiene un total de 5.840. En la siguiente variable, Condiciones de Factores, Costa Rica tiene un total de 10.751 y Rep. Dom tiene un total de 31.198. En la tercera variable, Industrias Relacionadas y de Apoyo, Rep. Dom tiene un total de 77.083, mientras que Costa Rica tiene 69.722. Por último, en la variable, Estrategia, Estructura y Rivalidad, Costa Rica tiene un total de 24.40, mientras que la República Dominicana tiene 54.15.

CONCLUSIÓN

Luego de haber realizado un análisis crítico a la luz de los resultados obtenidos y los aportes teóricos de diferentes autores, el equipo de investigación se siente compelido en presentar las siguientes conclusiones:

Al examinar el comportamiento de las exportaciones del sector de joyería en las zonas francas dominicanas, es posible establecer que el sector de Joyería en las Zonas Francas de la República Dominicana ha ido en crecimiento. Y esto se puede evidenciar, las demostraciones de que la nación dominicana es competitiva a nivel internacional, es solo el comienzo de una larga jornada, con el esfuerzo, en especial del sector empresarial y gubernamental del país, este puede seguir fortaleciéndose, hasta lograr alcanzar a países con grandes avances en este campo.

Según los estudios que se realizaron, la razón inicial del porque la República Dominicana es considera a la hora de realizar estas inversiones es por los grandes beneficios que este tiene para ofrecer.

Tales como los servicios que aportan las instituciones públicas para que este sector pueda progresar sin restricciones y completar los pedidos sin problema, de igual manera las leyes que ofrece el gobierno dominicano hacen que los costó de producción no sean elevados para los inversionistas en las zonas francas, en especial con este sector, considerando que la materia prima que ellos importan es muy delicada y es donde que más hincapié se pone en cuanto protección.

Como también se puede destacar, la posición logística favorable que ofrece la República Dominicana al estar ubicada en el centro del Caribe y sus rutas aéreas son convenientes para transportar mercancías hacia los comerciantes que desean los productos fabricados por estas empresas.

Al comparar el sector de joyería en las zonas francas dominicanas versus Costa Rica, la República Dominicana tiene no solo ventajas, sino, que también está por encima de Costa Rica en este sector. Aun siendo Costa Rica uno de los países más atrayentes de inversiones extranjeras, este sector no recibe el numero inocuo para alcanzar la cifra que la República Dominicana recibe al año.

Según las investigaciones del Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportaciones (CNZFE) (2017), la nación dominicana recibió un total de inversión en sector de joyería en las zonas francas de US$15,775,950.50 millones de dólares en el 2017. De igual manera con un total de exportaciones de US$422.2 millones de dólares.

Según la Cámara de Comercio de Bogotá, para el 2020, el sector de joyería tendrá más participación en los mercados y podrá generar más ganancias para los países que participan en este mercado. Ya que hoy en día este producto está presentando grandes compras a nivel internacional, se espera que para el 2020 la demanda aumente, las exigencias aumenten, las inversiones aumenten y con ella los beneficios y el progreso de este sector también vaya en aumento.

En términos generales, es posible afirmar que respecto a las investigaciones que se ha realizado en el sector de Joyería en las Zonas Francas de las República

Dominicana para este trabajo de grado, determinar, que, en comparación con la competitividad de Costa Rica, la República Dominicana tiene más ventajas y más avances en cuanto a su competitividad.

Sin embargo, todos los avances y valoraciones que este sector ha conseguido a nivel internacional entre los negociantes de este sector se deben más a las inversiones extranjeras y las mismas empresas que laboran en las zonas francas para el sector de joyería.

El gobierno solo ofrece lo que por ley pueden ofrecer bajo las leyes de zonas francas, pero no hay duda alguna que este es un sector que puede estar mejor posicionado entre los mejores del mundo con un poco más de apoyo.

Por tanto, se concluye, que al haber analizado la competitividad del sector de joyería en las zonas francas y el comportamiento de las exportaciones en el periodo 2012-2017, la República Dominicana es más competitivo que Costa Rica en dicho factor y sus exportaciones están en un crecimiento progresivo y constante.

RECOMENDACIONES

Las conclusiones arribadas motivan a los sustentantes de la investigación a plantear en búsqueda de algunas soluciones las siguientes recomendaciones:

Se recomienda a las empresas nacionales de joyería que laboran en el sector de zonas francas, a que se animen a iniciar un Clúster de exportadores de joyería a nivel nacional. De manera individual, cada una de las empresas se están abriendo paso en el mercado internacional, pero deben apoyarse mutuamente para poder dar soluciones a tiempo y eficaces ante las adversidades que puedan presentarse en el sector de joyería. Y más ahora que el gobierno ha cedido que las empresas del sector de zonas francas puedan vender también a nivel nacional y local.

De igual manera les exhortamos al Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), de realizar ferias nacionales que estén enfocadas al sector minero, joyería y bisutería del país. De esta manera los vendedores y productores locales, tendrán manera de posicionarse en el mercado internacional con empresarios animados a invertir o comprar y ampliar su cartera de clientes a nivel internacional.

El hecho de que grandes empresas puedan tener un vistazo de lo que puede ofrecer la nación les concede gran ventaja a las empresas nacionales de poder destacarse entre los mejores y los internacionales.

De igual manera, le recomendamos al gobierno de la República Dominicana, junto con las instituciones gubernamentales y privadas que están vinculadas al sector de joyería en las zonas francas, de involucrarse e invertir más en este sector. Este es un sector prometedor cuando tiene los impulsos que necesita. Invertir de una manera más objetiva, permitiéndoles participar en las ferias internacionales, de realizar misiones comerciales de puerta en puerta (o más bien de negocio en negocio) y así atraer más clientes a este sector y posiblemente a otros más.

Que el sector pueda tener estas oportunidades, contribuirá a un crecimiento enorme, a que el sector de joyería pueda tener una vez más esos números altos que presencio en tiempo pasado tanto de empresas participantes, como también las ganancias. Se ha demostrado que el país tiene mucho que ofrecer en esta área para el mercado internacional, incluso grandes empresas de joyería, tales como Tiffany & Com., MERIT CARIBBEAN GROUP, S. R. L. (dueñas de marcas de joyería como Sirena), entre otros; reconocieron el talento y potencial que tienen las zonas francas dominicanas para este sector.

FUENTES DE DOCUMENTACIÓN

ABC.es (2012). *Peter Carl Fabergé, 166 años del nacimiento del orfebre ruso.* Recuperado el 24 de Septiembre del 2018 de: https://www.abc.es/20120530/cultura-arte/abci-peter-carl-faberge-huevos-201205300859.html

ADOZONA. (2018). *Asociacion Dominicana de Zonas Francas*. Retrieved from Mision: https://adozona.org/sobre-adozona/

AIRD. (2018). *Asociacion de Industrias de la Republica Dominicana*. Retrieved from Mision: http://www.portalindustrial.net/index.php/aird/quienes-somos/que-es-la-aird

Anguiano, G. (2017, Mayo 27). *La competitividad en el comercio internacional.* Retrieved from Prezi: https://prezi.com/wppaofsgobt1/la-competitividad-en-el-comercio-internacional/

AZFA. (2018). *Asociacion de Zonas Francas de las Americas* . Retrieved from Quienes Somos : http://www.asociacionzonasfrancas.org/es/quienes-somos

AZOFRAS. (2018). *Asociacion de Empresas de zonas Francas de Costa Rica* . Retrieved from Perfil: http://www.azofras.com/perfil/servicios/

Banco Mundial. (2014). *Cómo mantener el dinamismo exportador en la República Dominicana: Un diagnóstico del Banco Mundial sobre Competitividad Comercial.* Santo Domingo, República Dominicana: Documento del Banco Mundial.

Beato, N. (2013). *Procedimiento Aduaneros para Importacion.* Retrieved from Acento : https://acento.com.do/2013/opinion/210816-procedimientos-aduaneros-para-importacion/

Bougrine, H. (2013). Competitividad y comercio exterior. *Revista Bancomext*, 32.

Casanueva, H. (2014, Octubre 09). *Comercio internacional, competitividad y desarrollo.* Retrieved from Periódico América Económica: https://www.americaeconomia.com/economia-mercados/comercio/comercio-internacional-competitividad-y-desarrollo

CEI-RD. (2015). Retrieved from http://www.cei-rd.gov.do/estudios_economicos/estudios_productos/perfiles/artesania.pdf

CEI-RD. (2018). *Centro de Exportacion e Inversion de la Republica Dominicana*. Retrieved from Quienes somos: https://cei-rd.gob.do/sobre-nosotros/quienes-somos/

CEI-RD. (n.d.). *CEI-RD*. Retrieved from Mapa Ruta: http://www.cei-rd.gov.do/mapa_ruta/MRI/presentacion/web/pdf/zonasfrancas/zona-franca.html#4

Cerrato, D., & Depperu, D. (2011). Desvincular la construcción de la competitividad internacional a nivel de empresa. *The Multinational Business Review*, 311-331.

CINDE. (2018). *Coalicion Costarricense de Iniciativa de Desarrollo*. Retrieved from Mision: https://www.cinde.org/es/cinde

CNZFE. (2007). *Consejo Nacional de Zonas francas de Exportacion* . Retrieved from Informe Estadistico Sector Joyeria : file:///C:/Users/hp%20l/Downloads/InformeSectorJoyer%C3%ADa.pdf

CNZFE. (2018). *Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportacion*. Retrieved from Mision: http://cnzfe.gob.do/index.php/es/sobre-nosotros/quienes-somos

CNZFE. (2018). *Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportacion*. Retrieved from Exoneracion de Materias Primas, Maquinarias y Equipos: http://www.cnzfe.gob.do/index.php/es/servicios/rrgulacion-operativo/item/604-exoneracion-de-materias-primas-maquinarias-y-equipos

CNZFE, C. N. (2017). *Informe Estadístico Sector Joyería.* República Dominicana: Banco Central.

COMEX. (2018). *Ministerio de Comercio Exterior e Inversiones* . Retrieved from Mision: https://www.comercioexterior.gob.ec/comex/

Encarnación P., M. E. (2016). *Conceptos Básicos de Metodología de la Investigación.* Santo Domingo, R.D.: Editora Universitaria UASD.

Eumed.net. (2016). *Competitividad Nacional*. Retrieved from Eumed: http://www.eumed.net/libros-gratis/2011a/900/Competitividad%20Nacional.htm

Export.promperu. (2007). Retrieved from http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9E44996F-301C-4951-80A2-31EF962D83C6.PDF

Exportacion, C. N. (2018). Retrieved from http://cnzfe.gob.do/index.php/es/sobre-nosotros/historia

FZO, W. (2018). *Organizacion Mundial de Zonas Francas* . Retrieved from Biografia: https://www.worldfzo.org/#

Gómez, A. R. (2015). Globalización, competitividad y comercio exterior. *Análisis Económico Núm. 47, vol. XXI*, 131-178.

Hernández S., R. F. (2003). *Metodología de la investigación.* México: McGraw-Hil.

IContainer. (2018). *El mapa de las exportaciones en Republica Dominicana* . Retrieved from Comercio Internacional y Mercados: https://www.icontainers.com/es/2018/02/13/mapa-exportaciones-republica-dominicana/)

Industrial, P. (2018). *Portal Industrial* . Retrieved from Empresas avanzan en encadenamientos productivos: http://www.portalindustrial.net/index.php/novedades/declaraciones-de-prensa/1049-empresas-avanzan-en-encadenamientos-productivos

Inside, C. (2018). *Principales productos exportados desde Republica Dominicana*. Retrieved from Caribe Indide : http://www.caribeinsider.com/es/economia/236)

IPES, I. d. (2018). Investigación cuantitativa. *Asociación Latinoamericana de Sociología (ALAS)*, 1-31.

Jimenez, S. P., & Solano, P. (2016). *Guia para exportar*. Retrieved from Ministerio de Industria y Comercio. Centro de Exportacion e Inversion de la Republica Dominicana (CEI-RD). Ministerio de Hacienda. Direccion General de Aduanas (DGA).: http://mic.gob.do/images/pdf/doc/Guia-para-Exportar.pdf)

Libre, D. (2016, Marzo 11). *Republica Dominicana en el tercer lugar en exportacion de bienes culturales en Latinoamerica.* Retrieved from Exportaciones : https://www.diariolibre.com/economia/republica-dominicana-en-el-tercer-lugar-en-exportacion-de-bienes-culturales-en-latinoamerica-XA3002055

MICM. (2018). *Ministerio de Industria, Comercio y MIPYMES*. Retrieved from Biografia : https://micm.gob.do/nosotros/quienes-somos

Monegro, I. (2017, Junio 20). *Un 75% producción zonas francas es joyas, equipos médicos, calzados y tabaco.* (WordPress.com, Ed.) Retrieved Julio 6, 2018, from Aduanas Digital: https://aduanasdigital.gob.do/2017/06/20/un-75-produccion-zonas-francas-es-joyas-equipos-medicos-calzados-y-tabaco/

Monegro, J. T., & Gratereaux, C. M. (2017). *Sobre la estructura productiva y dinámica exportadora de la industria manufacturera de la República Dominicana.* Rep. Dom.: VICEMINISTERIO DE DESARROLLO INDUSTRIAL (VDI-MICM).

Moreno, L. S. (2013). Competitividad Internacional: Un enfoque empresarial. *Working Papers*, 1-11.

Nivel, A. (2018). *Competitividad: ¿qué es y de qué depende?* Retrieved from Alto Nivel: https://www.altonivel.com.mx/economia/competitividad-que-es/

OBS Business School. (2016). *Tendencias & Innovacion*. Retrieved from OBS Business School: https://www.obs-edu.com/int/blog-investigacion/direccion-general/diamante-de-porter-componentes-usos-y-beneficios

OEC. (2017). *OEC*. Retrieved from https://atlas.media.mit.edu/es/profile/hs92/7113/

Olave, M. (2016, Octubre 20). *¿Cuáles son las ventajas y desventajas del comercio internacional?* Retrieved from Comercio Internacional: https://internacionalmente.com/ventajas-desventajas-comercio-internacional/

Pecina Rivas, M. I. (2011). *Clusters y competitividad.* Retrieved from Edición electrónica gratuita: www.eumed.net/libros/2011a/900/

Peña-Vinces, J. C., & Triguero Sánchez, R. (2011, Marzo 07). *MCIE, Modelo de Competitividad Internacional de la Empresa: En economías en Desarrollo y/o Emergentes de Latinoamérica*. Retrieved from Escuela de Organización Industrial, EOI: http://www.eoi.es/savia/pubman/item/eoi:67230:3/component/eoi:67228/EOI_ModeloCompetitividad_2011.pdf

PROCOMER. (2018). *Promotora de Comercio Exterior de Costa Rica*. Retrieved from Acerca de : https://www.procomer.com/es/acerca-de

PROINDUSTRIA. (2015, Febrero). *Memoria Institucional .* Santo Domingo, R.D.: Dirección de Apoyo a la Industria. Retrieved from Memoria Institucional 2015: file:///C:/Users/User/Downloads/Memoria%20Anual%202015.pdf

PROINDUSTRIA. (2018). *Centro de Desarrollo y Competitividad Industrial*. Retrieved from Mision: http://www.proindustria.gob.do/index.php/sobre-nosotros/quienes-somos

PROMPERU. (2007). *Mercado Internacional de la Joyeria .* Retrieved from Exprt.promperu: http://export.promperu.gob.pe/Miercoles/Portal/MME/descargar.aspx?archivo=9E44996F-301C-4951-80A2-31EF962D83C6.PDF

Ricaurte C., B. (2012, Mayo 6). *Competitividad Internacional.* Retrieved from LinkedIn Corporation: https://es.slideshare.net/bricaurte/competitividad-internacional

Rodríguez M., E. A. (2005). *Metodología de la Investigación.* México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.

Roldan, P. N. (2018). *Competitividad*. Retrieved from Economipedia: http://economipedia.com/definiciones/competitividad.html

Roldan, P. N. (n.d.). *Competitividad*. Retrieved from http://economipedia.com/definiciones/competitividad.html

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2010). *Metodología de la Investigación.* México: Quita Edición. McGraw-Hill.

Simoes, A. (2018). *Exportacion de Joyeria*. Retrieved from El Observatorio de la Complejidad Economica: https://atlas.media.mit.edu/es/profile/hs92/7113/

Unesco. (2016, Marzo 11). *República Dominicana en el tercer lugar en exportación de "bienes culturales" en Latinoamérica.* Retrieved from Periódico Diario Libre: https://www.diariolibre.com/economia/republica-dominicana-en-el-tercer-lugar-en-exportacion-de-bienes-culturales-en-latinoamerica-XA3002055

WEF. (2018). *World Economic Forum.* Retrieved from The Global Competitiveness 2017-2018.

ANEXOS

Cuestionario de Entrevista a Empresas de Joyería en las Zonas Francas

1. ¿Cuál es la historia de la empresa?
2. Organigrama
3. ¿Por qué decidieron ubicarse en la Rep. Dom.? ¿Específicamente esta zona franca?
4. ¿Por qué escogieron la provincia de Santo Domingo?
5. ¿Cuál es su principal línea de producto?
6. ¿Cuáles son sus productos más exportados?
7. ¿Cuáles son sus productos menos exportados?
8. ¿Cuál fue el procedimiento que tuvieron que tomar para establecer su empresa en la zona franca?
9. ¿Cuáles son las materias primas que importan?
10. ¿Cuáles son los orígenes de sus materias prima?
11. Calidad
    a. Materia prima
    b. Producto terminado
    c. Mano de obra
    d. Maquinaria y equipo
    e. Personal
    f. Norma de calidad

12. ¿Cuál es el procedimiento para importar? (Logística)
13. ¿Cuáles son los destinos de sus exportaciones?
14. ¿Cuáles es el procedimiento para exportar? (Logística)
15. Marco Legal
16. Problemas que han surgido y solución
17. Condiciones de los trabajadores
    a. Edad
    b. Genero
    c. Cantidad
    d. Sueldo
    e. Beneficios
    f. Nivel académico
18. Proyecto social para contrarrestar el efecto negativo en la elaboración de joyería.
19. Proyectos de Innovación
20. Competencia Internacional
21. ¿Cuál es la productividad total anual en dólares?
22. ¿Reciben alguna inversión externa a la empresa?
23. Incentivos que el gobierno les ofrece
24. Infraestructura
    a. Como es
    b. Acondicionamiento
    c. Maquinaria
25. Instituciones que les ofrece ayuda nacional o internacional

Tabla de datos “Diamante de Porter del Sector de Joyería en Zonas Francas”

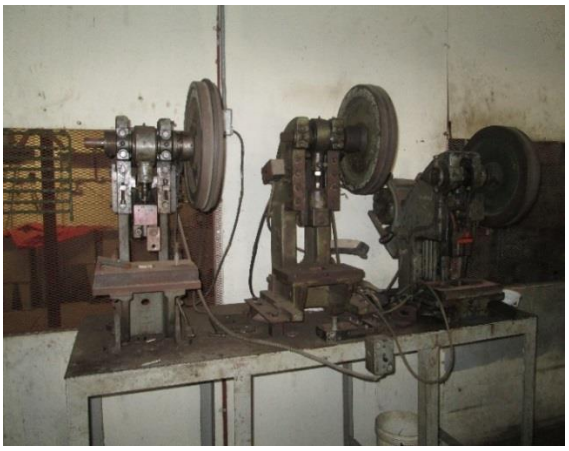
Condiciones de la demanda	Método de evaluación	REPÚBLICA DOMINICANA	Mejor del sector	Diferencia RD	Porcentaje RD	COSTA RICA	DIFERENCIA	PORCENTAJE	PESO DE VARIABLE	REPÚBLICA DOMINICANA	COSTA RICA
Exportaciones	Total Anual en USD$	$422.200.000,00	$986.000.000,00	0,428157	43,6157	$3.200.000,00	0,0033	0,3306	0,53	23.116	0,175
Inversión Extranjera	Total Inversión Anual en USD$	$15.775.950,50	$29.040.000,00	0,543249	54,3249	$3.500.000,00	0,1205	12,0823	0,47	25.533	5.665
									1	48.649	5.840
Condiciones de los factores	Método de evaluación										
Mano de Obra Especializada	Cantidad de empleados sector joyero ZF	2.877	8.700	0,3307	33,0690	1.250	0,1457	14,5678	0,6	19.84	8.62
Infraestructura Especializada	Total de área ocupada por sector en M²	331.176,4800	5.125.781,1000	0,0646	6,4610	10.409,0000	0,0020	0,2031	0,35	1.62	0,05
Salarios Promedio	Salario mensual Promedio en USD$	$331,06	$216,00	0,6494	64,9429	1.551,0000	0,1386	13,8620	0,45	9.74	2.08
									1	31.20	10.75
Industria relacionadas y de apoyo	Método de evaluación										
Instituciones gubernamentales, privadas y asociaciones	Cantidad de instituciones que apoyan sector joyero en las ZF	6	8	0,75	75	4	0,5000	50	0,45	33.75	22.5
Instituciones internacionales de apoyo al sector	Cantidad Instituciones internacionales	2	2	1,00	100	2	1,0000	100	0,2	20	20
Industria del transporte de valores	Cantidad de empresas que proveen servicio al sector joyero	6	9	0,67	67	7	0,7778	77,7777778	0,35	23,33333333	27,22222222
									1	77,08333333	69,72222222
Estrategia, estructura y rivalidad	Método de evaluación										
Competidores	Empresas nacionales que se dedican a la producción del producto	14	18	0,78	77,78	3	0,1667	16,6667	0,49	38.11	0.17
Facilidad en los Negocios	Ranking Doing Business	103	1	0,01	0,97	62	0,0161	1,6129	0,3	0,29	0,48
Riesgo de inversión	Riesgo de inversión Cofece Trade 1-4	3	4	0,75	75,00	3	0,7500	75,0000	0,21	15,75	15,75
									1	54,15	24,40

Imágenes con empleados de empresas de joyería en las zonas francas de la República Dominicana

Gold Factory Dominicana. Sustentantes, Gerente Adrián Fernández y Asistente.

Merit Caribbean Group. Sustentantes y Gerente Lorena Collado

Maquinarias y Equipos utilizados para la elaboración de joyería en las zonas francas dominicanas



Fotos tomadas en Gold Factory Dominicana. Santiago de los Caballeros, Rep. Dominicana.