

UN GIRO HACIA LAS EXPORTACIONES

**REFLEXIONES SOBRE LOS IMPACTOS
DE LOS TRATADOS DE LIBRE COMERCIO:**
Aspectos facilitan y limitan su aprovechamiento

**ANÁLISIS
DEL SECTOR
MANUFACTURA**

Censo Industrial

**RAFAEL
CAMILO**

Las exportaciones como
eje de desarrollo

**EN OTROS
LARES**

**Brasil, una nueva
frontera que explorar**

**MANUEL
GARCIA
AREVALO**

**RD: eje entre España
y El Caribe**

**NUESTROS
PRODUCTOS**

**El Ron Dominicano
Conquistando al mundo**

HECHO EN RD
NOVIEMBRE 2011
UN GIRO HACIA LAS EXPORTACIONES
ASOCIACIÓN DE INDUSTRIAS DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, INC. (AIED)

Contribuimos a devolver el agua utilizada en la elaboración de nuestras bebidas y procesos.

☺ 108 familias de la comunidad de Guanito y El Morro en Elías Piña, en República Dominicana cuentan con acceso a agua, gracias a la alianza del sistema Coca-Cola y Save the Children, un programa que beneficia a más de 900 miembros de estas comunidades.*

☺ A la fecha, el sistema Coca-Cola ha desarrollado más de 250 proyectos comunitarios de agua en más de 70 países.**

AGUA PARA TODOS



Coca-Cola República Dominicana

www.viviendopositivamente.com



CONTENIDO

**NUESTRO FUTURO:
LAS EXPORTACIONES**

Ligia Bonetti de Valiente

**HECHO EN RD,
EL ORGULLO INDUSTRIAL**

Circe Almánzar Melgen

10 MÉRITOS

Entrevista Francisco García Crespo,
CEO Industrias Nacionales.

**12 NUESTROS PRODUCTOS
El Ron Dominicano
Conquistando al Mundo**

Luis Castaños

**15 IDECEM: CAPACITANDO
PARA LA EXCELENCIA**

Jacqueline Malagón

18 UNA INDUSTRIA SOSTENIBLE

Yuri Durán

20 HABLAN LAS ENCUESTAS

Enfocándonos en la Competitividad:
Reflexiones sobre el Ranking
del Foro Económico Mundial

**26 UN GIRO HACIA
LAS EXPORTACIONES**

**30 ROL DE LA POLÍTICA EXTERNA
EN LAS EXPORTACIONES**

Bernardo Vega

**32 LAS EXPORTACIONES
COMO EJE DE DESARROLLO**

Rafael Camilo, Director General
de Aduanas

**36 ANÁLISIS DEL SECTOR
MANUFACTURA
CENSO INDUSTRIAL**

Roberto Despradel

**38 SI SE PUEDE
EXPORTAR A CARICOM**

Taiana Mora

**41 REFLEXIONES SOBRE
LOS IMPACTOS DE LOS
TRATADOS DE LIBRE COMERCIO:**

Aspectos facilitan y limitan
su aprovechamiento

**48 LA AGROINDUSTRIA
EN UN NUEVO
MODELO ECONÓMICO**

Luis Ramón Rodríguez

66 OPINAN LOS INDUSTRIALES

68 RD: EJE ENTRE ESPAÑA Y EL CARIBE

Manuel García Arévalo
Ministro de Industria y Comercio

**72 CLÚSTER: NUEVA Y MEJOR
FORMA DE COMPETIR**

Carlos Rodríguez Álvarez

**52 UNA APUESTA A LA
EXPANSIÓN DESDE RD**

Entrevista a Carlos Emilio González,
Presidente CEMEX Dominicana

**54 EL CARIBE ANTE EL RETO
DE FACILITAR EL COMERCIO
EN LA REGIÓN**

Milton Tejada

**58 CALIDAD Y FACILITACIÓN
COMERCIAL PARA
LA COMPETITIVIDAD
DE LAS EXPORTACIONES**

Andrés van der Horst,
Secretario de Estado
Director Ejecutivo del Consejo
Nacional de Competitividad

**60 ADOEXPO EN DEFENSA
A LAS EXPORTACIONES**

Entrevista a Kai Schoenhals
Presidente de la Asociación Dominicana
de Exportadores

76 NOTICIAS DE LA INDUSTRIA

80 CIFRAS DE LA INDUSTRIA

91 EN OTROS LARES

Brasil, una nueva frontera que explorar

93 ¿DÓNDE LO CONSIGO?



UNA MEJOR NACION ES RESPONSABILIDAD DE TODOS



GRUPO LEON JIMENES
Por una mejor nación

NUESTRO FUTURO: LAS EXPORTACIONES



Gran parte del sector industrial dominicano se conformó bajo un régimen de protección que hoy ya no existe. Hoy somos uno de los países de mayor apertura comercial del mundo, con tratados de libre comercio con diversos bloques o regiones (Estados Unidos, Unión Europea, El Caribe y Centroamérica), lo cual ha disminuido las barreras de protección que antes exhibíamos. Un mercado interno que, unido a políticas que favorecen las importaciones, no permite la expansión del aparato productivo, y un mercado externo que plantea problemas de competitividad por factores internos como bajos niveles educativos, poca innovación tecnológica, deficiente y costoso suministro de energía eléctrica.

El desafío: incrementar las exportaciones. No hay respuestas fáciles. La necesaria competitividad de nuestras empresas ha sido la inquietud permanente de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) en los últimos años. Hemos identificado “nichos de mercado”, nos hemos esforzado en aportar a la capacitación de nuestros recursos humanos, hemos avanzado en diversificar la oferta exportadora, hemos logrado tomar medidas defensivas del mercado interno, ha mejorado la calidad de nuestra producción colocándose a nivel de los estándares internacionales vigentes... pero (lamentablemente todavía hay peros) no logramos que nuestra balanza comercial nos sea favorable y no estamos aprovechando los acuerdos de libre a favor nuestro.

No queremos muletas, sino ir al meollo del asunto. Y este, actualmente, gira en torno a:

- Resolver definitivamente el tema de la calidad y el costo de la energía eléctrica;
- Facilitar el acceso a financiamiento de los sectores productivos, vía el establecimiento de una banca de desarrollo, la modificación de diversas normas bancarias y la creación de nuevos instrumentos financieros;

- Asumir que las reglas no se hacen por “24 horas”, un mes o un año, sino que deben mostrar permanencia;
- Adecuar nuestra estructura fiscal para garantizar equidad frente a otros sectores productivos y frente a los competidores internacionales;
- Renunciar a la mentalidad de imponer trabas y tarifas a quienes producen empleo y generan riquezas, entendiendo que los ingresos del Estado crecerán en la medida en que crezcan sus ventas vía las exportaciones;
- Modernizar nuestra legislación laboral para fomentar el empleo formal;
- Fortalecer las instituciones gubernamentales para ponerlas al servicio de nuestros sectores productivos;
- Defender a nuestros sectores productivos frente a la competencia desleal de importadores y crear programas y fondos de promoción de nuestras exportaciones.
- Dar un verdadero empuje a la investigación, desarrollo e innovación;

En lo que al mercado interno refiere, enfrentamos importaciones de otros países, no sólo China, que se caracterizan por un muy bajo costo de la mano de obra. Además, la informalidad tiene un peso abrumador, de modo tal que los consumidores dominicanos han dejado de asociar informalidad con baja calidad, por un lado, y por el otro, se torna en competencia desleal al no tener las cargas que tiene el sector formal de la economía.

No bastan paliativos momentáneos. República Dominicana necesita una estrategia que haga de la industria un estandarte del desarrollo y la calidad de vida. Es posible. Nuestras ventajas comparativas todavía siguen ahí.

Ligia Bonetti de Valiente
Presidente Asociación de Industrias
de la República Dominicana

Innovación continua...

- Resinas para Pinturas y Recubrimientos
- Materias Primas Industriales
- Compuestos Termoplásticos
- Envases y Materiales de Empaques Industriales
- Servicios Logísticos



Calle N esquina L, Zona Industrial de Haina
San Cristóbal, República Dominicana, Apartado Postal 21435
T 809 542 2721 T 809 237 2701 F 809 957 2077
multiquimica.com

HECHO EN RD, EL ORGULLO INDUSTRIAL

Sin duda alguna, la comunicación constituye un pilar que revela los éxitos y dificultades del sector industrial dominicano. La información es clave para constituir equipos. La comunicación hace posible fortalecer agendas, esbozar consensos, escuchar posiciones, debatir propuestas del sector industrial dominicano que se aboca, cada vez más, a un salto cualitativo y cuantitativo en cuanto a su significación para el desarrollo social de República Dominicana.



La comunicación se revela, entonces, como estratégica a la hora de posicionar adecuadamente nuestro sector. De nada sirven nuestras potencialidades, las capacidades que tenemos, si nadie lo sabe. Y quienes tienen que saberlo no son sólo nuestros socios, sino también cada uno de los actores que intervienen en la economía, incluyendo gobierno, consumidores, suplidores, academias, importadores, sector financiero... y una larga cadena con la que se encuentra vinculada la industria.

Para la AIRD, si todo el sector industrial no tiene un claro propósito, un discurso —un relato, como suelen decir los comunicólogos— no único, sino coherente, claro y consistente, en cada uno de los eslabones de la cadena, estamos en problemas.

En este contexto, nace “Hecho en RD” como una herramienta para poner en común planteamientos, visiones, problemas, informaciones del sector organizado en la AIRD y así aportar a la elaboración de ese propósito común, pero también como un medio que pone en claro el orgullo que significa ser industrial dominicano.

“Hecho en RD” no será una revista institucional para promocionar nuestras actividades, pues nos esforzaremos en cada una de sus ediciones en ofrecer al lector artículos, reseñas e investigaciones sobre aspectos de interés para el sector industrial dominicano que redundan en beneficio del país.

Esperamos que esta nueva herramienta de comunicación de la AIRD en la que hemos puesto tanto empeño, sea recibida por todos nuestros lectores con la misma alegría nuestra.

Circe Almánzar Melgen
Editora

hechoenRD

PRESIDENTE AIRD

Ligia Bonetti de Valiente

EDITORA

Circe Almánzar Melgen

CONSEJO EDITORIAL

Richard Aróstegui

Juan José Attías

Eduardo Valcárcel

Luis Rubio

Edwin Ruíz

EQUIPO TÉCNICO

Milton Tejada C.

Roberto Despradel

Carlos Rodríguez Álvarez

COORDINACIÓN TÉCNICA

Carolina Cueto V.

MERCADEO, VENTA Y DISTRIBUCIÓN

Gleny Mota Catedral

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN

Oswaldo Santana

FOTOGRAFÍA

Carmen Suárez

IMPRESIÓN

Amigo del Hogar

COLABORADORES

Andrés van der Horst

Luis Ramón Rodríguez

Bernardo Vega

Taiana Mora

Yuri Durán

Luis Castaños

Jacqueline Malagón

Una publicación de la Asociación de Industrias de la República Dominicana, Inc. (AIRD)
Av. Sarasota no. 20, Torre Empresarial AIRD,
piso 12, La Julia

Tel. 809-472-0000

www.hechoenrd.do

Año I – No. 1

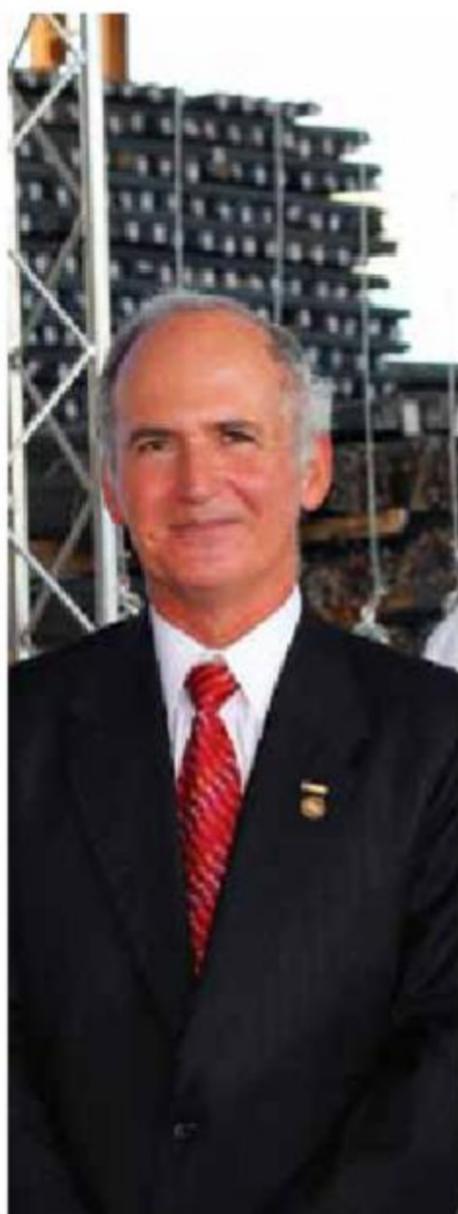
Noviembre, 2011.



Desde el primer día estamos aquí preocupados por la salud de tu gente, siendo parte de su orgullo, llevando pureza y vida a todos los hogares y usando con responsabilidad los recursos naturales pensando en la familia del mañana.



"EXPORTAR UN EMPENÑO NECESARIO"



"Yo lo veo como una obligación empresarial", expresa Paco García.

Francisco García, conocido en los círculos empresariales como "Paco García", es de esos industriales a los que puede aplicarse el calificativo de "filósofo" entendido el concepto como aquel que esboza o define el sentido de cosas, hechos y procesos. Es, pues, un "filósofo de la industria exportadora y la apertura comercial".

"Exportar es un empeño necesario, el que no exporte va a tener una desventaja competitiva, me refiero que aunque el país tiene muchas desventajas, muchas dificultades exportando, con todo y eso, exportar trae muchos beneficios: te da una visión de los mercados, de cómo están afuera, te permite valorar mejor la situación tuya, te baja los costos...", expresa García, presidente de Industrias Nacionales (INCA).

Sin embargo, no se trata de una varita mágica, de un "decreto" que rinda frutos de la noche a la mañana. Industrias Nacionales inició esta apuesta en el 1976. García afirma que toda empresa, mediana o grande, "tiene que tener un brazo exportador, tiene que tener por lo menos un vendedor en las islas, dando vueltas".

"HECHO EN RD" (HRD): ¿Cuál es su visión de las exportaciones y la industria dominicana?

FRANCISCO GARCÍA (FG): Yo no concibo una empresa industrial que no piense en exportar, tiene que tener un brazo exportador, pequeño, mediano, grande ... tiene que tener por lo menos un vendedor en las islas, dando vueltas, Puerto Rico, Florida, Jamaica, viendo qué es lo que hay. El que no exporta tiene una visión muy limitada.

HRD: INCA tiene más de 30 años en este terreno... ¿Cree usted que hay diferencias entre el ayer y el hoy?

FG: Sí. Hay muchos cambios, pero si tu rascas un poquito bajo la superficie, en el fondo yo no creo que la visión exportadora esté arraigada, y hablo de los empresarios, los industriales, y por ende del equipo gubernamental, porque el gobierno, de una forma u otra, responde a la necesidades y al empuje de los empresarios.

HRD: Entonces... ¿qué es lo que tiene que cambiar?

FG: El empresariado tiene que mejorar su labor y creo que también las autoridades tienen que mejorar. (En el caso de las autoridades) tienen muchas veces una visión muy fiscalista, y no una visión de desarrollo. Yo les digo a mis amigos del gobierno que no



piensen de una forma fiscal, miren el entorno y sobre todo si tenemos un acuerdo de libre comercio, la oferta fiscal no puede ser menos competitiva que la de los otros países, porque entonces vamos a perder, es lo que yo les digo.

A seguida, García se refiere al entorno fiscal de Centroamérica, afirmando que “está comprobado que es mucho más rentable vender en República Dominicana desde Guatemala o desde El Salvador, porque tienen incentivos fiscales muy buenos, eso es un tema, no es el único, pero ese me gustaría que las autoridades de turno tomaran cartas en el asunto y ofrezcan al empresariado nacional, y sobre todo al posible inversionista extranjero un entorno fiscal positivo, competitivo...”.

La entrevista, que tocó múltiples temas, concluye con una exhortación y un lamento: “Hay que exportar, hay que hacer un esfuerzo y creo que mientras más empresarios exportemos, el lobby exportador será más fuerte, creo que hay que hacer a los exportadores más fuertes y las políticas de exportación también, y en eso, por desgracia tenemos poca compañía”.

1.

Es muy importante tratar de mantener presencia permanente en los mercados a los que se llega. No abandonarlos, incluso cuando signifique pérdidas pasajeras porque los precios se depriman en estos mercados. “A veces dejábamos de vender en otro mercado a un mejor precio, cuando teníamos producción limitada, exportábamos porque es parte de nuestra política, de estrategia a largo plazo”, indica.

SEIS CLAVES PARA LOS EXPORTADORES

A lo largo de la conversación, Paco García fue esbozando algunas claves que pueden considerarse fundamentales para el éxito exportador de INCA.

2.

Exportar es un compromiso, que supone inversión.

3.

Explore las posibilidades de alianzas estratégicas, ya sea con jugadores globales (como Gerdeau en el caso de Industrias Nacionales) o jugadores locales en los países.

4.

Las autoridades deben hacer una oferta fiscal competitiva. La oferta fiscal de Centroamérica es, según estima García, mucho más atractiva para exportar, sobre todo El Salvador y Guatemala.

5.

Hay que sumarse al lobby exportador. “Creo que hay que hacer a los exportadores más fuertes y las políticas de exportación también”.

6.

Puede ser una buena estrategia establecer centros de acopio en otros países. Es el caso de INCA en Costa Rica, donde tienen almacenes propios (que en principio fueron alquilados), 26 colaboradores y más de 300 clientes.

Una breve anécdota “oficial”

García cuenta a “Hecho en RD” una anécdota con la que indica el tipo de país cerrado que era Dominicana.

“En esos años, recibí una carta de un inspector de Industria y Comercio, donde nos amenazaba porque estábamos exportando la riqueza nacional y nos acusaba de dársela a los clientes extranjeros, y quitársela al consumidor dominicano. Yo me reí muchísimo, pero en aquella época era todavía una forma de pensar muy normal, exportar la gente lo veía como algo negativo”, cuenta García.

Ciertamente, las dificultades para exportar eran muchas. Por ejemplo, las pérdidas cambiarias eran enormes, puesto que se sustentaba una tasa oficial a la que había que entregar las divisas, pero para la compra de materia prima había que comprar el dólar en el mercado paralelo, lo que implicaba una pérdida del 15 al 20%. “Era una montaña rusa, no teníamos, como país, visión exportadora” nos dice García.

EL RON DOMINICANO

Durante los siglos 17 y 18 el ron era un factor económico de importancia en el comercio internacional, aunque para aquellos tiempos su producción en nuestro país era un asunto informal que no representaba un aporte significativo como el ganado o el azúcar. Esta situación cambió cuando a mediados del siglo XIX empezaron a establecerse, tanto en el Cibao como en otros puntos del país, destilerías que desarrollarían las marcas que han desempeñado un rol determinante en el impulso de la industria del ron Dominicano. Entre estas se encuentran: Brugal & Co, J. Armando Bermúdez & Co., Isidro Bordas C. por A., y posteriormente Barceló & Cía., y otros.

Por
Luis Castaños

El siglo XX demostró ser crucial en la consolidación de la industria del ron Dominicano. Fue en este período donde el consumo del ron se incrementó de una manera tal, que para los años setenta, los aportes fiscales del ron a la economía nacional eran ya considerables.



La calidad y la excelencia han hecho del ron dominicano y sus marcas una insignia en las exportaciones de nuestro país. Desde finales de los noventa, el ron dominicano se ha insertado en lugares que tradicionalmente han sido bastiones de rones de otros países. Esta cruzada ha sido sumamente exitosa, ya que actualmente es un producto que ha ganado un espacio significativo en los mercados más exigentes de Europa, EE.UU., y América Latina, con miras a seguir creciendo en Asia y otras partes del mundo.

Las estadísticas demuestran este genio exportador de los industriales del ron dominicano. De acuerdo a cifras oficiales, en el año **2000**, la industria del ron exportó **US\$6,420,000**, cifra que aumentó considerablemente en el **2005**, con **US\$25,900,000**.

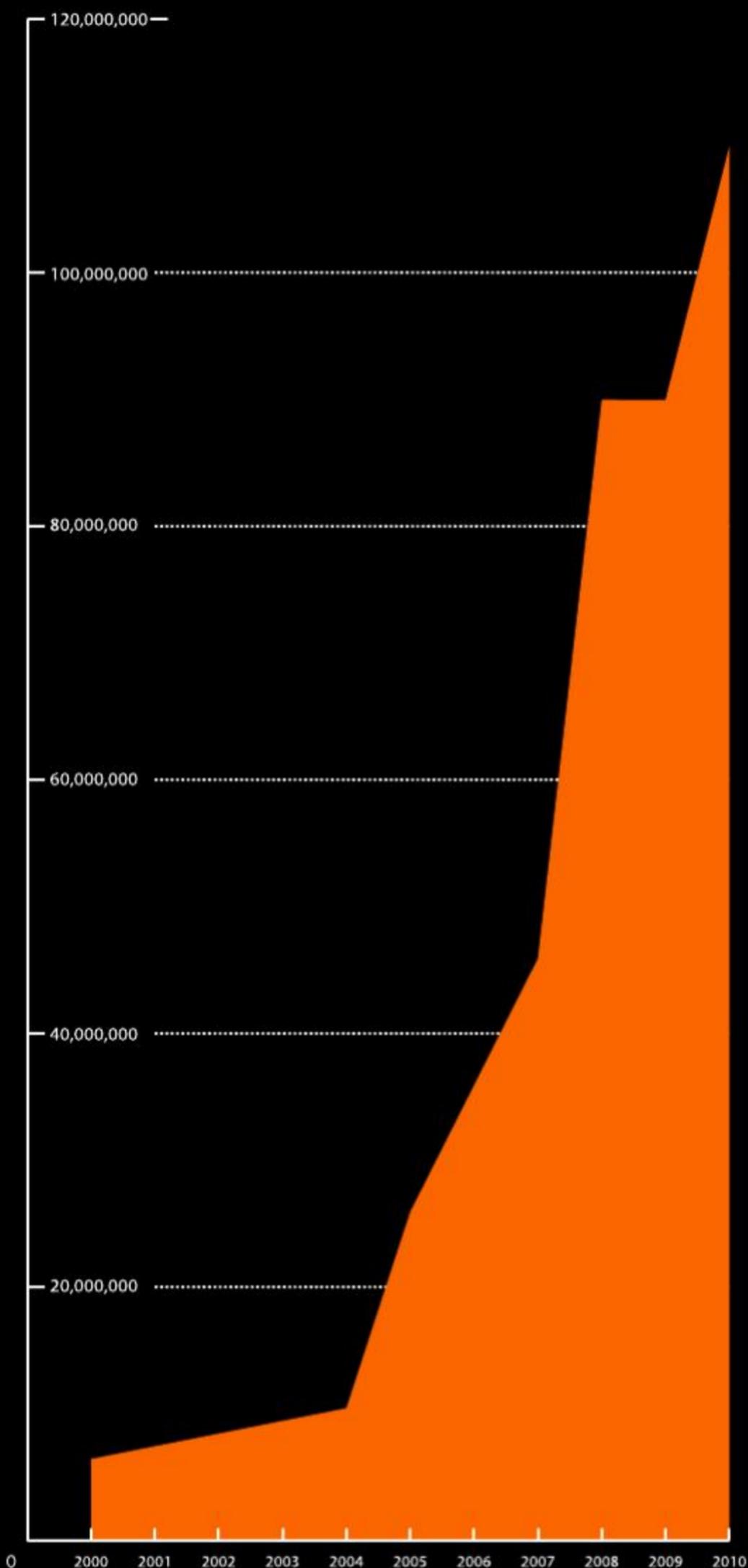
Para el año **2008**, las exportaciones de ron sobrepasaron los **US\$90 millones** de dólares al año, mientras que en el año **2009**, debido a la crisis económica mundial, las exportaciones bajaron a **US\$89,980,000**, para el año **2010**, la generación de divisas fue de casi **US\$110,000.00**.

Gracias al ron dominicano, nuestro país mantiene una presencia activa en los festivales y ferias internacionales de mayor renombre de este producto, contando con una herramienta más para su mercadeo.

Estos logros alcanzados por la industria dominicana del ron son un reflejo de la visión y tesón de hombres y mujeres que a través de varias generaciones han hecho de este producto uno de renombre mundial. El desafío es que otras empresas se animen a tomar este ejemplo y puedan convertirse en parte del buque insignia de las exportaciones nacionales. En definitiva, exportar es generar orgullo, empleo y sostenibilidad de las empresas.

EXPORTACIONES DE RON DOMINICANO

en US\$



IDECEM

“Capacitando para la excelencia”

El liderazgo visionario de los directivos de la Asociación de Industrias de la República Dominicana - AIRD - para el año 2005, los llevó a identificar los grandes problemas que acuciaban al país desde tiempos atrás. Entre éstos, encontraron que la debilidad en la formación de los recursos humanos con que contaba el sector productivo, acusaba deficiencias que le impedían lograr los niveles de productividad y competitividad a los que se veían abocados en los mercados nacionales e internacionales. Esto era verdaderamente óbice para impulsar el crecimiento y la rentabilidad a los que debían encaminar sus empresas.

Según Peter Drucker, el gurú norteamericano del *Management*, el capital más importante en cualquier negocio y que a la vez es determinante para su éxito, lo constituye el capital humano. En esto el consenso es universal, nadie lo discute. No importa cuánto un empresario invierta en estructura física, en maquinarias, o en tecnología, si no tiene gente preparada, que conoce su oficio y domina sus tareas en base a un determinado experticio, la empresa no tendrá éxito. Perecerá a la corta o a la larga.

Y hoy en día, a través de las especialidades que integran el conjunto de las ciencias en que se apoyan los negocios, se sabe que no basta una buena formación profesional ni una buena capacitación en la tarea que se espera desarrolle una persona en la empresa. Si la persona no tiene a la par una buena actitud y un compromiso con su quehacer laboral, que generen en él o en ella un verdadero espíritu de compromiso, de éxito laboral, la empresa no alcanzará la productividad, el crecimiento, la competitividad y la rentabilidad que sus fundadores y directivos esperan de ella.

Es por esto que la AIRD crea en Octubre del 2008, la institución que, con fondos del Banco Interamericano de Desarrollo – BID – y a través del Consejo Nacio-

nal de Competitividad – CNC – recibió el nombre de *INSTITUTO DOMINICANO DE EXCELENCIA Y COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL*, conocido por sus siglas “IDECEM”. Los fundadores asumieron el compromiso de estructurar y presentar una oferta de servicios de formación y capacitación, en una primera etapa, que respondiera a las necesidades del mercado laboral de hoy y de mañana, anticipando la formación en áreas de importancia vital para las empresas, en las competencias de sus recursos humanos que aseguran el éxito y el cumplimiento permanente de su misión y visión, creciendo y compitiendo apegados a la más estricta ética empresarial. Y esto lo han logrado con un equipo de profesionales facilitadores, tanto nacionales (provenientes del INFOTEP y de las universidades asociadas al IDECEM), como expertos internacionales que de manera directa o a través de los organismos del país o del extranjero que apoyan al IDECEM, hacen posible la contratación de sus servicios.

En sus primeros años de servicios, el IDECEM ha demostrado ser una respuesta efectiva a los requerimientos de los asociados a la AIRD, y aun a los no socios, ofreciendo una gama de posibilidades de capacitación que pone en las manos del capital humano de sus empresas, industriales o comerciales, lo que ellos deben conocer para hacer que estas organizaciones se distingan por una producción de bienes y/o servicios caracterizados por su excelencia, reconocida ésta por la demanda de sus consumidores finales a los que bien podemos llamar clientes satisfechos.

El IDECEM, abocado pues a capacitar en la excelencia, está convencido de que solo la competitividad que se deriva de esta excelencia hará que nuestra economía crezca, que se multipliquen los empleos ofreciendo cada vez mejores condiciones, y que los dominicanos en general logremos los niveles de bienestar y progreso que encierran los principios y valores

Por
**Jacqueline
Malagón**



que sostienen una población educada que hace posible el progreso de la nación.

La oferta educativa del IDECEM no se limita a las acciones que se desarrollan en las muy confortables y bien equipadas aulas en que se convierte el Salón Multiusos de la Torre Empresarial de la AIRD, sino que busca orientar sus servicios más allá de la capacitación misma, con la entrega de un acompañamiento posterior, cuando así se le solicita, lo que hace posible darle seguimiento en la práctica en la que el participante desarrolla su oficio o tarea, hasta que ese recurso humano de alto valor en su empresa domine su quehacer, enmarcado en prácticas innovadoras y con un espíritu de creatividad que lo identifica con el éxito del negocio.

En la AIRD y a través de su IDECEM, estamos comprometidos, y creceremos en el compromiso de invertir en la educación para el trabajo, ofreciendo a nuestros asociados y relacionados una capacitación y un servicio de apoyo en la excelencia, apoyados en una facultad integrada por facilitadores de gran formación y excelente experiencia, desarrollando todo lo que rodea estos servicios, para lograr el éxito de sus empresas, que es el éxito del país.

A todos nuestros socios en este empeño, y de manera especial, al INFOTEP, a CHEMONICS, a DICOEX, al BID, a la Unión Europea, y a todos los que nos apoyan, las gracias y el reconocimiento del equipo del IDECEM, Inc., auspiciado por la AIRD.

NUESTROS PARTICIPANTES OPINAN SOBRE NUESTROS SERVICIOS

"Muchas felicidades, he estado enviando personal de MQ a los entrenamientos de IDECEM y la verdad que el contenido y la variedad de temas de los mismos es muy bueno, lo cual definitivamente contribuye con el fortalecimiento de las empresas y de la AIRD!"

**Celso J. Marranzini - Vice-Presidente
Multiquímica Dominicana**

"Una excelente experiencia. Todo el contenido y dinamismo que impregna la facilitadora son excelentes. Felicidades y espero que seamos informados por esta vía respecto de cursos similares".

**Carlos De la Cruz - Customer Service
Sigmplast Dominicana**

"Estamos encantados con la labor que viene realizando el IDECEM; sus cursos son realizados a muy buenos precios y con facilitadores de excelente calidad"

**Rosa García - Senior Human Affair Specialist
INDUSNIG**

"Nos encantó haber participado en este curso el cual fue bastante completo y la facilitadora tenía bastante dominio del tema. Estamos muy satisfechos con los cursos que ofrece el IDECEM."

**Jacqueline Durán - Directora Administrativa
La Tabacalera**

En Rutas hacia el Éxito

Por la Excelencia...
hacia la Competitividad!!!

Próximas actividades

- Taller Disposiciones y Procedimientos de la Tesorería de la Seguridad Social
- Taller Aplicación de la Norma 4-2011 de Precios de Transferencia
- Taller Norma ISO 9001:2008 (Actualización)
- Taller Protección de Marcas y Diseños Industriales
- Taller sobre Responsabilidad Social
- Taller Negociación y Manejo de Objeciones
- Taller Energía Solar Fotovoltaica como Estrategia Empresarial
- Taller Lean Manufacturing
- Taller Seguridad Industrial y Medio Ambiente
- Taller Interpretación y Aplicación del Código de Trabajo
- Taller Manejo de Conflictos Laborales
- Taller Especializado sobre Marketing
- Curso-Taller sobre Estadística y Análisis e Interpretación de Datos
- Curso-Taller sobre Presupuesto Empresarial
- Curso-Taller Finanzas Personales
- Curso-Taller Administración de Almacén y Control de Inventario
- Curso-Taller Técnicas de Reclutamiento y Selección de Personal
- Curso-Taller Manejo de Equipos de Transporte Pesado
- Curso-Taller sobre Tributación
- Conversatorio sobre Ética Profesional

“EL INSTITUTO RECONOCIDO POR LOS INDUSTRIALES DOMINICANOS
PARA FORMAR Y CAPACITAR SUS RECURSOS HUMANOS”

Contáctenos para inscripción y
solicitar mayor información

Avenida Sarasota No. 20, Torre Empresarial AIRD, Nivel 12,
Ensanche La Julia, Santo Domingo, D. N.
Teléfono (809)472-0000 - Fax (809)472-0303;
Email: idecem@aird.org.do
www.portalindustrial.net

IDECEM
INSTITUTO DOMINICANO DE EXCELENCIA Y
COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL
auspiciado por la aird

UNA INDUSTRIA SOSTENIBLE

COALICIONES DE CONSERVACIÓN
COMO ESTRATEGIA DE GESTIÓN
DEL ENTORNO

Por
Yuri Durán



La Responsabilidad Social procura que las empresas devuelvan las prestaciones que reciben de sus comunidades: los recursos naturales, uso de infraestructuras, mano de obra, prestación de servicios, la preferencia por sus productos, la gobernabilidad. Con ello se obtiene lo que es conocido como “el derecho a operar”, reconociendo el hecho de que en toda actividad económica se generan impactos positivos y otros no deseados, por los cuales se debe compensar más allá de los impuestos sobre beneficios.

En tal sentido, la Red Nacional de Apoyo Empresarial a la Protección Ambiental (RENAEPA) promueve la conformación de coaliciones de conservación de los ríos. La primera de ellas surgió de un acuerdo firmado a favor del Río Higuamo entre el Ministerio de Medio Ambiente y Recursos Naturales y CEMEX, en junio del 2006, el cual incluyó el trabajo conjunto entre las empresas e instituciones que inciden en la cuenca de este afluente que es símbolo de San Pedro de Macorís. A ella se unieron BEICA, CAEL, César Iglesias, CESP, Destilería Brugal, EGE Haina y FERQUIDO, que junto al INDRHI, TNC, la Universidad Central del Este, la sindicatura y la gobernación de San Pedro de Macorís para conformar la “Coalición Multisectorial

para la Conservación de la Cuenca del Río Higuamo”. Este esfuerzo ha permanecido y crece, agregando nuevas organizaciones que han extendido su esfuerzo de prevención hasta la provincia de Hato Mayor.

Motivados por este ejemplo, varias empresas integrantes de RENAEPA que operan en el entorno del Río Haina, junto con la Asociación de Navieros de la República Dominicana, la Asociación de Empresas de Haina, la Asociación de Empresas Industriales de Herrera, unidos a otras organizaciones y empresas que tienen incidencia en la cuenca de dicho río, promueven una iniciativa que procura unir esfuerzos para detener el deterioro que sufre el afluente donde opera no sólo el principal puerto del país, sino también la fuente de abastecimiento de agua para gran parte de la ciudad de Santo Domingo y que hoy ve amenazada su existencia por los efectos de la contaminación producida por las actividades de antropogénicas u económicas que operan en su entorno.



La agenda de trabajo de esta coalición está orientada en tres direcciones:

- 1** Diagnóstico de situación del Río Haina a partir de estudios realizados tanto a nivel público como privado, y desarrollo de un plan de trabajo en base al mismo.
- 2** Unir los esfuerzos de las empresas con las autoridades ambientales para la realización de actividades de educación ambiental en las comunidades de la cuenca del río.
- 3** Desarrollo de un plan para mejora del desempeño ambiental de las actividades económicas en el área de influencia por medio de la Producción Más Limpia y el Consumo Sustentable.

Esta coalición cuenta con el apoyo del Programa de Protección Ambiental (PPA) de USAID-TNC-INTEC a través de una consultoría desarrollada para RENAEPA. Únete a este esfuerzo y repliquemos esta iniciativa de conservación en otras zonas ambientalmente frágiles en el país.

ENFOCÁNDONOS EN LA COMPETITIVIDAD

Reflexiones sobre el ranking del foro económico mundial

En el ranking de competitividad global que realiza el Foro Económico Mundial para el período 2011-2012, la República Dominicana perdió varios lugares con relación al año anterior, ocupando la posición 110 entre los 142 países evaluados.

Entre el grupo de latinoamericanos y de El Caribe, Chile mantiene la mejor posición, ocupando el lugar 31, seguido por Puerto Rico y Panamá. Los peores lugares lo ocupan Venezuela y Paraguay. Nuestro país se encuentra por debajo de todos los competidores de la región Centroamérica incluidos en este ranking, a excepción de Nicaragua. Esto es importante ponderar pues competimos directamente con países como Costa

Rica, El Salvador, Panamá, Guatemala y Jamaica en la atracción de inversiones, en exportaciones al mercado estadounidense, y a lo interno de nuestros propios mercados ya que contamos con tratados de libre comercio en cada uno ellos.

En términos de tendencia se aprecia un deterioro en el ranking para países como Jamaica, quien bajo 12 posiciones del lugar 95 al 107. En adición, Costa Rica perdió varios escaños pasando de la posición 56 a la 65, algo similar sucedió con Guatemala, El Salvador y la misma República Dominicana que perdió 9 niveles, pasando de la posición 101 a la 110. De hecho en la región de Centroamérica y el Caribe, los únicos países que mejoraron sus índices de competi-

tividad fueron Puerto Rico y Panamá, así como Honduras, pero este último influenciado por aspectos relacionados con la estabilidad política. Como región, en términos generales, estamos perdiendo competitividad frente al resto del mundo. Es importante por ende investigar las acciones que han realizado recientemente países como Puerto Rico y Panamá. En adición no debemos limitar nuestras comparaciones con nuestros pares centroamericanos cuando se trate de diseñar políticas que mejoren los niveles de competitividad.

Para la conformación de este ranking el Foro Económico Mundial evalúa más de 100 variables o indicadores agrupados en 12 pilares de la competitividad.



	INDICADORES POSITIVOS	RANKING
Institucionales	Transparencia en las políticas del gobierno	54
	Fortaleza en la protección de los inversionistas, 0-10 (mejor)	47
Infraestructura	Calidad de la infraestructura portuaria	58
	Calidad de la infraestructura del transporte aéreo	53
Clima Macroeconómico	Balace de presupuesto del Gobierno, % PIB	45
	Deuda del Gobierno General, % PIB	41
Eficiencia Mercado de Bienes	Intensidad de la competencia local	60
	Número de procedimiento para iniciar un negocio	78
	Número de días para iniciar un negocio	74
	Aranceles aduaneros, % impuestos	85
	Carga de procedimientos aduaneros	57
Eficiencia Mercado Laboral	Cooperación en la relación empleador-trabajador	37
	Flexibilidad en la determinación de salarios	45
Desarrollo Mercado Financiero	Solidez de los bancos	34
Preparación Tecnológica	Disponibilidad de las últimas tecnologías	59
	Usuarios de internet / 100 habitantes	65
	Internet banda ancha, kb/s/capita*	89

	INDICADORES NEGATIVOS	RANKING
Institucionales	Protección de Propiedad Intelectual	124
	Desvío de fondos públicos	140
	Pagos irregulares y sobornos	107
	Favoritismo en las decisiones de los funcionarios del Gobierno	141
	Despilfarro del gasto público	142
	Costos de las empresas por delincuencia y violencia	122
	Fiabilidad de los servicios de la policía	142
Infraestructura	Calidad del suministro eléctrico	129
Clima Macroeconómico	Ahorro Nacional bruto, % del PIB	138
Educación Primaria	Calidad de la educación primaria	140
Educación Superior	Calidad del sistema educativo	136
Eficiencia Mercado Laboral	Confianza en la gestión profesional	128
Innovación	Capacidad de innovación	126
	Gasto de las empresas en Investigación y Desarrollo	125
	Disponibilidad de científicos e ingenieros	129

En lo que respecta a la República Dominicana es sorprendente apreciar la variabilidad de los resultados según el indicador. La mejor posición lograda por el país fue la 34, en solidez del sistema bancario. Un reflejo de que cuando nos focalizamos sabemos ser buenos. Un sistema bancario sólido es un elemento importantísimo, como bien asimilamos duramente en el pasado, y más reciente con la crisis económica mundial.

La peor posición que ocupamos fue la 142 en despilfarro del gasto público. En adición, ocupamos esa misma posición en la fiabilidad de los servicios de la policía. Esto significa que según los resultados del ranking no superamos a ningún otro país en estos dos aspectos.

Complementando estos extremos se pueden apreciar claras agrupaciones en áreas donde somos relativamente exitosos y en otras donde definitivamente somos ineficientes.

Iniciemos por lo positivo. En transparencia de las políticas del gobierno, así como en la fortaleza de la protección a los inversionistas, estamos bien posicionados.

Un reflejo de nuestras convicciones, así como de la incidencia del DR-CAFTA y de los múltiples años de acuerdos con el FMI. Estamos bien en la calidad de la infraestructura del transporte aéreo y en infraestructura portuaria. Como isla, dependientes del comercio exterior y del turismo, esto es alentador. En adición estamos muy bien posicionados en la cooperación de las relaciones empleador – trabajador y en la flexibilidad para determinar salarios, lo cual sumados con la protección a las inversiones, son elementos importantes para la atracción de inversión extranjera.

Sin embargo, somos deficientes en una serie de variables elementales. Estamos mal parados en: desvío de fondos pú-

LA COMPETITIVIDAD EN AMÉRICA LATINA RANKING DE LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS

País	Clasificación		Cambio en Posición	
	2011/12	2010/11		
Chile	31	30	▼	-1
Puerto Rico	35	41	▲	6
Panamá	49	53	▲	4
Brasil	53	58	▲	5
México	58	66	▲	8
Costa Rica	61	56	▼	-5
Uruguay	63	64	▲	1
Perú	67	73	▲	6
Colombia	68	68	-	0
Guatemala	84	78	▼	-6
Argentina	85	87	▲	2
Honduras	86	91	▲	5
El Salvador	91	82	▼	-9
Ecuador	101	105	▲	4
Bolivia	103	108	▲	5
Jamaica	107	95	▼	-12
República Dominicana	110	101	▼	-9
Nicaragua	115	112	▼	-3
Paraguay	122	120	▼	-2
Venezuela	124	122	▼	-2

Fuente: Foro Económico Mundial

blicos, favoritismo de las decisiones de los funcionarios del gobierno, costos en las empresas por la delincuencia y la violencia, calidad del suministro eléctrico, ahorro nacional bruto y la calidad del sistema educativo.

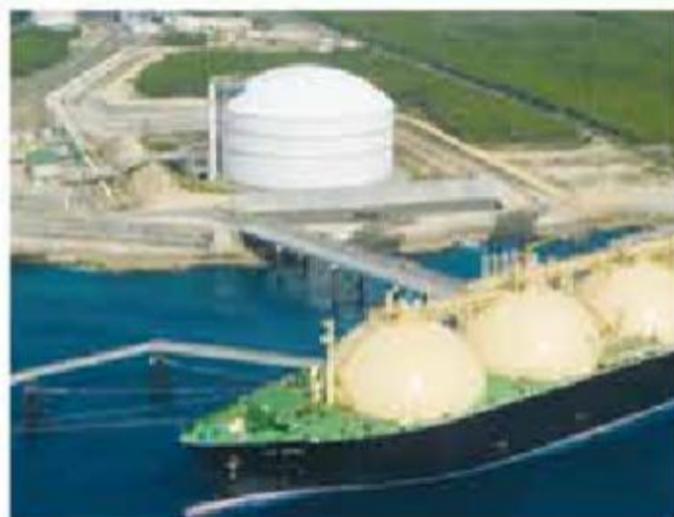
Nos hemos preocupado por ser buenos proveedores de “hardware” para el sector privado y la inversión extranjera, contando con un marco jurídico que brinda seguridad. En adición contamos con una envidiable paz social. Sin embargo, en términos del “software” que nos permita crecer en el futuro, tenemos

deficiencias importantes. Aspectos como la educación y más recientemente la inseguridad ciudadana, así como la falta de rendimiento de cuentas de la cosa pública, definitivamente nos restan competitividad.

Estas son áreas donde debemos concentrar nuestros esfuerzos y llamar la atención a nuestros forjadores de políticas públicas para trabajar en una mejora de los niveles de competitividad.

EL FUTURO SE CONSTRUYE HOY

AES DOMINICANA, COMPROMETIDA
CON LA PRODUCCIÓN ENERGÉTICA SOSTENIBLE



 **AES Dominicana**
la energía de ser globales

Tel.: 809-955-2223 • Fax: 809-955-8413
www.aesdominicana.com.do [twitter](#)



POPULAR
Siempre a tu lado



“A mi alrededor gira un mundo de herramientas, que junto a mi esfuerzo, logran que mis ideas se hagan realidad.”

En el Popular todo gira en torno a ti.

-  **Asesoría Financiera** mejora la rentabilidad de tu negocio.
-  **Préstamos Comerciales** satisface cada una de las necesidades de tu empresa.
-  **Internet Banking** facilita el manejo de tus operaciones.
-  **Manejo de efectivo** para administrar tu negocio.
-  **Cuenta Corriente** una solución flexible para tus transacciones día a día.



**Que te digan lo importante
que eres, no se compara con
que te hagan sentirlo.**

En Viva creemos en hacer cada vez más por nuestros clientes, por eso nos esforzamos cada día por brindarles un servicio a la altura de sus necesidades.

viva

Estamos de tu lado

UN GIRO HACIA LAS EXPORTACIONES

CONTENIDO

**ROL DE LA POLÍTICA
EXTERNA EN LAS
EXPORTACIONES**

Bernardo Vega

A

**LAS EXPORTACIONES
COMO EJE DE DESA-
RROLLO**

Rafael Camilo

B

**SÍ SE PUEDE
EXPORTAR
A CARICOM**

Taiana Mora

C

**REFLEXIONES SOBRE
LOS IMPACTOS DE
LOS TRATADOS DE
LIBRE COMERCIO:**

*Aspectos facilitan y limitan
su aprovechamiento*

E

**ANÁLISIS DEL SEC-
TOR MANUFACTURA
CENSO INDUSTRIAL**

Roberto Despradel

D

**LA AGROINDUSTRIA
EN UN NUEVO MODE-
LO ECONÓMICO**

Luis Ramón Rodríguez

F

**UNA APUESTA A LA
EXPANSIÓN DESDE RD**

*Entrevista a Carlos Emilio
González, Presidente Cemex
Dominicana*

G

**EL CARIBE ANTE EL
RETO DE FACILITAR
EL COMERCIO EN LA
REGIÓN**

Milton Tejada

H

**CALIDAD Y FACILI-
TACIÓN COMERCIAL
PARA LA COMPETITI-
VIDAD DE LAS EXPOR-
TACIONES**

*Andrés van der Horst, Secreta-
rio de Estado Director Ejecutivo
Consejo Nacional de Compe-
titividad*

I

**ADOEXPO EN DEFEN-
SA A LAS EXPORTA-
CIONES**

*Entrevista a Kai Schoenhals,
Presidente Asociación Domini-
cana de Exportadores*

J





Conozca más nuestros SERVICIOS

Ingrese a
www.infotep.gov.do

Contáctenos a través de
Servicio de atención al cliente

(809) 566-4161, opción 1 • *GOB (*462) • Contacto@infotep.gov.do

Síguenos en



Y acceda al triunfo


INFOTEP
Capacitar es progresar



Con **Simmons** Descansas Más

Síguenos en:  [Simmons_RD](#)  [Simmons Dominicana](#)



ESCANEA ESTE CÓDIGO
CON TU SMARTPHONE
O ENTRA A
www.simmons.com.do

Beautyrest
The Eco-Net Effect™ Mattress

Beautyrest
N_xG SERIES

BeautySleep

Maxipedic

BackCare
MATTRESS

Búscalos en Sleep Center de Tiendas La Nacional y en distribuidores autorizados de todo el país.

SANTO DOMINGO

Bella Vista Mall..... (809) 255-0432
(Fin. Nivelado porques)

Núñez de Cáceres # 71..... (809) 227-5553
esq. César Card

Gustavo Mella Ricart # 57..... (809) 540-2262

SANTIAGO

Barceloné Colón..... (809) 971-2262
esq. Texas, (Piso Tercer)

Carr. Duarte Km 2 1/2..... (809) 724-4825
(Al lado de Domino's Pizza)

ROL DE LA POLÍTICA EXTERNA EN LAS EXPORTACIONES



Con la desaparición del Muro de Berlín y las ideologías, así como el advenimiento de la globalización, el servicio y la política exterior de los países emergentes cada día se ha concentrado más en temas económicos, sobre todo el mejor acceso a los mercados.

Esa política externa se ejerce en varios niveles: mundial, regional y bilateral. En el primer caso están las negociaciones de libre comercio en la Organización Mundial de Comercio (OMC) donde casi todo el mundo tiene que ponerse de acuerdo y por eso han sido tan difíciles. A nivel regional, en el caso dominicano, hemos sostenido en años recientes negociaciones con Estados Unidos, Centroamérica, la Unión Europea y CARICOM, logrando varios importantes acuerdos de libre comercio. Los días de medidas de una sola vía, como la Iniciativa para la Cuenca del Caribe (CBI) de Estados Unidos y los acuerdos de Lomé y Cotonou en la Unión Europea han, desafortunadamente, desaparecido.

Un ejemplo de negociaciones bilaterales lo es el caso de nuestro vecino Haití, el segundo mercado más grande para las exportaciones dominicanas después de Estados Unidos.

Esos acuerdos no sólo eliminan o reducen trabas a las exportaciones dominicanas, sino que estimulan la inversión extranjera hacia nuestro país. Precisamente una de las principales nuevas obligaciones de la diplomacia dominicana es atraer la inversión extranjera. De tiempo en tiempo surgen conflictos en la interpretación de los tratados de libre comercio y hasta abiertas violaciones a los mismos y es función de la diplomacia enfrentar esos problemas.

Es lamentable que la reducción en los obstáculos al libre comercio no se haya logrado en Ginebra, a través de la OMC, ya que los acuerdos regionales y subregionales, una verdadera telaraña comercial, distorsionan el libre comercio mundial.

Por supuesto, no sólo la política exterior es la que estimula las exportaciones de un país, sino también las políticas internas, como las relativas a la política del tipo de cambio, así como la política tributaria y laboral.

En el caso de todas las economías caribeñas, sin excepción e incluyendo República Dominicana, éstas se han convertido, en los últimos 30 años, en economías de servicios, por lo que las principales fuentes de divisas ya no son los productos agrícolas tradicionales como el azúcar, el café, el cacao y los bananos, sino el turismo, las remesas y, en menor grado, el ensamblaje en zonas francas. Este fenómeno otorga un perfil excepcional a la política externa caribeña en cuanto a las exportaciones, donde un ministro de turismo juega un papel más importante que el de industria o agricultura.

Por
**Bernardo
Vega**



FORTALECEMOS NUESTRA VISION EXPORTADORA

Y promovemos el desarrollo del país mediante un proyecto que nos ha convertido en el Mayor Exportador de Cemento del Caribe y nos valió el **Premio a la Excelencia Industrial 2010** en la categoría "**Premio al Mayor Esfuerzo a la Exportación de la Industria**", otorgado por la Asociación de Empresas Industriales de Herrera.



Construyendo el futuro™



CAMILO: LAS EXPORTACIONES COMO EJE DE DESARROLLO

El director general de Aduanas, Rafael Camilo, esbozó algunas medidas para lograr lo planteado en la Estrategia Nacional de Desarrollo: las exportaciones como eje del desarrollo nacional.

En sus palabras en el almuerzo conferencia organizado por la Asociación Dominicana de Exportadores, el pasado 13 de septiembre, Camilo explicó que los países con un sector exportador significativo son menos propensos a sufrir crisis provenientes de shocks externos.

Aseguró que el actual modelo de desarrollo económico para la República Dominicana, desde comienzos de los años 90, se basa sobre una premisa fundamental: promover decididamente al sector exportador. Sin embargo, a su entender se hace "imperativo detenerse a analizar aspectos relacionados con el desempeño exportador: su dinamismo, contribución al PIB, la estructura exportadora y sus futuras oportunidades de expansión". Aquí un resumen de sus palabras.

Las transformaciones ocurridas en el sector exportador

En el desarrollo del sector exportador, en las últimas dos décadas, podemos distinguir dos etapas: la primera de fuerte crecimiento de las exportaciones y que abarca toda la década de los noventa y una segunda caracterizada por una reducción en su dinamismo y que va desde el año 2000 hasta la fecha.

Durante los años 90, las exportaciones de bienes crecieron a una tasa anual promedio de 14%, más del doble que el PIB, que para ese período alcanzó un

6%; aumentando considerablemente su contribución al Producto, pasando de un 11% en 1990 a un 24% en 2000.

La fuerte expansión registrada por el sector exportador durante esa década fue liderada en gran medida por las zonas francas, las cuales crecieron a una tasa anual promedio de casi 20%, mientras que las exportaciones nacionales mostraron un crecimiento modesto de 3%, trayendo como consecuencia un cambio en la matriz exportadora.

Así, a inicios de los noventa, el 40% de nuestras exportaciones todavía se concentraban en los productos tradicionales: azúcar, café, cacao, tabaco y algunos minerales. Para el final de la década, dichos productos únicamente representaban el 7.5%, mientras que las zonas francas pasaron a representar el 83% de las exportaciones de bienes.

El final de la década de los 90 nos encontraba con un sector exportador más robusto, con mayor peso dentro de la economía, más diversificado y en franca expansión creciendo a tasas por encima

del PIB, reduciendo nuestra histórica dependencia del financiamiento externo.

En la segunda etapa, un complejo entorno internacional incidió en que las exportaciones crecieran a una tasa de apenas 1.4%, una baja sustancial con respecto al 14% experimentado en los años 90. Para 2010, el sector exportador había reducido su contribución al PIB, pasando de un 24% en el año 2000 a un 13% a finales de 2010.

En esta década, fueron las exportaciones nacionales las que mostraron un mayor dinamismo. Dentro de éstas, los “productos menores” crecieron a una tasa promedio de 10%; con lo cual aumentaron su participación dentro de las exportaciones totales, de un 6.1% en 2000 hasta un 25.9% en 2010.

Pese a este panorama, la economía siguió creciendo, pero apoyándose en fuentes no transables que no son las más deseables para sostener un crecimiento de largo plazo. Del 1991 al 2000 los sectores transables, es decir, la agricultura, la manufactura local, las zonas francas y el turismo contri-

buían con un 43% del crecimiento del PIB, para el período 2000-2010 esa contribución se redujo al 21%.

Las dificultades asociadas a los procesos de crecimiento basados en el sector no transable son varias:

- Enfrentan un límite natural que viene dado por el tamaño del mercado interno;
- Son menos propicios para aumentar la productividad total de la economía y,
- Van asociados a déficits de cuenta corriente, y por lo tanto somos más propensos a sufrir crisis recurrentes de balanza de pagos.

El sector exportador como eje del modelo de desarrollo de RD

La Estrategia Nacional de Desarrollo (END) considera que cualquier modelo de desarrollo productivo que se proponga para República Dominicana debe garantizar el fomento de la capacidad exportadora, como base para un crecimiento sostenible.

El tema es crítico. Para cumplir con las metas planteadas en la estrategia, en el sentido de sostener tasas de crecimiento del PIB per cápita de entre el 3 y el 5% por los próximos 20 años, las exportaciones tienen que crecer a una tasa anual promedio del 10%.

Al final del período –es decir, hacia el 2030- el tamaño del sector exportador de bienes y servicios tendría que haber alcanzado aproximadamente el 51% del PIB, en la actualidad ese ratio es del 29%. Considero que alcanzar el tamaño planteado es posible, por lo que la cuestión fundamental entonces es saber qué políticas son necesarias para lograr su despegue.

Aunque en años recientes el sector ha perdido participación



dentro del PIB, la industria sigue siendo la actividad económica más importante representando un 25.8% del PIB, el principal generador de empleo formal con un 17%, y representa el 65% de las exportaciones.

Hoy día se necesitan políticas en el marco de una economía pequeña y abierta y que tienen en las exportaciones su eje fundamental. Las políticas industriales dominicanas han de focalizarse en ejes “estratégicos”, es decir, aquellos que tienen un mayor potencial para insertarse en los mercados internacionales.

La experiencia internacional en países como México y Costa Rica, muestra que, para la definición de los sectores estratégicos, se debe conformar una comisión especial pública-privada, integrada

Eliminación del sistema dual

Una nueva Ley de Zonas Francas es el instrumento ideal para relanzar al sector y debe hacerse bajo los postulados de sectores “estratégicos”. Esta nueva ley tiene el potencial para concentrar en un solo instrumento jurídico todos los distintos regímenes tributarios de apoyo al sector industrial.

Una Ley de este tipo elimina la existencia de la economía “dual” y fomenta otros polos de desarrollo utilizando ¡un solo régimen tributario! Contrario a la situación actual en la que existe un régimen tributario especial para cada fin de política, los cuales están dispersos y que además dificultan mucho la administración tributaria.

Si las reformas al régimen de Zonas Francas tienen que darse antes de 2013 en el marco de los compromisos con OMC... ¿por qué esperar?

por los máximos representantes de los Ministerios de Economía, de Hacienda, de Industria y Comercio y otras instituciones relacionadas con la promoción de las exportaciones y las inversiones, por representantes del sector productivo, elegidos entre las diferentes gremios del país, y por representantes del sector académico que aporten a una visión país.

La comisión, en su selección de esos “ejes estratégicos”, debe establecer criterios apegados a los postulados de la Estrategia Nacional de Desarrollo (END), el criterio de los sectores productivos y los siguientes lineamientos: sectores con capacidad de contribuir en materia de generación de divisas, inversiones en infraestructura y tecnología y empleos de calidad.

Quiero cerrar estas palabras con la siguiente reflexión...

la visión que República Dominicana se ha trazado para los siguientes 20 años necesita de un crecimiento económico robusto, sostenido, que garantice la estabilidad macroeconómica, pero sobre todo generados de empleo de calidad y que permita a nuestros ciudadanos mejorar su calidad de vida.

Este crecimiento sólo se logra a través de un sector exportador fuerte, dinámico y competitivo...por eso, ¡se acabaron las excusas! Es hora de ponernos a trabajar, gobierno y sector privado, dejando de lado los intereses particulares, pensando primero en el país, a favor de las reformas que sean necesarias para propiciar la expansión de nuestras exportaciones... no hay tiempo que perder.



*Esta puede ser la vista
desde tu condominio en Hacienda*



Para ser entregados a finales del 2012, Los Condominios en HACIENDA serán el centro de una nueva comunidad con hermosas residencias, ubicadas dentro del nuevo campo de golf diseñado por P.B Dye.

Condominios desde 140 m² de construcción de 2 y 3 habitaciones a precios que inician en los US\$ 350,000 (precios de introducción). Los propietarios de estas residencias tendrán acceso a todas las amenidades que ofrece PUNTACANA Resort & Club.

Financiamiento disponible por tiempo limitado.

Para más información, contáctenos:
theestates@puntacana.com - 809.959.7325



GRUPO PUNTACANA

ANÁLISIS DEL SECTOR MANUFACTURERA

INDUSTRIA MANUFACTURERA - CLASIFICACIÓN POR CANTIDAD DE EMPLEADOS TOTAL DE EMPRESAS (INCLUYE NACIONALES Y DE ZONAS FRANCAS)

Grupo (Según No. de empleados)	No. de Empresas	Empleados	Importación en US\$	Exportación, en US\$	No. Empresas que exportan	Porcentaje de Empresas Exportadoras en el Grupo
> 200	257	193,909	3,907,391,328	2,847,225,754	160	62.3%
61 - 200	369	40,509	2,161,352,025	306,955,420	155	42.0%
16 - 60	914	27,892	419,534,879	91,348,266	178	19.5%
1 - 15	2,669	14,791	193,985,304	69,226,273	97	3.6%
N/I	3,657	N/I	164,145,003	154,596,640	103	2.8%
Total	7,866	277,101	6,846,408,539	3,469,352,352	693	8.8%

Elaborado por DASA en base a cifras de la TSS, DGII, DGA y ONE.

La industria manufacturera representa la actividad económica más importante del país, aporta el 25% del Producto Interno Bruto, el 17% del empleo formal y el 65% de las exportaciones. Sin embargo, a pesar de esta alta ponderación, es baja la información detallada que se tiene de esta. Por tal motivo, la AIRD, con la asistencia de la firma consultora Despradel & Asociados - DASA, realizó un levantamiento estadístico sobre el universo de las empresas industriales en la República Dominicana. Este Censo Industrial, o más bien Padrón Industrial, se elaboró utilizando diferentes bases de datos, en su mayoría de carácter oficial. Entre estas se destacan la Dirección General de Impuestos Internos (DGII), la Oficina Nacional de Estadística (ONE), Proindustria, el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación, la Dirección General de Aduanas (DGA) y la Tesorería de la Seguridad Social (TSS), entre otras.

Esta combinación de diferentes bases de datos, ha permitido a la AIRD tener una clara y detallada fotografía del sector, los sub-sectores que la conforman, los tipos de empresas según tamaño y su participación en la actividad exportadora. Estas informaciones cumplen una triple función: a) mejorar la interacción a lo interno del sector, b) permitir diseñar nuevos servicios de apoyo a la membresía y al gremio en general, y c) fungir de herramienta en la interacción con las autoridades públicas en temas relacionados con la política industrial.

Al combinar las diferentes bases de datos oficiales, siguiendo como parámetro la clasificación CIIU, se identificaron 7,866 empresas industriales manufactureras. De estas 2,039, el 26%, realizan transacciones de comercio internacional, ya sea como exportador y/o importador. Este grupo de empresas generaron 277 mil empleos directos y fueron responsables de US\$3,470 millones en exportaciones en el año 2010.

Entre este grupo de empresas 257 fueron identificadas como grandes empresas, es decir con más de 200 empleados. Estas concentran el 70% de los empleos generados por el sector. En adición, se clasificaron 369 medianas empresas (entre 61 y 200 empleados), 914 pequeñas empresas (16-60 empleados) y 2,669 microempresas. Para el resto del padrón no se pudo determinar el número de empleados.

En términos de la participación en el comercio internacional 2,140 empresas realizaron importaciones y 693 registraron exportaciones. En torno a la actividad exportadora, es importante destacar que de las 257 empresas grandes, 160 registraron exportaciones, un 62% del total. Para las empresas medianas la relación es de un 42%, para las pequeñas un 20%, y para las micro un 4%. Mientras mayor es el tamaño de la empresa mayor propensión a exportar. Si bien es intuitivo contar con un alto grado de internacionalización por parte de

Por
Roberto Despradel

las empresas manufactureras grandes, fruto de los procesos de integración que ha seguido el país en la última década, es interesante apreciar que 4 de cada 10 empresas medianas exportan. Aquí existe un gran potencial para aumentar dicha relación, vía una serie de políticas públicas y trabajos conjuntos, tales como apoyo en las áreas de investigación de mercado y en el desarrollo de planes de exportación. En ambos renglones la AIRD está trabajando en proyectos con asistencia de organismos internacionales.

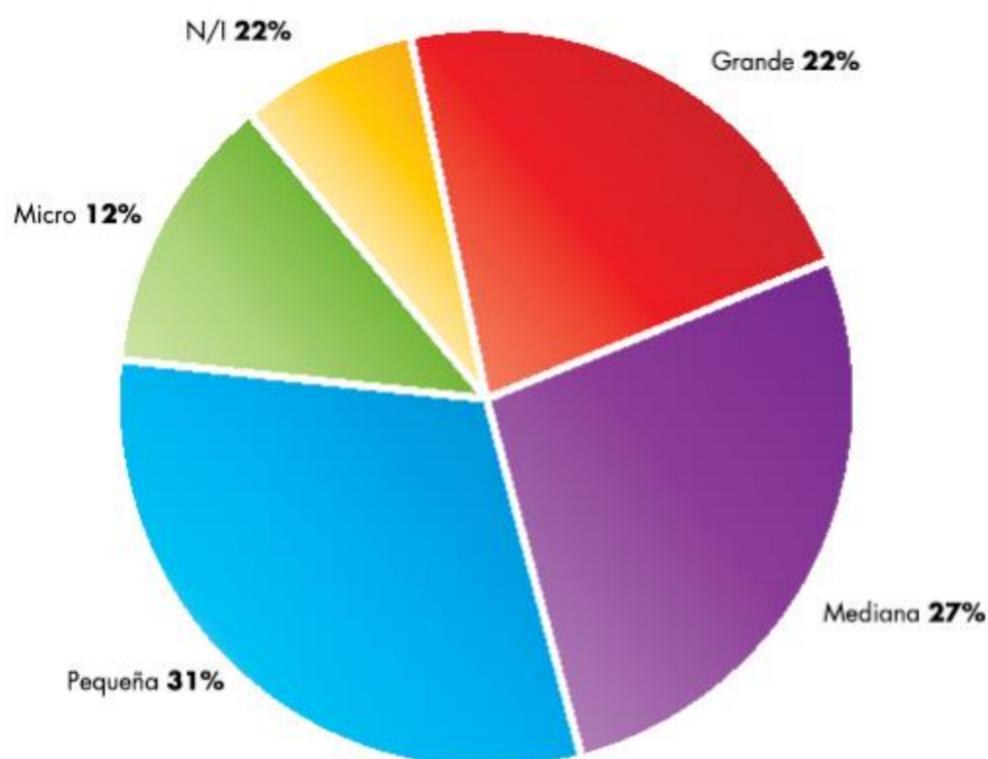
En términos del valor exportado, el 82% de todas las exportaciones recae en las empresas grandes, mientras que un 9% en empresas medianas, un 3% en empresas pequeñas, un 2% en micro empresas, y un 4% en empresas que no pudieron ser identificadas en términos de número de empleados. Por lo cual si bien existe un alto potencial en incrementar el grado de internacionalización de las medianas y pequeñas empresas, el grueso de los montos exportados recae sobre las grandes, las cuales requieren de igual forma una plataforma competitiva a nivel de país para poder mantener y aumentar estos flujos de exportaciones.

En términos de su distribución, según el marco jurídico, 414 empresas industriales se encuentran registradas bajo la ley de zonas francas, mientras que las restantes 7,452 se clasifican como empresas nacionales (fuera de zona franca). En lo que concierne a la generación de empleos, 108 mil recaen en zonas francas, mientras que 169 mil en empresas nacionales.

A nivel de los subsectores industriales, los que aglutinan el mayor número de empresas son Alimentos y Bebidas, con un total de 1,316 empresas, seguidas por el sector de Impresión y Grabación (Industria Gráfica) con 1,141 empresas. En tercera posición se encuentra el sector de sustancias químicas con un total de 809 empresas. Una gran parte de las empresas que conforman estos tres subsectores son micro y pequeñas industrias.

En términos de la aplicación de política industrial, y en particular la ley de PROINDUSTRIA, este estudio ha permitido esclarecer la errada percepción que la legislación beneficiaba principalmente a grandes empresas. Al cruzar las bases de datos de PROINDUSTRIA con la de la TSS, se aprecia que apenas un 22% de las empresas registradas para aprovecharse de esta ley corresponden a grandes empresas, mientras que el 27% y el 31% recaen en empresas pequeñas y medianas, y un 12% en microempresas.

DISTRIBUCIÓN DE LAS EMPRESAS CLASIFICADAS POR PROINDUSTRIA SEGÚN TAMAÑO



El sector industrial sigue siendo el principal motor de la economía dominicana, con más de **7,000** empresas identificadas, **2,000** de estas participando en el comercio internacional y generando sobre los **277** mil empleos formales. El Mapeo industrial realizado por la AIRD brinda una base analítica importante para tener un mayor entendimiento de este cardinal sector, con el potencial de profundizar el dialogo con las autoridades oficiales en el desarrollo de políticas industriales activas que permitan mejorar la competitividad del sector y del país en general.

SÍ SE PUEDEN exportar a CARICOM

Por
**Taiana
Mora**

Las relaciones comerciales entre la República Dominicana y el CARICOM han sido muy discutidas. Hay quienes entienden que es un mercado muy pequeño y muy difícil, hay quienes siguen mirando al norte o quienes piensan que el acuerdo de libre comercio ha sido un fracaso. A mediados del 2010, 8 empresas manufactureras dominicanas de diversos sectores asistieron a la Trade and Investment Convention en Trinidad & Tobago y demostraron que todos los que creen lo anterior están equivocados.

La participación fue organizada por la Cámara de Comercio de Trinidad & Tobago en RD y los niveles de éxitos de estas empresas variaron, desde una que regreso cheque en mano, otras con órdenes de compra, pero todas con contactos no sólo para el mercado de Trinidad y Tobago sino para otros países de El Caribe. La República Dominicana con sus apagones, sus impuestos y sus múltiples problemas puede ser competitiva en el mercado del CARICOM. De hecho, las

exportaciones dominicanas han crecido sostenidamente en los últimos 5 años incluidos los mercados donde aún no llega el acceso al mercado de los acuerdos, tanto del CARICOM-RD como del EPA y su cláusula de preferencia regional.

Aunque nunca es bueno generalizar, podemos decir que el gran problema de los productos dominicanos en los mercados caribeños es la falta de visión, de estrategia exportadora y la poca proactividad de nuestras empresas. Los países de la CARICOM temen a la República Dominicana porque han comprendido su potencial. Ahora falta que los propios dominicanos comprendamos el alcance y las posibilidades de ese potencial.

5 RAZONES PARA EXPLORAR Y CONQUISTAR EL MERCADO DEL CARICOM

Es hora de cambiar los esquemas y las estrategias. Hay que seguirle los pasos a las empresas que tienen en el Caribe su mayor mercado. Es cierto que aún hay obstáculos que superar y que hay que ampliar el acceso al mercado de los acuerdos, pero podemos competir, si no pregúntele a las empresas que ya lo han logrado y anímese usted también!

2. Mayor acceso preferencial

1. Mercado atractivo

3. Mercado más apto para PYMES

4. Complementariedad

5. Fondos de asistencia

1

Mercado atractivo:

aunque tiene en total una población inferior a la República Dominicana, recibe casi el doble en visitantes anuales, además de que casi todos los países tienen un ingreso per cápita, y por ende un poder de consumo superior al dominicano. A esto hay que agregarle una limitada capacidad local de producción competitiva en la mayoría de los países.

2

Mayor acceso preferencial:

Aún sin estar dentro de los acuerdos, los productos locales son competitivos para estos mercados, pero el TLC y el EPA y sus potenciales negociaciones para ampliar, dan un marco suficiente para el comercio de bienes y servicios.

3

Mercado más apto para las PYMES:

Como en algunos de esos países la demanda no es de grandes volúmenes, esto permite a pequeñas empresas ir adaptándose al mercado de exportación sin ordenes grandes que minen su capital de trabajo.

4

Complementariedad:

Un estudio hecho por Caribbean Export demuestra que entre exportación e importación a CARICOM hay similitud en renglones de productos lo que apunta a complementariedad en lugar de la falsa creencia de que porque la producción es similar no se puede participar en el mercado.

5

Fondos de asistencia:

la Comisión Europea y ahora otros donantes tienen varias ventanillas de acceso a empresas e instituciones que quieren implementar iniciativas regionales o alianzas con empresas de El Caribe para terceros mercados como la Unión Europea, pero para aprovechar muchas de estas ventanillas hay que organizarse y buscar los colaboradores indicados.

La Fabril

Visionarios por Naturaleza



RE- FLEX- IONES

SOBRE LOS IMPACTOS DE LOS **TRATADOS DE LIBRE COMERCIO:**

Aspectos facilitan y limitan su aprovechamiento

Tenemos acuerdos de libre comercio con 48 países, abarcando naciones tan cercanos como Jamaica, y tan alejados como Finlandia, tan grandes como USA, pero tan pequeños como Barbados, con idiomas similares al nuestro, como Costa Rica, y tan diferentes como Hungría. Aproximadamente el 90% de lo que exportamos, y el 60% de lo que importamos lo realizamos con países con los cuales contamos algún tipo de tratado comercial.

Si bien somos una isla, no estamos aislados. La apertura comercial simplifica, pero complica. Hace que las relaciones comerciales sean más libres, pero más complejas.

Como economía abierta, tenemos que estar atenta de lo que acontece en el mundo de una manera mucho más sofisticada que antes.



Impactos en la implementación de los TLC

En términos de los impactos de los Tratados de Libre Comercio (TLC) en la República Dominicana, es importante destacar que estos se mueven a la velocidad de dichos tratados, principalmente el DR-CAFTA y sus compromisos de liberalización.

Y es en esta esfera de la temporalidad los impactos se dan a tres niveles u oleadas diferentes.

1. LA PRIMERA OLA: Ajustes al inicio del acuerdo, el impacto es absorbido principalmente por el sector público

Aquí principalmente tenemos como referencia el DR-CAFTA, donde más de 30 leyes o reglamentaciones fueron modificadas o creadas para cumplir con los requerimientos contractuales del tratado. En su gran mayoría inclusive antes de su entrada en vigencia. Se destacan aspectos de facilitación de comercio. Los cambios en las aduanas son evidentes, se eliminó la factura consular, los tiempos de desaduanizar son más cortos y los trámites mas transparentes.

Se redujeron los costos para realizar inversiones en el sector manufacturero. Antes del DR-CAFTA para montar una planta de producción se tenía que adelantar un 3% de arancel, un 13% de para-arancel, y un 12% de ITBIS. Un adelanto del 28% del costo de las maquinarias y las materias primas en impuestos antes de iniciar el proceso productivo. Esto ha cambiado significativamente, pues por ley esta cifra debe ser ahora 0%.

Se han realizado cambios en la estructura de enlaces entre el gobierno y el sec-

tor industrial. Se creó la ley de Proindustria y con esto una reforma de la Corporación de Fomento Industrial. En las relaciones sector publico-privado se aprecia un mayor énfasis en la competitividad.

Ha cambiado significativamente la estructura impositiva del país. Antes del DR-CAFTA el 35% de los ingresos tributarios provenían de las aduanas, ahora la cifra es menos del 8%. A esto se le suma la modernización de la Dirección General de Impuestos Internos, la cual parece más una institución de un país desarrollado que de una isla caribeña. Ejemplo claro de que cuando hay voluntad, los cambios se dan.

El DR-CAFTA ha sido un acuerdo asimétrico, pero en un sentido diferente a lo que estamos acostumbrados. Los cambios estructurales se realizaron de manera inmediata, mientras que la liberalización arancelaria (la des-protección a los sectores productivos) se realiza de manera gradual con plazos de 10 a 15 años. Aquí es donde esta la esencia de la asimetría en la implementación y aprovechamiento del tratado.

2. LA SEGUNDA OLA: Ajustes de los sectores productivos, dentro del marco del periodo de liberalización arancelaria.

Los ajustes de parte del sector privado se han venido dando, pero estos pueden ir a la velocidad del calendario de liberalización que corresponde a cada sector de la economía. Es evidente una mayor conciencia de parte del sector industrial sobre los ajustes que deben hacerse a lo interno de sus empresas y/o sectores para poder competir.

Durante los últimos cinco años el sector privado ha sido un motor impulsador de reformas públicas; la más palpable es la ley de Proindustria. Ha focalizado su atención hacia la exportación. Sectores han venido consolidándose, y en otros han desarrollado alianzas estratégicas con empresas internacionales. Todo esto preparándonos para estar mejor posicionado para defender el mercado interno y posicionarse en los externos.

Se aprecia un movimiento a lo interno del sector privado, ajustándose a la nueva realidad.

3. LA TERCERA OLA: Ajustes en la plataforma competitiva del estado, a realizar al inicio del periodo de libera- lización arancelaria

Aquí es donde mayor preocupación se aprecia. Quedan agendas pendientes de décadas de deficiencias en áreas como la educación y la energía, las cuales debemos enfrentar en el muy corto plazo.

Como economía hemos crecido mucho en la última década. Pero este crecimiento del PBI ha sido 4 veces superior al crecimiento de nuestras exportaciones. Esto contrasta con países como Taiwán y Corea del Sur, donde sus exportaciones crecen a ritmos mucho mayores que sus economías.

En estos años recientes se ha tomado una mayor conciencia sobre la necesidad de exportar de manera competitiva, pero no al nivel y en la amplitud que se requiere.

Entre lo muchos impactos que tienen los tratados comerciales está su capacidad de reducir la posibilidad de aplicar po-

64 años
de existencia construyendo
mejores obras



MEJORES OBRAS



líticas públicas, inclusive en momentos para enfrentar choques internos y externos. Esto nos limita. Sin embargo, a su vez es visto de manera positiva por la inversión extranjera, pues aporta una mayor firmeza en el respeto de las reglas de juego.

En este contexto es importante preguntarse: ¿Son relevantes los impuestos al momento de considerar una inversión en un país? ¿Qué empuja a un inversionista a preferir a un país sobre otro?

El clima de negocios y los niveles de competitividad son básicos; la calidad de las instituciones públicas, la infraestructura del país, la estabilidad macroeconómica, los niveles de educación y salud, la eficiencia del mercado laboral, la sofisticación de los mercados financieros, la adaptabilidad a nuevas

tecnologías y la capacidad de innovar. Pero en adición a estos, ¿son importantes los niveles impositivos para atraer inversiones? Irlanda, el segundo país de la Unión Europea con el mayor ingreso per capita, así lo entiende, y por eso en un momento rechazó el Tratado de Lisboa de la Unión Europea. Irlanda se diferencia grandemente del resto de Europa al contar con la tasa impositiva mas baja para corporaciones, un 12.5%.

Esto, junto a otros factores, influyó a que Irlanda se convierta en la base corporativa para más de 1,000 empresas multinacionales. Han apostado a la economía del conocimiento, la innovación y la conectividad, también han visto las bondades de tasas bajas en la atracción de inversiones. En la crisis financiera, el poder mantener dichos niveles fue un tema importante en sus negociaciones

del paquete de asistencia por parte de la Unión Europea.

En el plano local, nuestro país recientemente aumentó su tasa impositiva de ISR de 25% a 29%, ampliando la dualidad con las empresas de zonas francas. Recordemos que bajo el DR-CAFTA nos comprometimos a liberalizar el comercio de zonas francas. Esto permite que las zonas francas centroamericanas nos exporten gozando de los beneficios del acuerdo. Las fronteras entre zonas francas y el resto de la industria están erosionándose fruto de los compromisos internacionales, lo que requerirá una redefinición en la política impositiva corporativa. Irlanda puede ser un caso interesante de estudio, pero esto requerirá de una mayor coordinación con los países centroamericanos.

Dependencia de las Importaciones de Petróleo en Países de la Región de Centroamérica y el Caribe

Países Seleccionados	Tamaño Relativo de la Economía (PPP)	Importaciones Petroleras en relación a RD	Dependencia Relativa a las Importaciones de Petróleo
Rep. Dominicana	100%	100%	100%
Guatemala	101%	45%	45%
Costa Rica	74%	37%	50%
El Salvador	67%	38%	56%
Panamá	56%	77%	138%
Honduras	50%	37%	74%
Jamaica	33%	37%	110%
Nicaragua	26%	24%	95%

Fuente: Cálculos de DASA en base a datos del FMI y el EIA – valores 2008

Aspectos que facilitan el aprovechamiento:

Hemos venido desarrollando una masa crítica de acuerdos comerciales. Somos el país que mayor acceso tiene a la región caribeña, y con esto el potencial para atraer inversiones con propensión de exportación. En adición en su momento fuimos apenas el sexto país con acceso vía TLC a Estados Unidos y a la Unión Europea.

Existen, por ejemplo, empresas de alimentos procesados que han instalado plantas productoras para suplir la región de El Caribe, también empresas latino-americanas han realizado alianzas en el área de insumos para la construcción. Los tratados han coincidido con el proceso de consolidación y atracción de inversión extranjera para una diversidad

de sectores. ¿Es esto una coincidencia? ¿O mas bien un efecto? Estamos bien posicionados regionalmente, contamos con niveles de seguridad superiores a la mayoría de los países centroamericanos, y de nuestros vecinos Jamaica y Haití.

Elementos duales que inciden en el aprovechamiento:

La facilitación al acceso a crédito y la mejora de clima de inversiones, son beneficiosos, permitiendo que fluyan los capitales. Sin embargo al mismo tiempo han permitido que no sean tan dramáticos los problemas que encaramos en nuestro déficit comercial. Hemos alcanzado una experticia en emitir deuda y vender activos, lo cual reduce la importancia relativa del sector exportador como fuente de ingresos de divisas.

Nuestras exportaciones nacionales apenas proveen el 23% entre los generadores de divisas del país. El nivel mas bajo de cualquier país centroamericano. Esto está influyendo a que las exportaciones no sean una prioridad. Esto es una realidad que nos morderá en los próximos años, cuando los niveles de deuda no puedan seguir creciendo, y los niveles de repatriación de dividendos sean mayores que las nuevas inversiones.

En el pasado el Banco Central jugó un rol activo en el diseño de políticas públicas para el desarrollo de los sectores generadores de divisas, creando FIDE e INFRATUR. Ahora nuestro Banco Central tiene otras preocupaciones y otro mandato legal. No se vislumbra un plan claro y cohesionado para dar un empuje a las exportaciones de bienes utilizando políticas industriales activas.

Elementos que limitan y que debemos encarar:

Para que un país salga de la pobreza muchas condiciones deben darse. El sentido común nos dice que tres aspectos básicos deben estar presentes:

- **Primero**, debe contarse con sectores

- productivos que generen empleos de calidad.
- **Segundo**, debe existir un capital humano que aporte empleados productivos.
- **Tercero**, debe desarrollarse bajo

un marco institucional, que aporte confianza, y que fomente la cohesión social.

En esto se trabaja, pero los recursos son escasos y los cambios toman tiempo, el cual



no es siempre nuestro aliado en los tratados comerciales.

De acuerdo a los indicadores del Foro Económico Mundial en lo que respecta a la transparencia de las políticas públicas ocupamos la posición No. 54 entre 142 países. Elemento positivo que refleja los cambios institucionales que hemos venido realizando. Sin embargo, en la calidad de nuestras instituciones públicas, ocupamos la posición No. 126.

Un claro ejemplo de la diferencia entre los cambios legales y los cambios culturales a nivel institucional.

A estos índices se le suma el ranking de la educación primaria, donde ocupamos la posición 140 y en la calidad del sistema educativo en general ocupamos la 136.

Si estamos mal posicionados en educación e institucionalidad, es lógico pensar que estaremos mal posicionados en la capacidad de generar empleos de calidad para ser absorbidos por nuestros sectores productivos. Aquí es donde tenemos el gran reto para fines de la implementación de tratados como el DR-CAFTA y el EPA.

Petróleo

Otro elemento que limita el aprovechamiento es nuestra dependencia al consumo de petróleo. Somos el país de la región que mayor dependencia relativa tiene a las importaciones petroleras, y por ende al vaivén de los precios internacionales. Si no fuera por Petrocaribe estaríamos en serios problemas. Pero es prudente considerar que este programa no estará siempre con nosotros, y que no se vislumbran caídas drásticas en los precios de los hidrocarburos. Por ende, debemos trabajar para reducir nuestra dependencia de los hidrocarburos y en diversificar nuestra matriz energética.

Educación y Energía

Los países que mayor avance han logrado son los que más han invertido en investigación, desarrollo, e innovación. Ya forma parte de la jerga común la relación I+D+I; asimilada por empresas y por políticas públicas. Si bien es importante que en nuestro país asumamos una posición proactiva en políticas vinculadas al I+D+I, no es menos cierto que existe una brecha muy amplia entre la realidad de los países desarrollados y la nuestra.

Si de acrónimos se trata, en nuestro país deberíamos concentrarnos en la relación E+E=E, donde Educación más Energía, iguala a la generación de Empleos.

Hace dos años atrás la Asociación de Industrias realizó una amplia encuesta a su membresía, para conocer las percepciones sobre los principales retos y elementos que reducen la capacidad competitiva en estos tiempos de tratados comerciales. No es sorpresa que en los dos primeros lugares estuvieron la energía eléctrica y la educación.

A esto es que nos referimos con la tercera ola que impacta al implementar el DR-CAFTA a lo largo de su periodo de liberalización. Una ola que por sus complejidades toma tiempo asimilarla y navegarla. Lamentablemente, esta ola llega en momentos en que se percibe un desgaste de los temas sobre el DR-CAFTA y sobre la competitividad. Más aún, se ha visto opacado por las urgencias de la crisis económica mundial. Es importante tener presente que es ahora, en los próximos dos a tres años, que se acerca el periodo crítico de los calendarios de liberalización para productos industriales y en los próximos cuatro a cinco años para los productos agrícolas.

PROTÉGETE DE LO INESPERADO



CON NUESTRO MODERNO SISTEMA DE SHUTTERS Y FORTINES

ROLLINGSHIELD

DISTRIBUIDOR EXCLUSIVO



INDUCA

SAN MARTÍN ESQ. ORTEGA & GASSET, ENS. LA FE, STO. DGO., REP. DOM.

TEL.: 809-541-2117 • FAX 809-476-7183

WEB: WWW.INDUCA.COM.DO



RETO

DEL SECTOR AGROINDUSTRIAL
FRENTE
AL

Por
Luis Ramón
Rodríguez

NUEVO MODELO ECONOMICO

Desde sus inicios y durante muchos años, el desarrollo agroindustrial dominicano estuvo asociado al crecimiento de los cuatro productos tradicionales de exportación: **caña de azúcar, cacao, café y tabaco**, los cuales empezaron a perder importancia económica durante la última parte del siglo XX debido a cambios desfavorables en el comercio internacional, y a nivel local, a la implementación de políticas públicas adversas.



La diversificación agroindustrial se inició a finales de los años 60s cuando en América Latina se implementó un modelo de desarrollo económico promovido por la CEPAL el cual perseguía el crecimiento económico basado en el estímulo de la inversión industrial, especialmente aquella orientada a sustituir las importaciones.

En tal sentido, República Dominicana diseñó un marco jurídico representado por la Ley No. 69 sobre Incentivo a las Exportaciones y la No. 299 sobre Protección e Incentivo Industrial cuyo objetivo primordial era la creación de nuevas empresas para contribuir al desarrollo económico nacional, incrementar el número de empleos y mejorar la balanza comercial vía la generación de divisas.

El modelo promovido privilegiaba a la industria frente al sector agropecuario por lo que el desarrollo industrial que se experimentaba carecía de una vinculación con la producción rural lo que demostraba la ausencia de una política coherente orientada hacia la promoción del desarrollo agroindustrial.

No es sino hasta el año 1982 cuando se le otorga un trato preferencial al sector agroindustrial mediante la promulgación de la Ley No. 409-82 sobre Protección a la Agroindustria la cual creaba incentivos especiales al sector. Estos comprendían: exenciones de equipos y maquinarias;

exenciones sobre el impuesto sobre la renta; exenciones fiscales sobre la reinversión de utilidades; incentivos cambiarios y una tasa de interés subsidiada a través de la ventanilla de los fondos del FIDE. Posteriormente, la reforma tributaria del año 1992 redujo las tasas impositivas y eliminó, además, el otorgamiento de exenciones tributarias con lo cual quedó derogada esta importante ley.

Sin embargo, gracias a los incentivos otorgados por esta ley, el sector experimentó una diversificación en sus actividades y un incremento en el número de empresas agroindustriales. Para el año 1985 llegaron a existir en el país 1,972 empresas industriales de las cuales 1,111, es decir el 56%, procesaban productos de origen agropecuario y contrataban el 70% del empleo industrial.

Actualmente, de acuerdo a un estudio realizado por la Junta Agroempresarial Dominicana, existen en el país unas 564 empresas agroindustriales que emplean unas 58,472 personas, que crean oportunidades de negocios para unos 150 mil productores agropecuarios.

La mayoría de estas agroindustrias se encuentran ubicadas en las zonas urbanas. De las 564 empresas agroindustriales identificadas en el documento de la JAD, 235 (41.7%) se encuentran en el Distrito Nacional y la Provincia de Santo Domin-

go; 88 (15.6%) en Santiago de los Caballeros y las restantes 242 (42.7%) en el resto del país. La localización urbana de las agroindustrias sugiere una tendencia a la utilización de materia prima importada para su transformación.

Durante el período 1999-2008 el sector agroindustrial ha mostrado un crecimiento promedio anual de 3.4%. Su aporte promedio anual al Producto Interno Bruto (PIB) ha sido de RD\$ 22,463 millones, equivalentes al 8.8% del PIB. Sin embargo, en el 2008 el valor agregado de la agroindustria fue de sólo 1.1 veces el valor de la producción agropecuaria primaria, lo cual se considera bajo si se compara con otros países de la región.

El escaso valor agregado se explica por la reducida inversión que se realiza en investigación y desarrollo de nuevos productos lo cual se traduce en un factor limitativo a la innovación que es un elemento importante para que las empresas puedan aprovechar las ganancias de los valores agregados que representan los productos novedosos.

De igual modo, las exportaciones agroindustriales han mostrado un excelente dinamismo al pasar de US\$ 247 millones en el 1995 a US\$ 474 millones en el 2008 para un crecimiento anual de 9.2%. Cuando se comparan estas exportaciones agroindustriales con las exportaciones to-

tales, las primeras pasaron de un 3.5% a 6.8% de las exportaciones totales lo que evidencia un espectacular dinamismo de estas exportaciones.

Sin embargo, a pesar de su gran potencial e importancia en la creación de empleos y generación de divisas, las agroindustrias carecen de un marco jurídico especial que estimule y apoye su crecimiento. Aunque actualmente pueden beneficiarse de tres leyes de incentivos aún vigentes: Ley 84-99 sobre Reactivación y Fomento a las Exportaciones; Ley 28-01 sobre la creación de la Zona Especial de Desarrollo Fronterizo y la Ley 392-07 sobre Competitividad e Innovación Industrial; este marco jurídico no es suficiente como para que el sector agroindustrial pueda mejorar su competitividad y enfrentar exitosamente los retos que representan la apertura económica y la globalización de los mercados fruto de los acuerdos de libre comercio firmados por el país.

La falta de financiamiento; la reducida oferta de materia prima de calidad; la capacidad instalada subutilizada y en algunos casos la obsolescencia de maquinarias y equipos; la reducida inversión pública en investigación y desarrollo de nuevos productos así como el rezago para cumplir con los requisitos internacionales de calidad e inocuidad, son algunos de los constreñimientos que deben ser enfrentados mediante el diseño e implementación de políticas para el fomento agroindustrial.

El sector todavía se enfrenta a una serie de factores que limitan su desarrollo y por lo tanto conspiran contra cualquier iniciativa orientada a la creación de empleos, generación de divisas y mitigación de pobreza en el ámbito rural.

Según el documento de la JAD, el financiamiento para el sector agroindustrial ha venido reduciéndose a través del tiempo. De hecho, durante el período 2006-2009 el financiamiento agroindustrial mostró una tasa de crecimiento promedio anual negativa de 10% al pasar de RD\$ 1,200 millones a tan sólo RD\$ 900 millones.

El documento establece, además, que el proceso de adopción tecnológica en las empresas agroindustriales ha resultado lento ya que se calcula que menos del 2% de estas empresas están certificadas bajo algunos de los sistemas de calidad como las Normas ISO. Tampoco disponen de sistemas de control de inocuidad como el Control de Riesgos y Punto Críticos de Control (HACCP) los cuales deben ser promovidos y adoptados si se desea acceder a los exigentes mercados internacionales abiertos a nuestras empresas a través de los acuerdos de libre comercio.

Las oportunidades de acceso a mercado que estos acuerdos brindan al sector agroindustrial debido a la demanda creciente de los consumidores por productos sanos, inocuos y de alta calidad debe ser fuente de motivación para, haciendo uso de las potencialidades del sector, promover su relanzamiento mediante la ejecución de una estrategia basada en la expansión de la integración de las empresas rurales a las cadenas de valor agroindustriales utilizando la integración vertical y la agricultura de contrato de modo que el sector pueda convertirse en motor del crecimiento económico, del desarrollo

agropecuario y de la reducción de pobreza en el ámbito rural.

Los beneficios de esta estrategia emergerían a través de un proceso de derrame que ocurre a nivel de la unidad productiva en la medida que los agricultores amplían su acceso a bienes de capital e incrementan su productividad vía la recepción de asistencia técnica y la venta asegurada a precio garantizado lo que reduce la incertidumbre y el riesgo.

Para alcanzar este objetivo se debe modificar el entorno a fin de resolver el problema del financiamiento sectorial de largo plazo para la producción de materia prima y el mejoramiento tecnológico de plantas industriales; incrementar la inversión pública en investigación y desarrollo de nuevos productos; promover joint ventures entre el estado y el sector privado a fin de facilitar terrenos públicos para la producción de materia prima agropecuaria; entrenar y capacitar a los agroempresarios sobre conocimientos y habilidades para acceder a los mercados internacionales; ejecutar programas de certificación en calidad e inocuidad y realizar estudios de perfiles de mercado para orientar la producción hacia aquellos bienes que presentan las mayores posibilidades de éxito.

Finalmente, esta estrategia permitiría la reconversión de la producción de cultivos de bajo valor hacia cultivos de mayor valor para ser comercializados en los mercados locales, regionales y de exportación. Todas las reformas e inversiones deben ser realizadas durante el proceso de transición que establecen los acuerdos de libre comercio, de lo contrario, la apertura comercial nos encontrará rezagados y carentes de los niveles de inversión necesarios para alcanzar un desarrollo agroindustrial sostenible.



“El mejor premio es el que se gana con esfuerzo” – Cheo.
Cualquiera que sea tu sueño, lo cuidamos más.

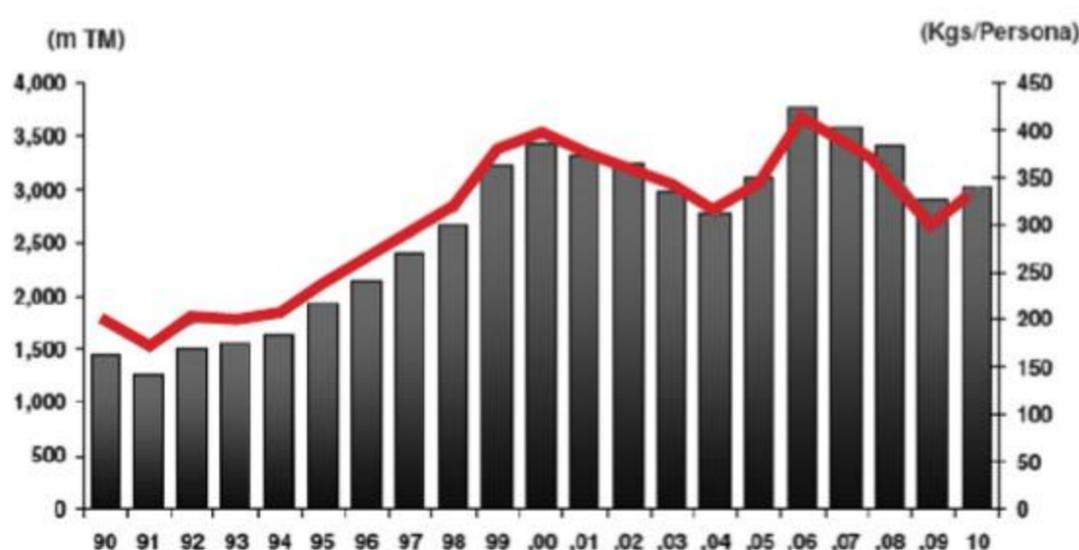


Banco BHD
donde tú cuentas



CEMEX

UNA APUESTA A LA EXPANSIÓN DESDE RD



El consumo per cápita se mantiene por arriba de la media en América Latina.

La demanda de cemento en RD tuvo una evolución favorable en los 90's, pero ha tenido un retroceso en esta década.

El negocio del cemento es competitivo, es desafiante y supone grandes inversiones. CEMEX ha apostado a la expansión y a las exportaciones. Carlos González, su Presidente para República Dominicana explica a Hecho en RD las perspectivas del subsector.

En la década de los 90 se produjo un crecimiento del sector de la construcción. Algunos apostaron a las importaciones de cemento para suplir la demanda. CEMEX estuvo convencida de que el auge no era momentáneo y de que permanecería, por lo que tomó la decisión de invertir y expandirse. Incrementó su capacidad, pero no en línea recta, porque las inversiones en el sector cementero son muy grandes y requieren tiempo de maduración.

La expansión iniciada en el año 2000 sufrió un desaceleración en el periodo 2003-2004; sin embargo, CEMEX ya estaba embarcada en la construcción de una capacidad mucho mayor que la demanda. De acuerdo a González, "pasamos de ser un importador a un productor con exceso de capacidad... con un exceso importante que había que colocar fuera".

Esta necesidad constituyó un punto importante para fomentar las exportaciones. Junto a este hecho, valora la ubicación de República Dominicana en relación al Caribe. "Afortunadamente Dominicana tiene una localización estratégica en el Caribe", refiriéndose a que queda bien ubicada para exportar a las Bermudas, las Bahamas, las islas y Centro América.

CEMEX República Dominicana, con una inversión cercana a los 750 millones de dólares, es la empresa líder en la producción y distribución de cemento, concretos y agregados. Tiene 650 empleados, genera más de 2,000 empleos indirectos y se ha convertido en el principal exportador del Caribe. Sus contribuciones al Estado sobrepasan los RD\$1,000 millones.

Las exportaciones de CEMEX han crecido de año en año. La conquista de nuevos mercados o suplir mercados que eran abastecidos desde otras latitudes, es un quehacer constante para esta empresa.

Una industria que conquista mercados

“Iniciamos nuestro proyecto de exportación en el año 2006 con un volumen inicial combinado de cemento y clínker que alcanzó un poco más de 2% del total producido por la empresa en ese año. Esto dio inicio a una etapa de crecimiento sostenido que para el 2011 proyecta sobrepasar el 35% del cemento total producido”, expresa González.

Este nivel de exportaciones alcanzado representa más de US\$47 millones anuales para el país, lo que contribuye a mejorar la balanza comercial.

“La producción dominicana comenzó a colocarse en esos mercados, que de alguna manera ya CEMEX conocía y operaba desde hace tiempo. Lo exportado va hacia una gran parte de los países de la región, como Haití, Guyana, Islas Turcos y Caicos, Surinam, Antillas Holandesas (Aruba, Bonaire y Curazao); St. Vincent, St. Kitts, Trinidad y Tobago; Jamaica y Bermudas. Al momento, Haití es el destino que mayor volumen de cemento recibe vía terrestre y marítima.

Este dinámico proyecto implica que en el Puerto de San Pedro de Macorís, CEMEX reciba mensualmente de 12 a 18 barcos que son llenados con carga a granel y paletizada. Consciente de que se enfrenta a mercados cada vez más demandantes, la empresa lleva a cabo un ambicioso proyecto de infraestructura de más RD\$63 millones: la reparación de los muelles 1B y 2 del referido Puerto. La obra -en cuya fase de dragado tomarán parte otras empresas del área- se encuentra en su segunda etapa y cuenta con la supervisión de técnicos altamente calificados de la Autoridad Portuaria Dominicana (APORDOM).

Esta visión exportadora, de acuerdo a González, constituye un efecto multiplicador en la economía ya que aumenta la producción nacional y fortalece nuestra cultura exportadora, haciéndola mucho más competitiva.

+info CEMEX

El proyecto de exportación le valió a CEMEX el Premio a la Excelencia Industrial otorgado por la Asociación de Empresas Industriales de Herrera (AEIH) en las categorías “**Premio Nacional a la Calidad de la Gran Industria**”, máximo galardón; así como el “**Premio al Mayor Esfuerzo a la Exportación de la Industria**”, por presentar una actividad creciente y sostenible. Estos premios constituyen el principal reconocimiento local realizado a la gestión de calidad y excelencia de las industrias dominicanas.

CEMENTO:
1 PLANTA DE CEMENTO
LA MÁS GRANDE DEL CARIBE

CONCRETO:
9 PLANTAS DE CONCRETO
4 FIJAS Y 5 MÓVILES

AGREGADOS:
1 MINA DE AGREGADOS

MINA DE YESO:
1 MINA DE YESO



EL CARIBE

ANTE EL RETO DE FACILITAR EL COMERCIO EN LA REGIÓN

Para la región del Caribe, el desarrollo de la facilitación de comercio se ha convertido en un factor crucial debido a que el desmonte de las barreras comerciales ha disminuido las protecciones que los países antes disfrutaban. En ese sentido, el estudio "Análisis de las Políticas de Importación y Exportación de la República Dominicana y la Región del Caribe", elaborado por

Agnes Cishek y Elka Scheker para la AIRD, plantea la necesidad que tiene esta región de instaurar formas de facilitar el comercio a su interior y expone cada uno de los "cuellos de botellas", así como de las potencialidades para responder a este reto. Es una investigación que ningún empresario dominicano que aspire a convertirse en exportador debe dejar de estudiar a fondo.

Los países del Caribe que buscan expandir sus mercados mediante la implementación de acuerdos comerciales firmados durante la última década, han comenzado a visualizar las posibilidades dentro de su propia región. La República Dominicana, Trinidad y Tobago, Jamaica, Barbados, y en un menor grado Antigua y Barbuda, han reconocido que mediante el fortalecimiento

de la integración regional pueden, no sólo incrementar su poder de negociación, sino que también crear oportunidades para el comercio intrarregional; abriendo al mismo tiempo un canal para mayores flujos comerciales y crecimiento económico.

Entre los retos más importantes que enfrenta el Caribe, se encuentra el desarro-

llo de una infraestructura regional y la habilitación de procesos comunes en lo que se refiere a facilitación del comercio. Existe una falta de uniformidad en los respectivos marcos regulatorios que afectan los intereses de los inversionistas para así apoyar la transformación en áreas como TICs, infraestructura de transporte, repercutiendo así negativa-

mente en el crecimiento de la productividad regional.

El propósito de la investigación es de tener un entendimiento de las políticas de importación y exportación y la estructura del sector de logística en la región del Caribe (específicamente en República Dominicana, Trinidad y Tobago, Antigua y Barbuda, Surinam, y Jamaica) y como todo esto repercute en la competitividad en el comercio internacional de los países participantes.

La región del Caribe debe revisar sus políticas y procedimientos, así como revisar su enfoque en lo que respecta las medidas de facilitación de comercio para así no quedarse fuera del mercado global. Esta necesidad es aún más aguda ya que la competencia por los mercados internacionales sigue creciendo entre los países con perfiles productivos similares; añadiendo también las tendencias en el transporte y los costos de logística.

Las áreas donde esfuerzos conjuntos han sido empleados son notables y evidentes entre los miembros de CARICOM, en especial en lo concerniente a la aplicación del Arancel Común Externo (CET) y en la adopción del Acuerdo de Valora-

ción de la OMC para las importaciones provenientes de países con los cuales no se tiene un tratamiento preferencial.

En lo relativo al desarrollo de políticas orientadas a la exportación, es evidente que los países han estado aunando esfuerzos para promover, facilitar y diversificar su inserción en los mercados internacionales. Muchos de estos esfuerzos están ampliamente basados en subsidios y regímenes de zonas francas que otorgan incentivos fiscales. Muchos de estos subsidios son violatorios al Acuerdo de Subvenciones y Medidas Compensatorias (Acuerdo SMC) de la OMC. El Consejo General de la OMC ha prorrogado el desmonte de estos regímenes hasta el 2015; lo que presenta un gran reto, en términos de tiempo, para que estos países busquen formas alternativas de promover sus sectores productivos.

De otro lado, España se ha adaptado bien dentro de los esfuerzos de integración de la Unión Europea. La UE ha armonizado todos los aspectos de su política comercial internacional y ha lanzado una estrategia comprensiva que ha sido redactada e implementada mediante el consenso de los Estados miembro.

En lo relativo a las políticas de importación y exportación, existe un mandato claro y concreto de seguir las reglas trazadas por la UE, y sólo en áreas donde la política integrada no establezca algún tipo de regla, pueden entonces las autoridades nacionales implementar políticas individuales.

Este esfuerzo integrado es lo que el Caribe necesita para ser exitoso dentro del paradigma comercial actual y así aprovechar las preferencias comerciales que ha logrado actualmente. Como bloque deben integrar sus esfuerzos, y lanzar programas de especialización para ofrecer en conjunto una mejor oferta exportable al mundo.

Para atraer inversiones provenientes de la Unión Europea, y a la vez fomentar una relación comercial intrarregional más eficiente, es necesario concentrar esfuerzos en la armonización de procedimientos, aranceles, y marcos regulatorios a nivel de CARIFORO, no sólo dentro de las líneas de acción de CARICOM. La inclusión y estandarización de los procedimientos de importación/exportación es vital para que estos pequeños países sean competitivos en el mundo de hoy, donde el intercambio de bienes y servicios es siempre más expedito.

Por
Milton Tejada

LOS OBJETIVOS DEBEN TENER COMO META LA FORMACIÓN DE UN MERCADO REGIONAL FUNCIONAL A TRAVÉS DE:

Una política comercial regional efectiva y la uniformidad de aranceles y costos de servicios de logística.	Para la región del Caribe, el desarrollo de la facilitación de comercio se ha convertido en un factor crucial debido a que el desmonte de las barreras comerciales ha disminuido las protecciones que los países antes disfrutaban. Los retos que el Caribe debe enfrentar para incrementar su competitividad y posicionamiento como bloque comercial son los siguientes:
La creación de un clima de negocios viable a través de la reducción de barreras legales y administrativas existente en el Caribe, como las regulaciones del mercado laboral y los requerimientos de administración para las empresas.	Incrementar la participación del sector privado en los puertos;
El fortalecimiento de las capacidades para negociaciones comerciales a nivel regional reduciendo así sus respectivas vulnerabilidades y fomentando el enfoque en las ventajas estratégicas de la región.	Reducir restricciones en el transporte marítimo y fomentar la competencia, Establecer puertos ejes regionales competitivos (mediante redes globales, fusiones alianzas y participación del sector privado) como una forma de transbordo. Otros servicios como telemática, facilitación y negociaciones internacionales.

Esta investigación forma parte del Estudio Export and Import Policies, elaborado por las Consultoras Elka Scheker y Agnes Cisek, en el marco del Proyecto Fortalecimiento de la AIRD y sus asociaciones miembros, auspiciado por el Programa Proinvest de la Unión Europea. Podrá encontrarlo completo en: www.portakdc.org.

Responsabilidad

*es lo que nos impulsa día a día a trabajar
por un mejor futuro para todos*

Santiago (809) 247 3434
Santo Domingo (809) 541-8000
comunicaciones@aceroestrella.com
www.estrella.com.do

ESTRELLA 

Exprésate

Hay muchas maneras
de decir lo que sientes.



La Red
donde todo es posible

809 220 1111

www.claro.com.do

CALIDAD Y FACILITACION COMERCIAL PARA LA COMPETITIVIDAD DE LAS EXPORTACIONES



Por
Andrés van der Horst
Secretario de Estado y Director Ejecutivo del Consejo Nacional de Competitividad.

La actividad exportadora juega, sin lugar a dudas, un rol clave en el logro de la competitividad sistémica de la República Dominicana. Un aumento constante del volumen de las exportaciones y del valor agregado de las mismas incide directamente en el desarrollo sostenible del país, al constituir una importante fuente de generación de riquezas y de empleos.

Para lograr el aumento de las exportaciones dominicanas se hace necesario fortalecer las capacidades del sector productivo dominicano, esta importante tarea requiere del esfuerzo común del sector público y privado, trabajando todos de la mano en el logro de dos puntos esenciales: “la calidad y la facilitación comercial”. La primera, para que nuestros productos cumplan con los estándares de calidad y requerimientos técnicos exigidos por los mercados internacionales, y la segunda, para que nuestras empresas dispongan de la debida infraestructura y un marco operativo y legal que les per-

mita acceder a tales mercados de manera rápida y segura.

Como muy bien lo establecen el Plan Nacional de Competitividad Sistémica y el proyecto de Estrategia Nacional de Desarrollo, para la República Dominicana es fundamental que los productos nacionales se inserten en el mercado mundial demostrando que cumplen con los más altos estándares de calidad. En los tiempos actuales la calidad es un elemento esencial, determinante y estrechamente relacionado a las exportaciones competitivas. Hoy en día, sólo aquellos productos capaces de cumplir con los estándares y requerimientos de calidad pueden llegar a mercados extranjeros, atraer el gusto de los consumidores y permanecer en la hiper-competencia global.

Por estas razones, para el Consejo Nacional de Competitividad es urgente que se apruebe cuanto antes el marco legal e institucional de lo que sería el “Sistema Do-

minicano para la Calidad (SIDOCAL)” lo que, sin dudas, permitiría el desarrollo de las exportaciones tradicionales y la diversificación de la oferta exportable, al disponer a favor de los exportadores dominicanos la confirmación del ajuste de sus productos a los estándares internacionales y al garantizar el acceso de los productos criollos a los mercados internacionales, sobretodo a aquellos mercados con los que tenemos acuerdos de libre comercio que hasta la fecha no han podido ser plenamente aprovechados por no cumplir nuestros productos con requerimientos técnicos y normas de calidad. Definitivamente la aprobación de este proyecto de Ley es determinante para la competitividad de la República Dominicana y para el fortalecimiento y desarrollo de la actividad exportadora.

Otra asignatura pendiente es superar los problemas y obstáculos que el país presenta en materia de logística para las exportaciones. En la actualidad confrontamos varias dificultades en temas de: regulación, coordinación, calidad de infraestructura y de empaques, rompimiento de la cadena de frío de los productos perecederos y costos extras en trámites

aduaneros. Por todas estas razones es que el Consejo Nacional de Competitividad, de la mano de representantes del sector público y privado y desde hace ya varios años, viene trabajando por la mejoría de los tramites de comercio exterior logrando incluso el reconocimiento del país como el de más avances entre las naciones del Caribe, de acuerdo con el Reporte de Facilitación Comercial del Foro Económico Mundial 2010.

Desde el Consejo Nacional de Competitividad seguiremos trabajando en procura de mejorar la competitividad de República Dominicana, aumentar la calidad de los productos y de las infraestructuras, con el fin de colocar más productos criollos en los mercados internacionales y celebrar con ello, que lo hecho en República Dominicana, es hecho con calidad.



ADOEXPO

EN DEFENSA A LAS EXPORTACIONES

Las preocupaciones del sector exportador son muchas. Kai Schoenhals, presidente de la Asociación Dominicana de Exportadores (ADOEXPO), comparte con "Hecho en RD" algunos planteamientos que constituyen inquietudes, realidades y propuestas.

Kai Schoenhals explicó que la Estrategia Nacional de Desarrollo –que todavía el Congreso no ha aprobado- declara las exportaciones como una prioridad nacional. “A eso hay que ponerle una estructura. Los números a los que se aspiran es a exportar de 50 a 60 mil millones de dólares, incluyendo agropecuaria, turismo, zonas francas, industria local...”, indica.

La meta de exportaciones per cápita a alcanzar es de US\$6,700 dólares. Hoy rondamos 1,070 dólares.

HRD: Rafael Camilo, Director de Aduanas, propuso recientemente el establecimiento de un solo régimen industrial, eliminando la dualidad que existe entre industria local y zonas francas, eligiendo sectores estratégicos a los que se dirigirían las políticas de apoyo a las exportaciones, cuál es su parecer?

KS: De modo simple, no puede haber una empresa fabricando un bien en un régimen y otra empresa fabricando el mismo bien en otro régimen. Es una inequidad. No puede haber competencia desleal, debe todo el mundo tener las mismas reglas de juego. Todo el mundo tiene que tener reglas parecidas, equidad interna, que haya convergencia.

HRD: ¿Cuáles son las dificultades del sector exportador

En realidad, hablamos de dos grupos de empresas. No son los mismos problemas. Para las grandes empresas las principales barreras son las de competitividad como país: transporte, transporte marítimo, contaminación de cargas, polizones, etc., pero no tanto en la producción, claro, asumiendo que la Ley de PROINDUSTRIA esté en funcionamiento... porque si tienes que pagar ITBIS cuando compra materia prima tú empieza pagando impuestos al inicio de la cadena de producción, eso nos afecta a todos. Si la Ley de ProIndustria funciona tú no pagas el ITBIS en Aduanas sino que lo pagas al final...

HRD: El Director de Aduanas señaló que, en lo que a él respecta, el pacto se cumpliría...

Esperemos que sí, pero nos preocupa que el Ministerio de Hacienda haya planteado lo contrario.

HRD: ¿Qué otros problemas confronta el sector?

El tema eléctrico sigue siendo un gran problema en República Dominicana. El

DE CARA AL FUTURO,

APOYAMOS CON LA MÁS AVANZADA TECNOLOGÍA

EL ESFUERZO DE NUESTROS AGRICULTORES Y GANADEROS PARA PRODUCIR LO NUESTRO.

¡ PORQUE LO NUESTRO ES MEJOR !



Fersan
los primeros en la tierra



Edificio FERSAN, Ave. John F. Kennedy #60, Ens. Serralles, Santo Domingo, República Dominicana, 10125.
Apartado Postal 1405 / Ventas: 809-227-1818 | Fax de ventas: 809-562-6643 / Tienda FERSANITO: 809-227-1211
Servicio al cliente: 809-227-1015 / División de Agropásticos: 829-383-4973
Llamadas desde el interior SIN CARGOS: 1-809-200-3495

WWW.FERSAN.COM.DO

costo de producción se dispara demasiado. Hay empresas que no son viables en República Dominicana por el costo eléctrico. Hay ciertas soluciones planteadas como diversificación de la matriz de generación con eólica, con biomasa...

El otro problema fundamental es el acceso a financiamiento. Lo repetimos nosotros, la AIRD, el CONEP... señalamos que en RD es más fácil conseguir un préstamo para un carro nuevo o para un apartamento que para ampliar una línea de producción.

Hay que, como Brasil, crear un banco para los productores. Hay un ejercicio con el Banco Nacional de la Vivienda de convertirlo en un Eximbank, esperemos que esto siga progresando, tenemos el apoyo de Corea para esto. Una mediana y pequeña empresa no puede ampliarse, no puede comprar una maquinaria para empaquetar, ni puede comprar una maquinaria para mecanizar su proceso sin financiamiento. Lamentablemente para el dueño de la empresa es más fácil conseguir un préstamo para una jeepeta que para ampliar su línea de producción.

HRD: En entrevista anteriores decía que no se puede hablar de cultura exportadora mientras sean cinco, seis, diez grandes empresas las que exporten el grueso... mientras no se integren las PYMES no se puede hablar de cultura exportadora. ¿Esto está cambiando o sigue igual?

KS: Felizmente esto está cambiando. Revisé la data del año 2010 completa y muchas empresas que antes no exportaban o exportaban un millón, las vi con 20, las vi con 30... sobre todo las bananeras.

Nos llena de satisfacción que el sector ron está exportando muchísimo.... Bru-

gal tiene mucho dinamismo. Industrias Nacionales y Metaldom deben estar sobre los 100 millones de dólares, lo cual es una gran cosa porque, como decía el director de Aduanas, antes todo era cacao, azúcar y café...

Minería será el líder, pero tendrá también el azúcar, el Central Romano, CAEI, Barahona, Colón exportaron una gran cantidad...

HRD: Sí, pero esas son las grandes...

KS: El otro dato es que más de 400 empresas exportaron más de 400 mil dólares, esto antes no se daba, pero necesitamos más crecimiento y ese crecimiento está en las pequeñas y medianas empresas.

HRD: Los desafíos del sector...

KS: Creo que está cambiando, pero todavía tenemos que trabajar en la mentalidad exportadora. Creamos la industria local bajo una ley de sustitución de exportaciones y todavía persiste, aunque menos, esa mentalidad de protección del mercado local y no salir al exterior. Mucha gente piensa que exportar es tú vender en el mercado local y exportar lo que te sobra, y no necesariamente es así, no piensan en la economía de escala que se hace cuando tu exportas, no piensan en los nuevos mercados, etc.

HRD: Vimos que en Puerto Rico se anunció esta semana la devolución del 20% de los gastos laborales a las pequeñas empresas.

KS: Eso lo venimos planteando desde que la AIRD lidero el proceso de la ley de pro industria, lo que se llamo un drawback. Lamentablemente creo que la economía dominicana ha llegado a un punto donde no se considera como una

de esas micro-economías en desarrollo, y las regulaciones y normas vienen anotadas de manera regional, y ahí si vamos a tener que ver más lo que está pasando en Centroamerica, porque nuestras autoridades financieras y los creadores de políticas, se están fijando mucho en que están haciendo los centroamericanos dentro del contexto del sistema de integración.

HRD: Cuáles serían los 3 retos del sector?

KS: Son los mismos de siempre, el tema eléctrico lamentablemente, el tema de financiamiento y lo que habíamos hoy, de que los actores del sistema tomen conciencia de que las exportaciones son unos de los pilares de la economía, y ahí si tenemos que ver porqué el sector turismo ha sido tan exitoso. El sector turismo tiene presupuestos por ejemplo, para las ferias internacionales, entonces, si el modelo de RD para el sector turismo ha sido tan exitoso,



porque no copiamos algo similar para el sector industrial, el sector industrial debería estar participando en las ferias internacionales. Hay que llevar productos, y eso es un esfuerzo que hay que hacerlo de la mano con las embajadas dominicanas en los diferentes países. Convertirlas en verdaderas aliadas del sector exportador, como se hace en otros países.

HRD: Después de la guerra fría ese es el mandato.

KS: Exactamente, yo he tenido la gran experiencia de compartir con embajadores que son verdaderos promotores dominicanos como Hans Danember en la India. En nuestro país lamentablemente no hay una política comercial, que fue lo que hizo la diferencia en Chile, a través de Pro-Chile ellos dividieron el mundo en cuadrantes para dirigir sus exportaciones. Yo creo que RD debería fijarse como meta 25% Norteamérica, 25% Haití y el Caricom, 25% Europa, y 25% Asia.

HRD: Y Centroamérica queda fuera?

KS: Bueno, Latinoamérica dentro del contexto no es un mercado natural para nosotros, debido a que produce los mismos bienes que nosotros producimos en contextos similares, salvo los países del sur que por el tema del clima los bienes son un poco complementarios, me explico, en Chile producen frutas templadas, como uva, manzana, pera, que nosotros utilizamos para la fabricación de jugos y nosotros producimos frutas que ellos no producen como mango, piña, ahí pudiera haber complementariedad. Ellos producen vino industrial, y nosotros ron, y resulta que ellos compran mucho ron dominicano, se compra más ron en Chile que vino en República Dominicana, lo cual a mí me parece una cifra

extraordinaria, ahí hay complementariedad, Chile pudiera ser un ejemplo interesante a un acuerdo de alcance parcial, pero mientras sigamos produciendo bienes de bajo valor agregado, no vamos a poder competir contra Latinoamérica.

HRD: Qué opinas de las políticas de defensa comercial en el país?

KS: La política de comercio exterior tiene dos partes, una parte ofensiva, y una parte defensiva donde digo "Mis productos estratégicos de producción son tales, y si tengo una invasión de un país tercero en mi mercado, que pudiera poner en peligro uno de mis sectores fundamentales, yo tengo una ley que me permite por un lado una medida de salvaguarda, que no contempla ninguna ilegalidad."

Yo creo que la ley dominicana es muy buena, inclusive en algunos aspectos es mucho más estricta que el acuerdo de salvaguardas, es muy específica. El reglamento de la ley también es muy bueno, yo lo que creo es que desde el punto de vista del gobierno y dentro de este marco de una política de exterior, hay que darle más apoyo presupuestario a la comisión de defensa comercial, ellos tienen un contacto directo con el centro de asesoría de la OMC, para todos sus casos, y tienen que estar dentro de ese marco de asesoría de la OMC, pero le hacen falta los recursos para tener personas capacitadas, abogados especialistas.

HRD: Cuales son las acciones de ADOEXPO en este momento?

KS: Yo creo que el sector empresarial es muy complejo, y la visión que tiene la actual directiva de ADOEXPO es que a lo largo tiene que convertirse en una institución técnica, mi misión particular es que cuando llegue una persona con una

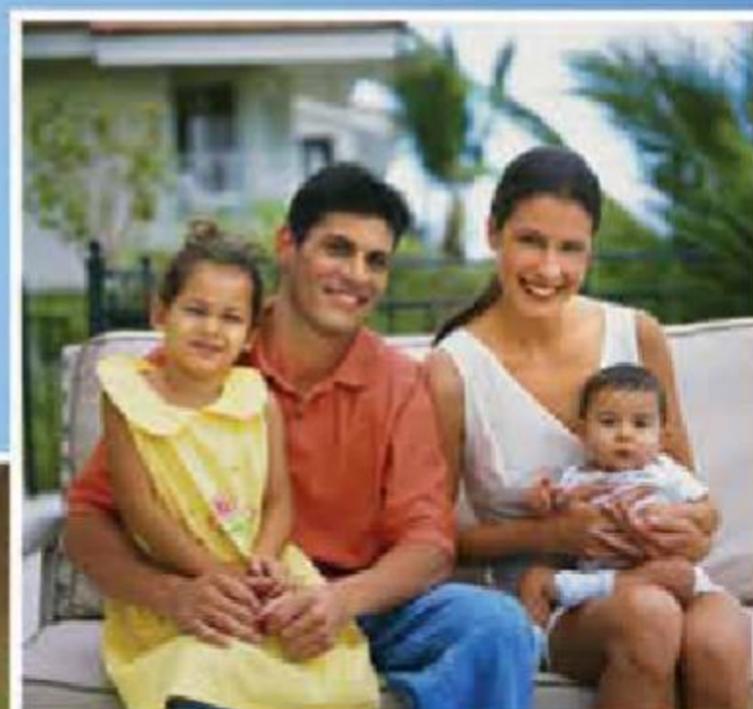
idea de exportar a la asociación, tiene que salir con un producto o con una empresa exportadora, para eso tenemos con acuerdo con UNAPEC, que es la única universidad del país que da licenciatura en comercio exterior. Por otro lado, tenemos que ayudar a fortalecer los clusters, el Consejo Nacional de Competitividad, la AIRD ha trabajado con eso, porque cuando se juntan muchas empresas pueden hacer economías de escala y lograr mayor exportación. En otro orden hemos estado trabajando con el CEI-RD y con el Banco Nacional de la Vivienda para convertirlo en un banco de exportación e importación: Otra iniciativa que tenemos con el Banco Popular Dominicano, y que pensamos integrar a otros bancos nacionales, es el tema del "factoring", p Nuestras acciones a largo plazo tienen que ver con formación, nosotros ahora mismo tenemos diplomados, pero la visión es de tener recursos humanos en las empresas con conocimientos técnicos de exportación, de fletes, seguridad logística,

HRD: Pues muchísimas gracias joven.



SISALRIL
**Superintendencia de Salud
y Riesgos Laborales**

"Tu protección es nuestra Misión"



**Somos la institución del
Sistema Dominicano de Seguridad Social que en representación
del Estado Dominicano, ejerce las funciones de
supervisión y control de las Administradoras de Riegos de Salud
y la Administradora de Riesgos Laborales
para proteger los intereses de los afiliados.**

PARA CONTACTARNOS

Oficina de Atención al Usuario

Tel: 809-227-4050

Dirección: UNICENTRO Plaza 2da. Planta

Av. 27 de Febrero, esq. Abraham Lincoln, Santo Domingo, Distrito Nacional

WEB: www.sisalril.gov.do



Nuestro Sistema de Gestión de Calidad está certificado bajo las Normas ISO 9001:2008 por las prestigiosas firmas internacionales Lloyd's Register Quality Assurance y United Kingdom Accreditation Service.



MIC
MINISTERIO DE
INDUSTRIA Y COMERCIO
REPÚBLICA DOMINICANA

“Hecho en R.D.”

El nacimiento de un nuevo medio informativo es un acontecimiento de gran significación para la vida de una institución y para la sociedad en sentido general.

Por eso el Ministerio de Industria y Comercio celebra la iniciativa de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD), de poner en circulación su revista “Hecho en R.D.”, que de seguro se constituirá en un vehículo informativo al servicio de las mejores causas del sector productivo nacional.

“Hecho en R.D.” es un esfuerzo noble llamado a promover las iniciativas empresariales e industriales al más amplio nivel, para debatir y compartir mensajes puntuales y de interés para toda la colectividad.

Auguramos éxitos a este nuevo medio de comunicación institucional, al tiempo de expresar nuestras expectativas de que sus páginas se constituirán en una consulta obligatoria al momento de informarse sobre el acontecer de los mercados y las fuerzas productivas de la nación.

Enhorabuena!

Lic. Manuel García Arévalo
Ministro de Industria y Comercio



MIC
MINISTERIO DE
INDUSTRIA Y COMERCIO
REPÚBLICA DOMINICANA

OPINAN LOS INDUSTRIALES

JOSÉ MIGUEL BONETTI

Almuerzo Anual Aniversario AIRD, 29 de mayo 2009

“Debemos trabajar sin descansar por la incorporación de la economía informal a la economía formal, hasta alcanzar una sola economía en donde todos cumplamos nuestras obligaciones laborales y fiscales, y donde todos estemos sometidos a las mismas reglas de juego, tanto a nivel nacional como internacional”.

MANUEL ESTRELLA

Almuerzo 25 aniversario AIREN, 23 de noviembre 2010

“Tenemos que hacer que la competitividad y la promoción de las exportaciones superen el ámbito del discurso y se conviertan en un efectivo apoyo al desarrollo industrial. Trabajemos desde el sector privado, hacia una mayor mentalidad exportadora y desde el gobierno hacia una mayor aptitud para la acción.”

JOSÉ LEÓN ASENSIO

Almuerzo Anual Aniversario AIRD, 20 de julio 2010.

La resultante inhabilidad del modelo actual de hacer un aporte significativo al proyecto de creación de puestos de trabajo tiene una explicación estructural: los sectores que más empleos creaban—la agropecuaria y la manufactura—ya no tienen el dinamismo para hacerlo; los que sí están creciendo—primordialmente los servicios—no crean los puestos suficientes; y aquéllos que tienen la mayor capacidad para poder reducir significativamente la brecha—la pequeña y mediana empresa—no tienen acceso a los recursos que requieren para hacerlo.

FRANKLIN LEÓN

Almuerzo Mensual AMCHAMDR, 30 de marzo 2011

“Uno de los grandes pilares de la competitividad es la equidad en el sistema regulatorio de un país. Se ha demostrado que a mayores niveles de impunidad y de iniquidad, menor es el grado de competitividad de una nación tanto interna como externamente. Un indicador fundamental de los niveles de equidad es la distribución de la carga tributaria.”

MANUEL DIEZ CABRAL

Almuerzo Mensual AMCHAMDR, 30 de junio 2010

Señoras y señores, ¿Podríamos hacer un esfuerzo por complementar la oferta de nuestros bellos paisajes y valiosos recursos naturales con una industrialización fuerte que nos permita no sólo suplir con calidad y suficiencia nuestro mercado interno y el de los millones de turistas que recibimos, sino además colocar nuestros productos en otros mercados? Estoy convencido de que sí podemos.

**Las prioridades
en tu vida,
las pones tú.**



simplifica tu vida.



RD: EJE ENTRE ESPAÑA Y EL CARIBE

El Ministro de Industria y Comercio, Manuel García Arévalo, expresó que la coyuntura actual propicia la integración económica y regional, teniendo como punto de partida la entrada en vigencia en enero del 2009 del Acuerdo de Asociación Económica, conocido como EPA.

Señaló que la presencia no sólo de España, sino también de Europa en América, se inició precisamente en estas soleadas islas del Caribe.

Calificó la sociedad criolla caribeña como un "crisol étnico que ha venido enriqueciéndose desde entonces por la paulatina integración de los contingentes migratorios procedentes no sólo de Europa y África, sino también de Asia y Medio Oriente".

Después de hacer algunas referencias al devenir histórico de la región, expresó que la unidad dentro de la diversidad "se manifiesta en toda su intensidad con la interacción económica integradora existente entre los países del Cariforo, conformado por los Estados miembros del CARICOM y la República Dominicana, que nos permite enfrentar como bloque los desafíos que tiene la región y aprovechar de manera conjunta las oportunidades de comercio y producción".

He aquí algunas de sus palabras en el Primer Foro Empresarial CARICOM-República Dominicana-España.

CARICOM: socio comercial

Si bien en los últimos cinco años, el país ha registrado un déficit comercial con CARICOM de US\$ 1,200 millones, no es menos cierto que el 83% de todo lo que importamos correspondió a hidrocarburos. Estos productos derivados del petróleo, de todos modos hubieran tenido que ser importados, mejor aún si lo hacemos con socios con los cuales mantenemos una estrecha relación comercial. Ahora bien, si excluimos el segmento de los hidrocarburos, en ese período nuestro país alcanzó un superávit comercial de US\$ 38 millones.

Dentro de este intercambio comercial, los dos países del CARICOM que más se destacan son Jamaica y Trinidad y Tobago, este último gracias a sus exportaciones de derivados del petróleo y gas natural (GN). A fin de abaratar la energía y reducir nuestra dependencia del crudo y otros productos derivados, nuestro país ha visto el uso del Gas Natural como una alternativa más eficiente y menos lesiva al medio ambiente. Del 2005 al 2008 estos dos países concentraron el 58% de las exportaciones de República Dominicana al CARICOM, mientras que desde esos mercados provino el 97% de lo que compramos a la región.

Otro elemento importante en el flujo comercial entre CARICOM y la República Dominicana es su comple-

mentariedad. Por ejemplo, desde Trinidad importamos alambres gruesos, los cuales se trefilan en el país, sirviendo de base para formar resortes, un insumo básico para la confección de colchones, que a su vez, son exportados a los proyectos turísticos de las pequeñas islas del Caribe oriental. También, en los insumos para la construcción somos importantes exportadores al CARICOM, desde cemento a piedras calizas, desde varillas a ventanas, pasando por lavamanos y tuberías de PVC. Estos productos de factura nacional abaratan las construcciones en diversos países de la región, convirtiéndose en un atractivo adicional para las inversiones inmobiliarias y el desarrollo turístico.

Otra área del comercio bilateral que ofrece complementariedad es la de los fertilizantes, donde importamos una serie de productos primarios desde el CARICOM y exportamos otros. También destinamos a dicho mercado productos que sirven de insumos para la producción interna en los países del CARICOM, tales como cajas corrugadas de cartón. En adición se comercializan una diversidad de bienes, tanto alimenticios como industriales. En definitiva, somos socios comerciales naturales, tal y como lo han venido siendo a lo largo de cinco siglos los países de la región del Caribe.

A fin de abaratar la energía y reducir nuestra dependencia del crudo y otros productos derivados, nuestro país ha visto el uso del Gas Natural como una alternativa más eficiente y menos lesiva al medio ambiente.

República Dominicana: puerta de España en el Caribe

República Dominicana, a pesar de las vicisitudes históricas padecidas durante la colonia, muchas veces por decisiones emanadas desde la propia metrópoli, ha mantenido a costa de esfuerzo, sacrificio y perseverancia, su perfil de pueblo hispano-caribeño, que se enorgullece de hablar la lengua de Cervantes.

Aspira a convertirse en una puerta de entrada para las inversiones y el flujo comercial y turístico de España con los trece países asociados del CARICOM. De igual forma, que España ha facilitado el acceso de los países hispanoamericanos al mercado europeo.

En la actualidad, República Dominicana se ha convertido en una importante plaza receptora para los productos

de origen español y la inversión española en el sector turístico y de bienes raíces, que en estas áreas sobrepasan los 4 mil millones de dólares. Mientras, varias corporaciones españolas están considerando la realización de proyectos tecnológicos, aprovechando los incentivos fiscales que se ofrecen para la generación de energías renovables en el marco de la Ley No. 57-07 Sobre el Incentivo al Uso de Fuentes Renovables de Energía. A la vez de resaltar que nuestro país se ha convertido en el destino favorito de un importante flujo turístico con más de 275,000 viajeros españoles que anualmente nos visitan. De ahí, que nuestro país se proponga para servir como puente de unión favoreciendo el incremento del comercio, las inversiones y el turismo entre España y el CARICOM.



El EPA: Una vía que favorece el intercambio con Europa

A partir del año 2009 entró en vigencia el EPA, como un acuerdo multilateral de comercio y desarrollo integral, junto con la continuidad de la cooperación para el apoyo tecnológico y financiero de Europa hacia el Caribe, garantizando el acceso preferencial y ampliando las ventajas arancelarias para muchas de nuestras exportaciones regionales.

En el caso de República Dominicana, los países europeos, entre ellos España con un significativo porcentaje, son receptores de nuestras exportaciones tradicionales de ron, cigarrillos, cacao, café y banano orgánico, entre otros rubros manufacturados o agropecuarios que, por su calidad y aceptación, se han constituido en un representativo componente de nuestra marca país en el mercado europeo.

Se podría decir que hemos logrado que el consumidor europeo endulce su paladar con el azúcar caribeño, encuentre su fuente de energía en el vigoroso cacao dominicano o se tonifique con el

negro néctar de nuestro café, combata su ayuno matutino con nuestras frutas orgánicas lideradas por el banano de Manzanillo o acompañe sus noches de fiesta con el tradicional y preferido ron dominicano acompañado de un aromático puro de tabaco nacional.

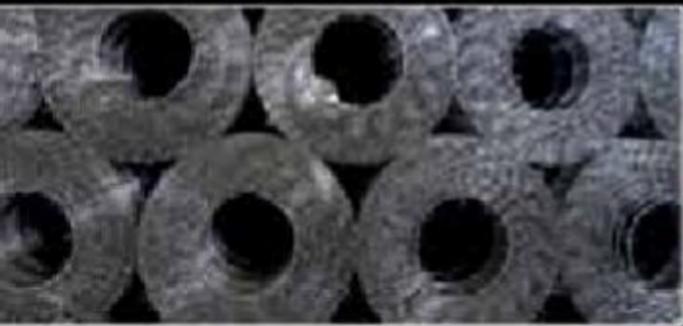
De igual manera, no podemos olvidar nuestra relación migratoria con España donde residen más de 125,000 dominicanos que contribuyen con sus remesas familiares a la estabilidad de nuestra balanza de pago, representando además un poderoso atractivo para la exportación de los productos étnicos hacia el mercado español.

Qué duda cabe que a través del EPA y los beneficios de la preferencia regional consagrada en el mismo, se incrementará de forma significativa el flujo comercial entre el CARICOM, España y República Dominicana, desarrollándose nuevos nichos de especialización que permitan ampliar el potencial exportador de nuestros sectores productivos, favoreciendo la formación de clusters para integrar cadenas de productores en rubros de alto valor agregado.

La República Dominicana como eje entre España y el Caribe.

Bajo tales condiciones, los empresarios y el gobierno dominicano aspiramos a convertir a nuestro país en un estratégico centro de acopio e intercambio para la redistribución de productos y servicios entre Europa y Estados Unidos con los países del Caribe y Centroamérica. Para ello contamos con adecuadas infraestructuras aeroportuarias y portuarias, para el manejo de la carga tanto aérea como marítima, como son los puertos de Punta Caucedo y Haina, que pueden servir de hub o plataforma para una logística exportadora que encauce los productos españoles y europeos en general hacia las demás islas del Caribe o Centroamérica, o bien pudiera ser a la inversa si los productos de la región tienen a Europa como destino.

De modo que, al desear una feliz y provechosa estadía a los distinguidos empresarios, banqueros y analistas de mercado que han venido desde el exterior a participar en este Foro Empresarial CARICOM-República Dominicana-España, en mi condición de Ministro de Industria y Comercio, les exhorto que al momento de explorar y tomar sus decisiones ponderen las ventajas geográficas y competitivas que ofrece nuestro país, junto a las islas del Caribe que integran el Cariforo, para que puedan aprovechar todas las opciones de negocios y oportunidades de inversión en una región atractiva y segura, de probada hospitalidad, cordialidad y belleza tropical.



METALDOM

Símbolo de Calidad



Clúster:

NUEVA Y MEJOR FORMA
DE COMPETIR

Las empresas se encuentran, ante la creciente globalización de los mercados, en una situación cada vez más compleja debido a un cúmulo de factores que se potencian entre sí.

Por
**Carlos
Rodríguez Álvarez**



Exportar hoy día, en países como el nuestro, es inevitable para crecer o incluso sobrevivir. Por ello, y con el fin de defenderse mejor en un mercado globalizado y enfrentar la competencia derivada de las aperturas económicas, las empresas han comenzado a poner en práctica nuevas formas de asociación y colaboración, entre las que adquiere un papel cada vez más relevante la formación de clústeres como una de las más viables en un momento de volatilidad económica como el que vivimos.

Después de un pronóstico positivo del crecimiento mundial por el Fondo Monetario Internacional a comienzos de año, han venido apareciendo señales de incertidumbre sobre las perspectivas de un resurgimiento económico futuro. Así, vimos como las cifras de crecimiento para muchas economías tuvieron que ajustarse a la baja y las disputas políticas en los Estados Unidos y Europa socavaron la confianza en la capacidad de los gobiernos de adoptar las medidas necesarias para restaurar el crecimiento. Pero además, nos enfrentamos a una inflación dada por los altos y continuos incrementos en los costos de los productos básicos o commodities.

La República Dominicana desde finales de la década de los noventa ha comenzado un proceso de apertura de mercado y ha firmado varios acuerdos comerciales, entre los que se encuentran el de CARICOM en 1998, el DR-CAFTA en 2004 con Centroamérica y Estados Unidos, y Acuerdo de Asociación Económica (EPA) con la Unión Europea, en 2008. Sin embargo, la apertura económica y la firma de tales acuerdos no han generado el esperado mayor dinamismo en el crecimiento de las exportaciones ni tampoco ha provocado un mayor crecimiento económico general. Las empresas necesitan entonces desarrollar capa-

cidades para poder enfrentar estos retos y oportunidades que presenta la apertura de mercados.

Tradicionalmente, los mercados se han contemplado como entornos en los que, para que alguien gane, otro tiene que perder. Pero esta manera de ver las cosas está cambiando drásticamente. La teoría de la "coopetencia" señala que cuando las empresas trabajan juntas, crean un mercado más grande y de mayor valor que el que podrían crear si lo hacen por separado. La interconexión vertical y horizontal de las empresas localizadas en un clúster fomenta el desarrollo de los flujos de conocimiento y de capital humano y permite que éstas se concentren esencialmente en sus capacidades, lo cual se traduce en evidentes mejoras de los procesos y las capacidades de organización. Pero sobre todo, las industrias que integran un clúster cooperan y compiten al mismo tiempo. Identifican oportunidades comunes, no simplemente problemas comunes.

El clúster, como nueva forma de colaboración y asociatividad constituye una excelente estrategia para seguir creciendo y compitiendo tanto nacional como internacionalmente. Además, es un mecanismo efectivo para articular relaciones y acciones entre gobiernos, empresarios, instituciones académicas y organizaciones ciudadanas.

Muchos clústeres exitosos han logrado el establecimiento de ventajas competitivas y la creación de riquezas para su región cuando se compara con compañías que no están en un clúster. Esto ha llevado a muchas regiones y hacedores de políticas públicas a considerar el fomento y desarrollo de clústeres como los cimientos del crecimiento regional de su economía. Un excelente caso es el País Vasco en España, donde parte esencial

del crecimiento sostenido y el desarrollo que exhibe se debe a la estrategia de clústeres promovida por el empresariado con el estímulo de las autoridades. Esta política le permitió al País Vasco, pasar en 6 años del octavo puesto al tercero en PIB per cápita en comparación con los 27 países de Europa (119.6 en el 2000 frente a 136.2 en 2006).

Está claro el enorme potencial que tienen los clústeres para apoyar a emprendedores y pequeñas y medianas empresas (PyME), que a su vez atraerán inversión extranjera y prosperidad. Esta modalidad empresarial proporciona a las PyME y a las grandes una serie de ventajas que se derivan de la puesta en marcha de una estrategia conjunta. Entre las más importantes podemos citar:

Enfrentar crisis económicas.

Una de las ventajas que brinda pertenecer a un clúster es que permite a las empresas que participan en él enfrentar o sortear las crisis económicas más eficientemente. Esta ventaja la refleja la Asociación Clúster de Aeronáutica y Espacio del País Vasco (HEGAN), que a pesar de las crisis española y aeronáutica, sus ventas se han mantenido estables, inclusive con un incremento de un 7.5% en el 2010, y además, el número de empleados ha seguido subiendo (8.6% en 2010).

Facilitar la internacionalización.

Uno de los principales objetivos de los clústeres es facilitar a las empresas la internacionalización, el acceso a nuevos mercados, las exportaciones y la comercialización en general. Las empresas que forman parte de la Asociación de Industrias de las Tecnologías Electrónicas y de la información del País Vasco, el clúster de las TIC en el País Vasco, han incrementado su internacionalización

Definiciones

Los clústeres son grupos de organizaciones que trabajan en un sector económico definido y en un entorno geográficamente limitado, lo que permite la generación de sinergias operativas que constituyen fuentes de ventajas competitivas.

Los clústeres son grupos de empresas relacionadas en un marco geográfico común y que operan en un entorno caracterizado por un alto grado de especialización, intensa competencia y una masa crítica de empleados con alto nivel de formación (World Economic Forum).

en un 352% en 13 años, pasando de 188 millones de euros en 1997 a 850 millones de euros en 2010. Pero además, esta internacionalización ha permitido que las PyME se afiancen y estén mejor posicionadas en el mercado.

Trabajo en equipo.

Permite que varias empresas se unan para desarrollar proyectos específicos como prototipos y productos innovadores entre ellas. Es el caso del proyecto Hiriko en el cual un consorcio de empresas vascas se han unido para el desarrollo del prototipo inicial y su industrialización mediante un innovador modelo de producción y distribución de un vehículo eléctrico para todo el mundo. Las empresas participan como co-fabricantes no como proveedores, siendo cada una propietaria de un módulo del vehículo. Esta asociación de empresas junto con Denokinn y el MIT harán posible este sueño, que comenzó en el 2009, en el 2013.

Otras ventajas que podemos mencionar son:

- Acuerdos de cooperación para explotar economías de escala
- Flexibilidad y reacción más rápida ante situaciones adversas
- Minimización de costos
- Mejoras en la calidad del entorno
- Diseño de planes de formación específicos a todos los niveles
- Potenciación de redes de innovación que proporcionan una mayor ventaja competitiva
- Aprovechamiento máximo de las capacidades tecnológicas y de innovación presentes en el sistema

Hoy en día, en nuestro país, contamos con más de 30 clústeres registrados que van desde el turismo, agronegocios hasta industriales. En la Asociación de Industrias de la República Dominicana

(AIRD) somos conscientes del valor que representan los clústeres para la industria nacional y sobre todo para el crecimiento del país y el de sus ciudadanos y ciudadanas. Desde hace 5 años venimos trabajando en la conformación y desarrollo de tres clústeres industriales con gran potencial exportador. El primero, de Cacao y Derivados, el segundo, de Productos de Belleza, y el tercero, de Plásticos. Cada uno tiene su plan estratégico a 5 años y las empresas han visto los beneficios que les han brindado, como es el caso de ahorros de más de un 15% en la compra conjunta de materias primas. Además, se han creado consorcios de exportación entre varias empresas y muchas de las que están en los tres clústeres se encuentran inmersas en programas de capacitación y asistencia técnica para el desarrollo de planes de exportación, mejora de procesos, calidad, industrialización entre otras. En el caso del clúster de Cacao, por ejemplo, se trabaja muy de cerca con los productores como entes esenciales para el crecimiento del sector y protectores del medioambiente dominicano.

En estos momentos, en la AIRD, nos encontramos en un proceso de ampliación y conformación de nuevos clústeres, en el cual estamos identificando los sectores con mayor potencial para implementar una estrategia de rapidez y flexibilidad.

Los clústeres se seguirán desarrollando y brindarán grandes oportunidades a las empresas que lo conforman y para tener un mayor éxito es fundamental la integración de todos los entes que forman parte de la cadena de valor, pero sobre todo, se necesita el apoyo y el desarrollo de políticas públicas que los fortalezcan y catapulten.

Línea Saludable de



www.ricacomunidad.com



NOTICIAS DE LA INDUSTRIA



Lanzamiento Asociación Dominicana de la Industria de Plástico – ADIPLAST

El pasado 20 de julio, fue presentada al país la Asociación Dominicana de la Industria de Plástico (ADIPLAST), entidad que aglutina a las empresas fabricantes de empaques flexibles y rígidos de plástico, de utensilios plásticos del hogar y de materiales plásticos de construcción y cuyo objetivo principal es hacer más competitivo al sector a través de la mejora de la productividad de las empresas, la capacitación de sus recursos humanos, el desarrollo de proyectos de producción más limpia y de responsabilidad social empresarial y el apoyo a programas de educación ciudadana sobre el manejo de residuos plásticos.

La Junta Directiva de ADIPLAST la conforman: Roberto Frankenberg de J FRANKENBERG, Presidente; William Keesee de DIESCO Limited, Maité Fernández de PLASTICOS MULTIFORM, Carlos Valiente de Industrias Nacionales (INCA), Vicepresidente; Ricardo Nesrala de NESPLAS, Tesorero; Javier Fernández de PLASTICOS MULTIFORM, Vicetesorero; Javier Mayol de PLASTICOS DEL CARIBE, Secretario; Manuel Lorenzo de MULTIGESTIONES AYAX, Vicesecretario. Como Directores los señores: Ernesto Marranzini de MULTIQUIMICA-Global Pack; Eduardo De Castro de ALDOCA; Juan José Attias de GOMAS Y PLASTICOS; Alejandro Farach de PLASTIFAR y Julio Guzmán de PLÁSTICOS IDEALES.

La actividad de lanzamiento de ADIPLAST fue realizada en el Salón Multiusos de la AIRD y la misma contó con la asistencia de diferentes personalidades del sector empresarial, así como de importantes funcionarios de gobierno relacionados con el sector.

En el marco de este evento, fue firmado un convenio con los Institutos Tecnológico de Santo Domingo (INTEC) y con el Tecnológico de las Américas (ITLA), con el fin de desarrollar y ejecutar de manera conjunta un programa de capacitación en áreas de interés para el sector de plásticos.



Firma acuerdo de colaboración con la ONAPI

Con el objetivo de crear listados nacionales de registros y ejecutar acciones conjuntas entre ambas instituciones, fue firmado un Convenio de Colaboración Inter-institucional con la Oficina Nacional de la Propiedad Intelectual (ONAPI).

A través de este acuerdo se encamina a las industrias a una mayor competitividad para mejorar el desempeño de tres sectores: cacao, plástico y productos de belleza.

La firma del convenio se hizo en el marco del Programa "Innovación Industrial: Compitiendo en Rapidez y Flexibilidad".



Premio George Arzeno Brugal al Periodismo sobre la Industria Nacional

El pasado jueves 28 de julio, la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) realizó la segunda entrega del "Premio George Arzeno Brugal" al periodismo industrial, siendo los galardonados en esta edición los periodistas Cándida Acosta y Esteban Delgado, en la categoría prensa escrita, del Listín Diario y El Caribe, respectivamente, así como Raquel Awilda González, reportera de Teleantillas.

Los tres galardonados contribuyeron durante el 2010, a poner de relieve la importancia del



sector industrial para una agenda nacional de desarrollo y para relaciones comerciales que puedan tornarse un ganar-ganar para las economías participantes.

El jurado que tuvo a su cargo la escogencia de los galardonados, lo conformaron personalidades del mundo empresarial y académico: Elena Viyella de Paliza, Fernando Ferrán, Manuel García Arévalo, Carlos Despradel, José del Castillo, Mario Cabrera y Fabeka Lebrón.



Proyecto Fortalecimiento AIRD y sus asociaciones miembros

Referente a este proyecto, podemos resaltar como uno de los principales resultados la celebración del Primer Foro Empresarial CARICOM—República Dominicana—España, el pasado 30 y 31 de mayo 2011, realizado en el marco del programa europeo ProInvest, llevado a cabo de manera conjunta entre la Asociación de Industrias de la República Dominicana, AIRD, y la Asociación Multisectorial de Empresas, AMEC, en colaboración con la Asociación de Industria y Comercio del Caribe, CAIC.

Durante este evento, fue desarrollado un programa de Conferencias y un Encuentro Empresarial Multisectorial, en el que se dieron cita empresas y asociaciones empresariales de la República Dominicana, España y CARICOM: Trinidad & Tobago, Antigua & Barbuda, Jamaica y Surinam.

El Foro contó con la Conferencia Magistral de Manuel García Arévalo, Ministro de Industria y Comercio de la República Dominicana, así como con la intervención de Manuel Diez Cabral, Presidente del Consejo Nacional de la Empresa Privada (CONEP).

A través de este Foro Empresarial, fueron dadas a conocer las oportunidades que ofrecen los mercados del Caricom, República Dominicana

y España, también como puerta a Europa, mediante la celebración de diversos Encuentros de Negocios que fueron sostenidos tras el Programa de Conferencias.

Dentro de este programa y en el marco de este evento, fueron presentados diversos estudios, de alta incidencia para nuestro sector, los cuales son:

- Diagnóstico sobre la situación de las tasas vigentes, indicadores e informaciones estratégicas sobre Facilitación Comercial.
- Efectos de la inversión extranjera directa en la estructura del sector manufacturero en la Región de El Caribe.
- Oportunidades Comerciales Europa - Cariforum
- Diseño y puesta en marcha del Centro de Documentación de El Caribe.
- Planificación Estratégica realizada a cuatro asociaciones miembros de la AIRD, participantes en el Programa

Adicionalmente, fue firmado un acuerdo de Colaboración entre AIRD-CAIC-AMEC, en el interés de continuar colaborándose mutuamente en beneficio de las relaciones institucionales y las mejores prácticas en el ámbito de gestión, programas de cooperación empresarial, intercambio de información, entre otros aspectos.



Conversatorios socios AIRD

Dentro de los planes y objetivos que como institución nos hemos trazado para el presente año, realizamos diversos encuentros - conversatorios con nuestros asociados, en el interés de desarrollar un mecanismo de comunicación con la Dirección de la AIRD, que nos ha permitido identificar cuáles son las situaciones que están afectando el efectivo desenvolvimiento de nuestras empresas industriales, al tiempo de definir acciones tendientes a resolver y mejorar el clima de negocios del país.

Algunos de los invitados que nos han acompañado en este período son el Lic. Celso Marranzini, Vicepresidente Ejecutivo de la CDEEE, Eddy Martínez, Secretario de Estado y Director Ejecutivo del CEI-RD, Enrique Ramírez, Presidente de la Comisión Nacional de Energía, Eduardo Rodríguez, Subdirector Técnico de la DGA, entre otros.

Participación AIRD en Induexpo

Durante los días 21 al 24 de junio, a través de la Federación de Cámaras Centroamericanas (FECAICA), la AIRD participó en la IV edición de INDUEXPO, el encuentro industrial más grande e importante que se realiza cada dos años en Guatemala, organizado por la Cámara de Industrias de dicho país.

A dicho evento asistieron tanto Directivos de la AIRD, como representantes de las empresas miembros de la institución, en el interés de estrechar vínculos comerciales con empresarios de la región.

Para la presente edición, se realizó en el marco de esta feria el Foro de Mujeres Centroamericanas, el cual contó con la participación de la Sra. Ligia Bonetti de Valiente, como oradora invitada.

Centro de Documentación de El Caribe

El pasado 30 de mayo, en el marco de la celebración del Primer Foro Empresarial CARICOM – República Dominicana – España, dimos a conocer nuestro más reciente sistema de información, el Centro de Documentación de El Caribe (CDC), el cual es el punto de referencia de información de negocios de los países de El Caribe y República Dominicana, que puede ser utilizado por instituciones públicas, el sector productivo y público en general, como herramienta para crear capacidades, incidir en las políticas públicas y mejorar el clima de negocios.

Firma acuerdo ejecución Programa de Apoyo al Exportador Dominicano (PAED)

Fue aprobado en junio el Programa de Apoyo al Exportador Dominicano (PAED), auspiciado por la Corporación Andina de Fomento (CAF). El propósito de este programa es contribuir al mejoramiento del posicionamiento del sector manufacturero dominicano en los mercados internacionales, a través del apoyo integral a las PYMES en la identificación y acceso a sus mercados prioritarios. Se estará ejecutando por un período de un año.

GRUPO



CORVI

FABRICACIÓN Y COMERCIALIZACIÓN DE MATERIALES PARA LA CONSTRUCCIÓN

- Tubos PVC desde 1/2" hasta 24" de diámetro, drenaje, sanitario, semi-presión y presión.
- Accesorios de PVC, Sanitario y Presión.
- Tubos y accesorios de CPVC.
- Mangueras para jardín.
- Clavos corrientes y especiales con cabeza y sin cabeza.
- Varillas lisas y corrugadas, 4.00 mm, 444 mm y 5.5 mm.
- Alambres galvanizados lisos y de puas.
- Mallas ciclónicas, galvanizadas y plastificadas.
- Grapas para alambres de puas.
- Clavos para zinc.

Autopista Duarte km 24, Santo Domingo, Rep. Dom.
Tel.: (809) 331-0771 Fax : (809) 947-4726, 809-985-4200, 1-200-9475



Un techo
para mi País®
REPÚBLICA DOMINICANA

Una fragancia que
CONSTRUYE

mistolin

Por cada botella de limpiador
que compres aportarás a Un techo
para mi País.

Juntos por un compromiso de todos.

Promoción válida del 1^o de septiembre
al 30 de octubre de 2011 y limitada a 350,000 botellas.

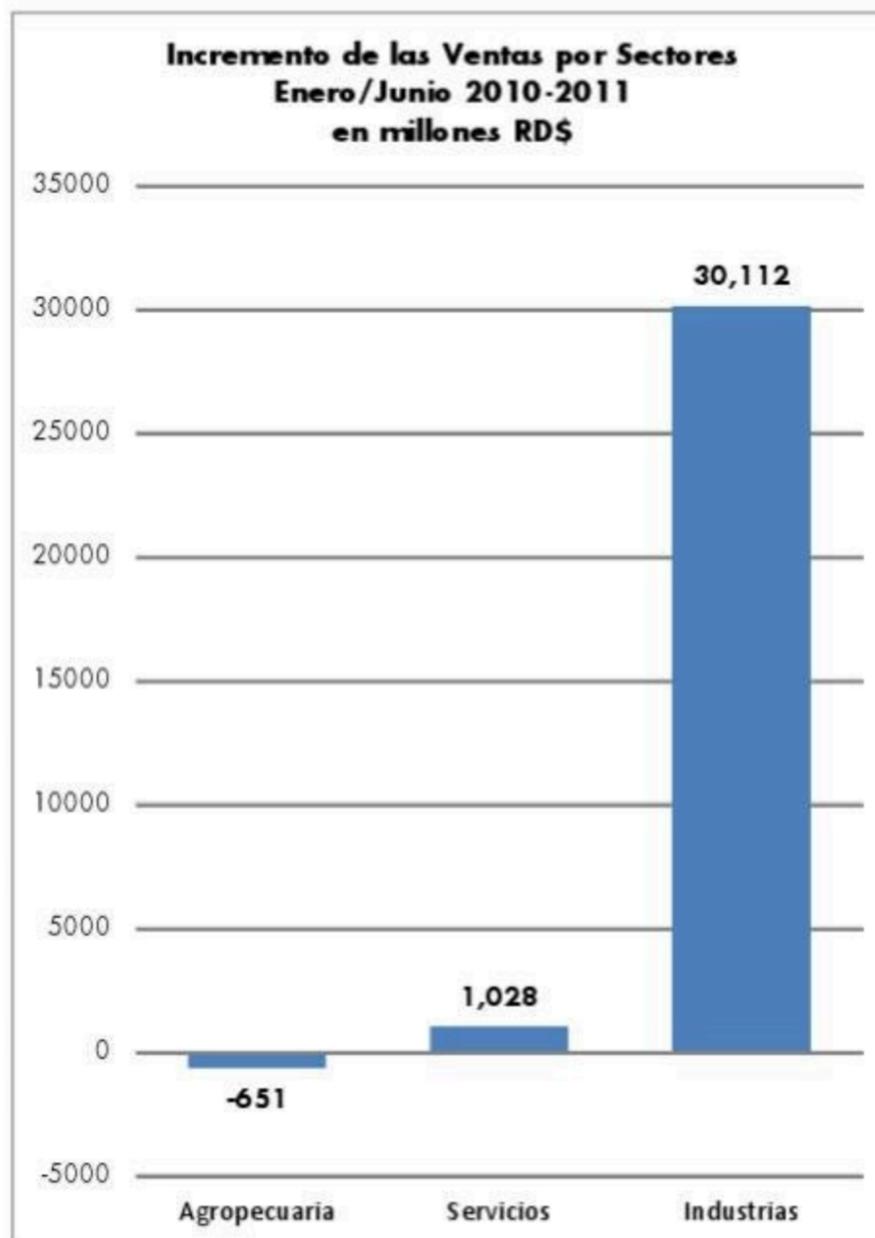
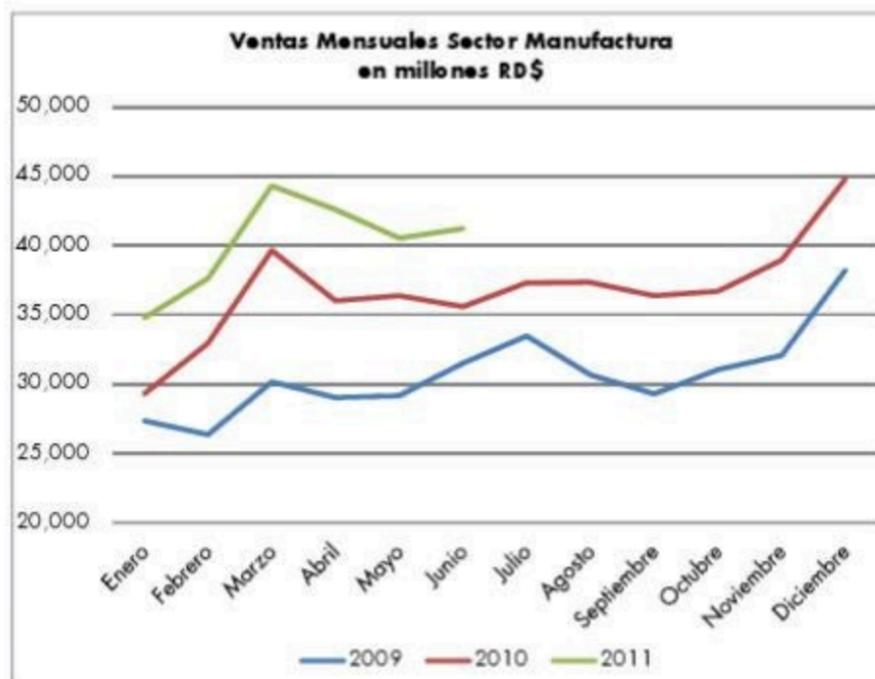


PREGUNTAS
1-809-200-3077
SIN CARGOS EN REP. DOMINICANA
soc.rd@unilever.com

Ventas totales reportadas a la DGII por sectores en millones de RD\$

Actividad Económica	Ene-Jun	Variación con Ene-Jun 2010	
	2011	Abs.	%
Agropecuaria	14,962	-651	-4.2
Servicios	660,338	1,028	0.2
Industrias	276,777	30,112	12.2
Construcción	32,191	-1,281	-3.8
Explotación de Minas y Canteras	3,773	204	5.7
Manufactura	240,813	31,189	14.9
Refinación del Petróleo	55,519	16,085	40.8
Otras Industrias Manufactureras	32,244	1,857	6.1
Bebidas	28,677	1,196	4.4
Industrias Básicas de Hierro Y Acero	14,018	3,351	31.4
Azúcar	11,504	820	7.7
Edición, Grabación, Impresión	10,641	4,571	75.3
Sustancias Químicas	10,560	1,423	15.6
Cemento, Cal y Yeso	10,349	1,261	13.9
Aceites y Grasas Vegetal y Animal	9,809	1,843	23.1
Plástico	8,776	853	10.8
Productos Farmacéuticos	8,055	510	6.8
Productos de Molinería	7,096	2,217	45.4
Jabones y Detergentes	6,104	525	9.4
Procesamiento de Carne	5,834	-4,575	-44
Productos Lácteos	5,602	-90	-1.6
Productos Madera, Papel y Cartón	4,497	-20	-0.4
Productos de Tabaco	3,743	-326	-8
Textiles y Prendas de Vestir	2,204	-45	-2
Muebles y Colchones	2,032	79	4
Cacao, Chocolate y Confitería	1,586	-202	-11.3
Productos de Panadería	1,259	0	0
Productos de Cerámicas	538	-108	-16.7
Productos de Vidrio	166	-33	-16.7
Total	952,077	30,489	3.3

Incluye ventas nacionales y exportaciones



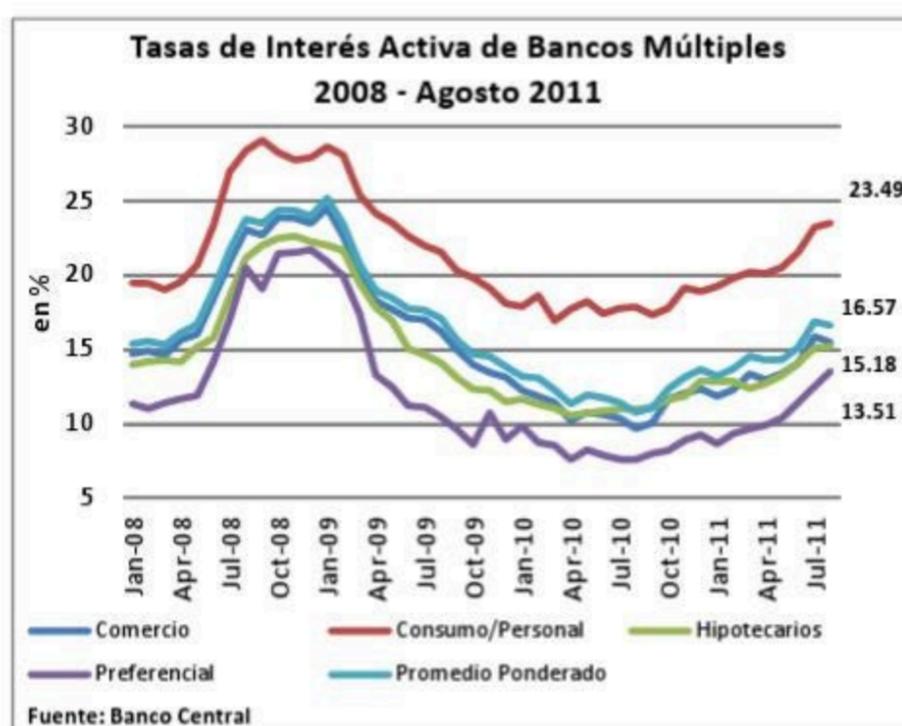


www.bancentral.gov.do

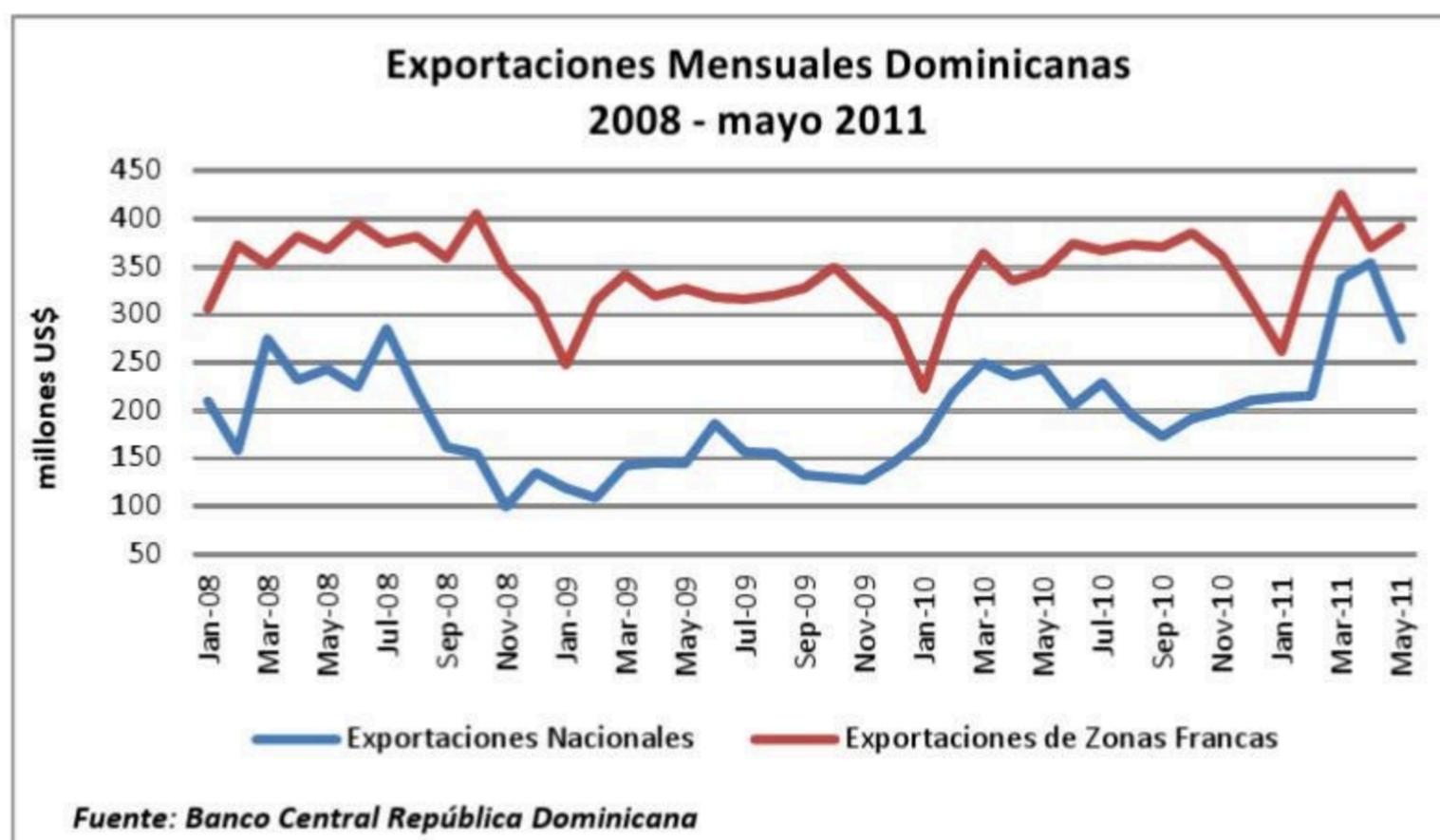
Cartera de crédito por destino económico en millones de RD\$

Intermediación Financiera	Ene-Jun		Variación	
	2010	2011	Absoluta	%
Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	10,176	15,728	5,552	54.6
Pesca	43	55	12	28.7
Explotación de Minas y Canteras	2,106	1,401	-705	-33.5
Industrias Manufactureras	36,573	34,242	-2,332	-6.4
Suministro de Electricidad, Gas y Agua	5,281	5,947	665	12.6
Construcción	21,976	23,164	1,188	5.4
Comercio; Reparación de Vehículos, Automotores, Motocicletas, Efectos Personales y Enseres Domésticos.	53,890	66,907	13,017	24.2
Hoteles y Restaurantes	10,204	16,563	6,358	62.3
Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones.	6,472	8,715	2,244	34.7
Intermediación Financiera	20,878	16,395	-4,484	-21.5
Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler	18,719	23,181	4,462	23.8
Administración Pública y Defensa	38,400	38,503	103	0.3
Enseñanza	1,042	2,243	1,202	115.4
Servicios Sociales y de Salud	1,784	2,231	447	25
Otras Actividades de Servicios Comunitarios, Sociales y Personales	32,809	26,332	-6,477	-19.7
Hogares Privados con Servicios Domésticos	4,104	1,578	-2,525	-61.5
Organizaciones y Órganos Extraterritoriales	1,422	1,356	-66	-4.6
Consumo de Bienes y Servicios	92,197	105,631	13,434	14.6
Compra y Remodelación de Viviendas	74,392	86,658	12,266	16.5
Total	432,470	476,831	44,361	10.3

Fuente: Superintendencia de Bancos



Fuente: Elaborado por DASA en base a datos de la Superintendencia de Bancos y del Banco Central



Balanza de pagos de la República Dominicana en millones de US\$

Conceptos	Ene-Jun		Variación	
	2010	2011	Absoluta	%
I. Déficit Cuenta Corriente	-1,694.80	-2,161.20	466.4	27.5
Balanza Comercial	-3,955.70	-4,519.10	563.4	14.2
Balanza de Servicios	1,692.20	1,761.30	69.1	4.1
Renta de Inversión	-879.2	-999.6	120.4	13.7
Transferencias Corrientes Netas	1,447.90	1,596.20	148.3	10.2
II. Cuenta Capital y Financiera	2,170.50	1,069.90	-1,100.6	-50.7
Cuenta de Capital	39.6	37.3	-2.3	-5.8
Cuenta Financiera	2,130.90	1,032.60	-1,098.3	-51.5
III. Errores y Omisiones	-885.8	367	-1,252.8	-141.4
IV. Balanza Global (I+II+III)	-410.1	-724.3	314.2	76.6
V. Financiamiento	410.1	724.3	314.2	76.6

Fuente: Banco Central de la República Dominicana

Sus actividades empresariales quedarán mejor si las realiza en el Salón Multiusos AIRD

- Diplomados
- Ruedas de prensa
- Seminarios
- Lanzamiento de productos
- Conferencias
- Cócteles y encuentros sociales

- Cursos
- Encuentros
- Reuniones empresariales
y de negocios
- Talleres

Nuestro moderno y equipado salón multiusos está a disposición de un amplio segmento del mercado para la ejecución de diferentes tipos de actividades a precios bastante competitivos. Realice su próxima actividad en nuestros salones.

Avenida Sarasota No. 20, Torre
Empresarial AIRD, 1er. nivel, Ensanche
La Julia, Santo Domingo, D. N.
Teléfono (809)472-0000
Fax (809)472-0303;
Email: gatedral@aird.org.do
www.portalindustrial.net

aird 
Asociación de Industrias de la República Dominicana

Exportación de República Dominicana a Estados Unidos en millones de US\$

Productos	Ene-Jun		Variación	
	2010	2011	Absoluta	%
Prendas de vestir	277	303.5	26.5	9.6
Aparatos médicos	272.5	281.6	9.1	3.3
Joyería y piedras preciosas	210.2	244.6	34.3	16.3
Máquinas, equipos eléctrico	181.8	196.2	14.4	7.9
Tabaco	150.6	156.4	5.7	3.8
Azúcares	139.8	138.8	-1	-0.7
Calzados	67.8	90.1	22.3	32.8
Plástico	65.7	69.8	4	6.2
Fundición, hierro y acero	9.4	65.6	56.2	598.1
Maquinas mecánicas.	10.4	56.8	46.4	446.2
Resto	372.2	435.2	63	16.9
Total	1,757.40	2,038.40	281	16

Fuente: USITC

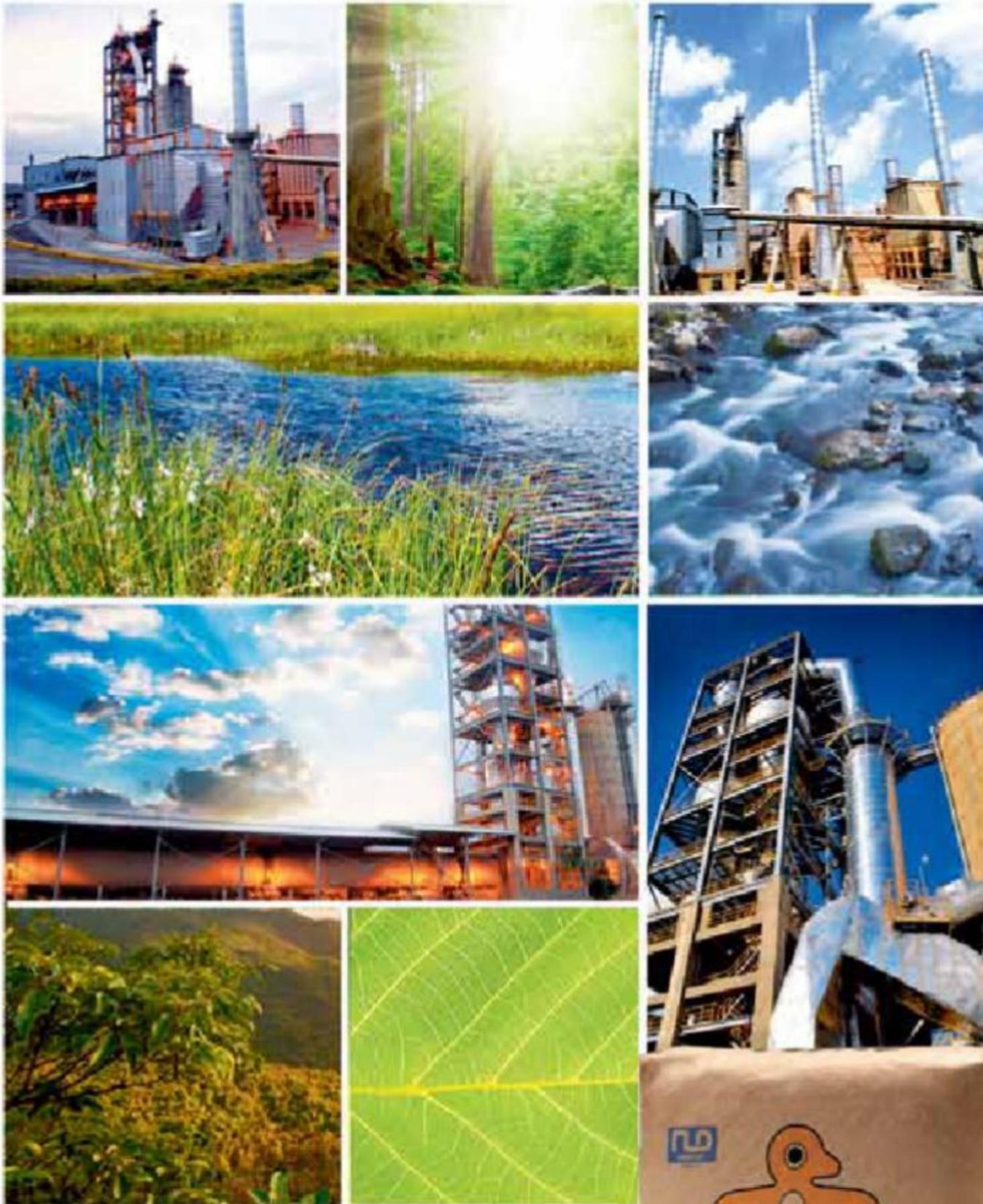
Exportación de República Dominicana a la Unión Europea en millones de euros

Productos	Ene-Jun		Variación	
	2010	2011	Absoluta	%
Frutas	109.5	123.3	13.7	12.5
Bebidas	43.2	39.1	-4.2	-9.7
Cacao	35.6	36.4	0.7	2
Productos farmacéuticos	32.5	36.3	3.7	11.5
Aparatos médicos	28.7	30.3	1.7	5.8
Tabaco	16.9	15.1	-1.7	-10.4
Calzados	17.6	14.8	-2.7	-15.6
Máquinas, equipos eléctricos	19.7	12.7	-7	-35.6
Productos químicos orgánicos	8.9	6.2	-2.8	-30.9
Vegetales	4.6	5.4	0.8	16.3
Resto	22.6	29.4	6.8	29.9
Total	339.9	348.9	8.9	2.6

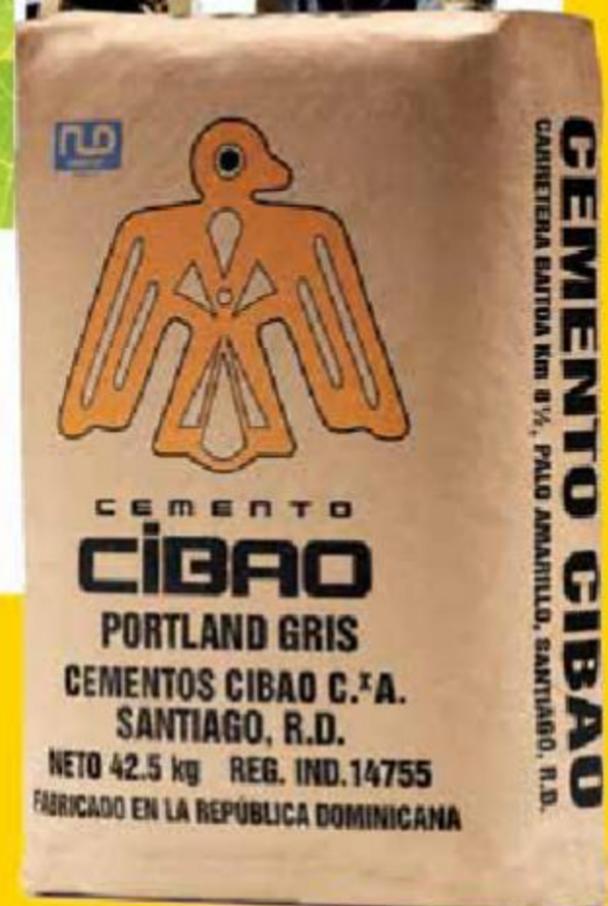
Fuente: Eurostat

Fuente: Elaborado por DASA en base a datos de Eurostat y USITC

OPERANDO CONTINUAMENTE EN ARMONÍA CON NUESTRO ENTORNO



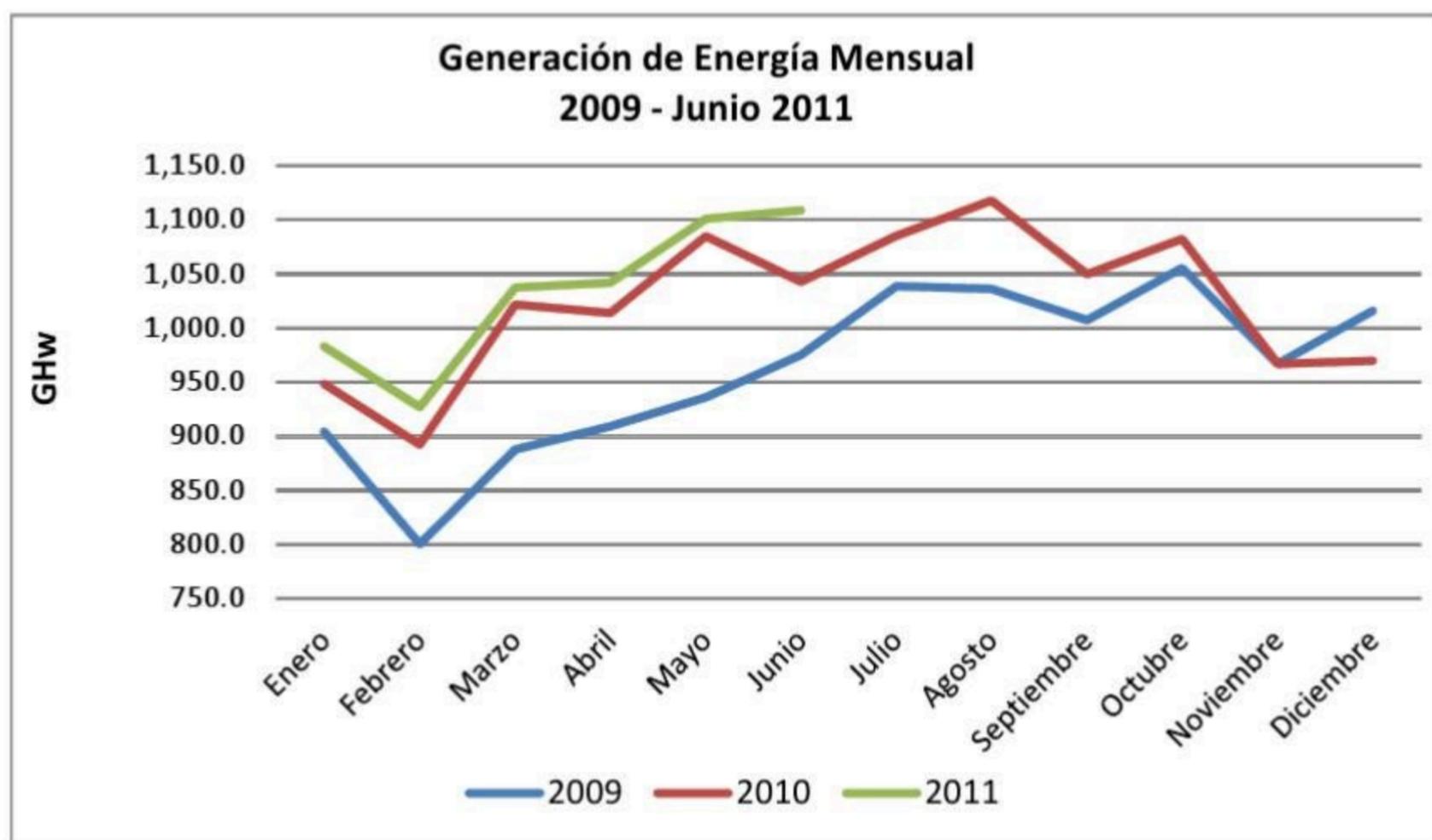
CEMENTOS
CIBAO



"EL CEMENTO PREMIUM DOMINICANO"

Estadísticas de las EDEs

Concepto	Ene-Jun		Var.
	2010	2011	%
Cantidad de Clientes Facturados a Junio			
Total	1,666,268	1,870,862	12.30%
Edenorte	667,853	729,918	9.30%
Edesur	456,030	522,628	14.6%
Edeeste	542,385	618,316	14%
Compra de Energía			
Compra Energía (GWh)	5,351	5,388	0.7%
Precio Medio Compra Energía (USCent/kWh)	14.5	17.3	19.8%
Factura por Compra de Energía (MMUS\$)	774	933	20.6%
Venta de Energía			
Energía Facturada (GWh)	3,445	3,514	2%
Precio Medio Venta Energía (USCent/kWh)	18.7	19.9	6.8%
Factura por Venta de Energía (MMUS\$)	648	701	8.2%
Cobros (MMUS\$)	598	626	4.7%
Fuente: CDEEE			



Fuente: Elaborado por DASA en base a datos de CDEEE

Bienvenido a nuestra

CAJA CERO



Cero riesgo, Cero espera, Cero papeleo.

Garantiza la seguridad de tu dinero, ahorra tiempo y agiliza el despacho de tus cargas.

Realiza tus pagos desde la comodidad de tu oficina u hogar, las 24 horas del día y los 7 días de la semana, en nuestra **Caja Cero DPH Virtual**. Sólo tienes que acceder a nuestra página web y realizar tus pagos a través de tus cuentas en bancos afiliados. Al instante generas tu recibo de pago, factura y el release **DPH** de tu carga.

¡Accesa ahora a nuestra Caja Cero DPH Virtual y aprovecha sus ventajas!

www.dph.com.do

Aligerando tu carga

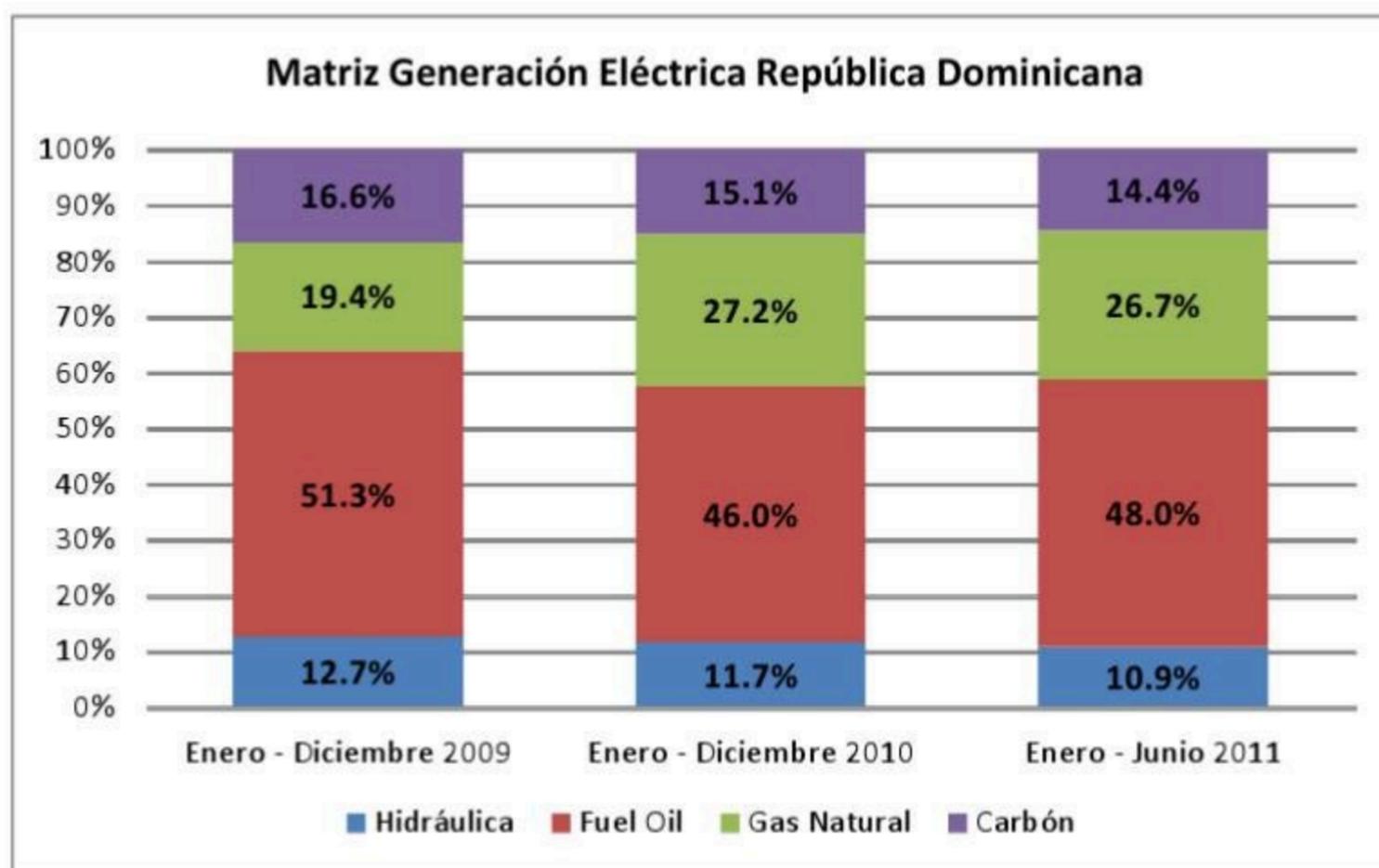


Indicadores De Gestión Comercial

Enero - Junio 2011

Concepto	Valor
Pérdidas (%)	34.8%
Edenorte	34.6%
Edesur	33%
Edeeste	37%
Cobranzas (%)	89.4%
Edenorte	87.7%
Edesur	91.2%
Edeeste	88.6%
Índice Recuperación Efectivo (CRI) (%)	58.3%
Edenorte	57.3%
Edesur	61.1%
Edeeste	55.8%
Disponibilidad Servicio (%)	79.7%
Edenorte	81.4%
Edesur	77%
Edeeste	80.7%

Fuente: CDEEE



Fuente: Elaborado por DASA en base a datos de CDEEE



BRASIL, UNA NUEVA FRONTERA QUE EXPLORAR

João Solano Carneiro da Cunha, Embajador de Brasil en República Dominicana, es un convencido de que este país tiene elementos suficientes para incrementar las exportaciones. Entrevistado para "Hecho en RD" su declaración de fe es simple: Brasil es un mercado enorme, ofrece muchas oportunidades que República Dominicana puede aprovechar.

HRD: ¿Cómo puede acceder mejor la industria dominicana al mercado brasileño?

JS: Escuché a un empresario dominicano decir: es muy difícil exportar a Brasil, porque ustedes hacen todo. El vio, en un supermercado brasileño, que los productos importados ocupaban un pequeño espacio, a diferencia de República Dominicana. Pero hay nichos de oportunidad. Brasil es un mercado enorme, con un nivel muy bajo de proteccionismo y prácticamente sin subsidios. Es una economía abierta y que desde hace unos años busca fomentar las importaciones de nuestros vecinos de América del Sur, América Latina y El Caribe.

Sólo en el primer semestre del presente año las importaciones brasileñas alcanzaron 65 mil millones de dólares. Fue un aumento de casi un 30% en relación al primer semestre del 2010. Un mercado inmenso como Brasil siempre ofrece nichos de oportunidades.

HRD: Pero no tenemos un acuerdo de libre comercio...

JS: (Explica que hubo una queja de empresarios dominicanos porque el puro cubano entraba libre de aranceles a Brasil, mientras el dominicano tiene un 20%) No es una discriminación contra República Dominicana, es una discriminación a favor de Cuba en razón de un acuerdo de alcance parcial firmado por aquel país con el MERCOSUR. República Dominicana puede hacer lo mismo. Vamos a sentarnos a negociar un acuerdo de alcance parcial, un acuerdo de complementación económica... cada parte elige un grupo de productos y vamos a discutir aranceles, no es un acuerdo de libre comercio.

En los años '80, el Departamento de Promoción Comercial de la Cancillería Brasileña promocionaba apenas las exportaciones. Un ministro levantó la consigna:

Este mismo departamento, años después, levantó un programa de sustitución de importaciones, en el sentido de fomentar el comercio intrarregional. Brasil quiere Importar más de sus vecinos latinoamericanos y caribeños.

“Exportar es lo que importa”

HRD: La balanza comercial es 95 a 5 a favor de Brasil. Cómo mejorar la balanza comercial de modo que no sea tan desigual.

JS: El comercio bilateral creció hasta el 2007 hasta llegar a casi 500 millones de dólares, en el 2008 al 2009 bajó mucho. Ahora estamos recuperando, creemos que volveremos a los mismos niveles del 2007. De los diez productos más exportados por

el país hacia Brasil, nueve son de zonas francas. ¿Qué es posible hacer?

Para aumentar las exportaciones dominicanas a Brasil es necesario negociar un acuerdo de complementación económica, enviar misiones comerciales a Brasil, diversificar los mercados a los que dirigen sus exportaciones, República Dominicana está muy adicta al mercado norteamericano, pueden mirar más hacia el Sur.

Otra buena forma de dinamizar las relaciones económicas entre Brasil y RD es promover las asociaciones entre empresas de los dos países. Ya hay ejemplos muy exitosos.

Un modelo del cuál aprender

El programa brasileño de estímulo al sector industrial tiene un costo de US\$16 mil millones para los próximos dos años. Prioriza a sectores intensivos en mano de obra que utilizan tecnología de frontera y exportadores, a la vez que fortalecen los controles comerciales a los productos importados que representan competencia desleal y se pondrá en funcionamiento un ambicioso plan de financiamiento por parte del BNDES

“Hoy más que nunca es imperativo defender la industria brasileña y nuestros empleos de la competencia desleal y de la guerra cambiaria, que reduce nuestras exportaciones y, más grave todavía, intenta reducir nuestro mercado interno con una avalancha de importaciones”, dijo en la presentación del plan la presidenta de Brasil, Dilma Rousseff

Agregó que “el gobierno quiere fortalecer a la industria nacional frente a la insensatez de algunos países, el exceso de liquidez y la competencia desleal de las importaciones”

LO DÓNDE LO CONSIGO

[¿DÓNDE LO CONSIGO?]

La experiencia ha demostrado que los vínculos fuertes, incluyendo el suministro de insumos y la transferencia de tecnología con socios regionales, son una contribución fundamental para la implementación exitosa del libre comercio. Un factor clave de esta transformación, es el fortalecimiento de la asociación entre el sector y los socios regionales en El Caribe. La República Dominicana, desde finales de la década de los 90, ha sido signataria de varios acuerdos y tratados de libre comercio, como es el caso del CARIFORUM con El Caribe, del DR-CAFTA con Centro América y Estados Unidos, y del EPA con la Unión Europea, los cuales han provocado un mayor flujo de bienes y servicios entre los diferentes país.

El mercado de El Caribe representa una gran oportunidad para todos nosotros que no se puede dejar de aprovechar si queremos seguir creciendo. Pero además, frente a la liberalización del comercio en crecimiento, es importante fortalecer las capacidades creadas en las asociaciones del sector productivo industrial para la plena explotación de las oportunidades generadas por el comercio, no sólo para los socios comerciales relevantes en la República Dominicana sino también para el comercio intrarregional en El Caribe.

Sin embargo, nuestro Caribe es un melting pot de razas, culturas, institucionalidad que plantea muchas veces desafíos para los directivos de las empresas. Sabemos que hay mucha información, pero nos encontramos muchas veces haciéndonos las siguientes preguntas ¿quién las tiene?, ¿Dónde las consigo? o frente a la situación de que la persona que sabe dónde están o las tiene no se encuentra por x o y motivo.

Por lo que resulta imperante, frente a los retos asumidos por los países de El Caribe, en particular la República Dominicana, la necesidad de crear un sistema que contenga todas las informaciones necesarias para lograr una mayor eficacia de la integración regional, que contribuya al dinamismo del sector industrial y permita cosechar los beneficios del comercio y de las políticas de inversión.

Bajo este escenario, nace entonces el Centro de Documentación de El Caribe (www.portalcdc.org) con el objetivo de difundir la información, prestar servicios relacionados a las asociaciones y empresas miembros de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD), desarrollar un canal que favorezca la recogida y transferencia de información y permita recopilar, actualizar y procesar la información comercial de forma organizada, rápida y eficiente.

El Centro de Documentación de El Caribe, con más de 5 mil documentos, es entonces, el punto de referencia de información de negocios para instituciones públicas, sector productivo y público en general, así como una herramienta para crear capacidades, incidir en las políticas públicas y mejorar el clima de negocios. El CDC está dividido en 4 grandes secciones: la primera, llamada El Centro, contiene todos los documentos organizados en 18 áreas, entre las que se encuentran Aspectos Regulatorios, Comercio Exterior, Derecho y Justicia y Economía y Finanzas. La segunda, Informes y Publicaciones; la tercera, Noticias y la cuarta, Opinión y Eventos donde encontrará informaciones sobre los eventos relevantes al comercio con El Caribe.

En el CDC podrá encontrar:

- Contactos comerciales en la región, cómo la exportación en el CARI-FORUM y la UE
- Información sobre el acceso preferencial en la región, con predominio de las leyes de inversión, etc.
- Información y análisis del CARI-COM y Patrones de Comercio de la UE, las tendencias de la UE y un resumen de la evolución económica en curso en diferentes sectores.
- Legislaciones, publicaciones y documentos de interés para la correcta interpretación de los tratados de libre comercio
- Documentos relacionados con el TLC en negociación
- Documentación pertinente sobre las principales áreas de comercio internacional, tales como las Normas Técnicas, Defensa Comercial...
- Sistematización de textos jurídicos, documentos, publicaciones, estudios sectoriales de interés para los clientes internos y externos.

Entre las últimas adiciones al Centro de Documentación podrá encontrar el Estudio de los sectores exportables y oportunidades de negocio en el CARI-FORUM y la Unión Europea, la Guía de Inversión en El Caribe y el estudio de Políticas de Importación y Exportación en El Caribe y República Dominicana.

Si por casualidad no encuentra el documento que anda buscando, no dude en contactarnos escribiéndonos a info@portalcdc.org, estamos para servirle.

A resaltar en el diseño

Ser el website de referencia informativa obligatorio, investigativa y de difusión, convirtiéndonos en el más prestigioso y visitado punto de encuentro multicultural, polifacético, técnico y no ideológico en temas de comercio en El Caribe. Líder regional en recopilación de investigaciones, cuerpos normativos y regulatorios, nacionales y regionales, que evoluciona de forma constante con el uso dinámico de todos los instrumentos modernos de comunicación social digital, con el propósito suplementario de fortalecer al sector industrial de El Caribe, mejorando su competitividad y clima de negocios, para la mayor industrialización de la región en un ambiente de libre empresa y globalización.

PERFIL

Nombre:

Centro de Documentación de El Caribe

Dirección:

www.portalcdc.org

Documentos:

Más de 5,000

Contacto:

info@portalcdc.org

¡Alcance Los Más Altos Niveles De Competitividad!



Formando parte de la Asociación de Industrias de la República Dominicana (AIRD) usted podrá tener acceso a una serie de beneficios que contribuirán a que su industria o institución alcance los más altos niveles de competitividad. Sea parte de la asociación industrial más grande e importante de la República Dominicana.

SERVICIOS QUE OFRECEMOS

- INFORMACIÓN
- ASISTENCIA TÉCNICA
- LOBBY Y REPRESENTACIÓN
- PARTICIPACIÓN Y NETWORKING
- LOGÍSTICOS
- CAPACITACIÓN
- PROYECTOS DE DESARROLLO INDUSTRIAL
- CLUSTER
- ENTRE MUCHOS OTROS.

Avenida Sarasota No. 20, Torre Empresarial AIRD, Nivel 12,
Ensanche La Julia, Santo Domingo, D. N.
Teléfono (809)472-0000 - Fax (809)472-0303;
Email: info@aird.org.do
www.portalindustrial.net

aird 

Asociación de Industrias de la República Dominicana

