

# **Estudio sobre la actitudes y limitaciones a la actividad exportadora en las industrias de manufactura de la Republica Dominicana**

**Análisis detallado de las Exportaciones industriales y entrevistas abiertas a empresas**

**Elaborado para la AIRD**

**Junio 2007**

**Por: Roberto Despradel**

# Objetivos del Proyecto

---

## Objetivos Generales

- Identificar, a través de análisis estadísticos y entrevistas directas, la actitud exportadora del sector manufacturero nacional, y las limitaciones que enfrentan para incursionar o expandir su actividad exportadora, con la finalidad de recomendar políticas sectoriales que fomenten las exportaciones.

## Objetivos Específicos

- Identificar la actividad exportadora en el sector industrial, a través de análisis de las estadísticas de exportación, y de entrevistas directas a empresas.
- Analizar el número, diversidad, concentración, y frecuencia de los exportadores nacionales.
- Identificar las limitaciones internas y externas para iniciar o ampliar la actividad exportadora.
- Identificar y analizar empresas que han sido exitosas en la actividad exportadora, identificando las causas del éxito.
- Identificar y analizar empresas que han reducido o cesaron sus exportaciones, y las causas que impulsaron a esto.
- Proporcionar una base analítica que incremente los conocimientos sobre las limitaciones que tienen las empresas de manufactura en las exportaciones.
- Proporcionar información sobre los tipos de apoyo necesarios para complementar los intentos del sector manufacturero para insertarse en la actividad exportadora.

# Metodología del Proyecto

---

El estudio se realiza en dos fases.

1. La primera fase: Recolección y análisis de las informaciones secundarias existentes, incluyendo estudios y análisis previos que han abordado parcial o totalmente la problemática exportadora. Análisis detallado de las estadísticas de exportación, incluyendo el perfil de las empresas exportadoras, según la disponibilidad de data que tenga el CEI-RD.
2. La segunda fase: Desarrollo de una encuesta de actitudes y limitaciones a la actividad exportadora. Se espera una selección de una muestra de 35 a 50 empresas, la cual estará influenciada por los resultados obtenidos en la primera fase. Esta encuesta, será estructurada, pero de naturaleza abierta en muchos aspectos.

---

# Primera Fase:

Recolección y Análisis de las informaciones secundarias existentes. Investigaciones de Estudios previos y análisis detallado de las estadísticas de exportación, según la disponibilidad de data que tenga el CEI-RD

# Recopilación y Análisis de las Estadísticas de Exportación del CEI-RD (Estadísticas Nacionales – Excluye Zonas Francas)

---

1. Análisis de estadísticas agregadas, de carácter publicas.
2. Análisis segregados y detallados de estadísticas de uso interno del CEI-RD (Excluye Zonas Francas):
  - País / Producto
  - Exportador
  - Exportador / Producto (capitulo, partida, línea arancelaria)
  - Exportador / País
  - Puerto / Producto
  - Puerto / Exportador
3. Periodo de Análisis: Seis años, 2000 - 2005

---

# Exportaciones Según Producto

# Concentración del Estudio: Exportaciones No Tradicionales

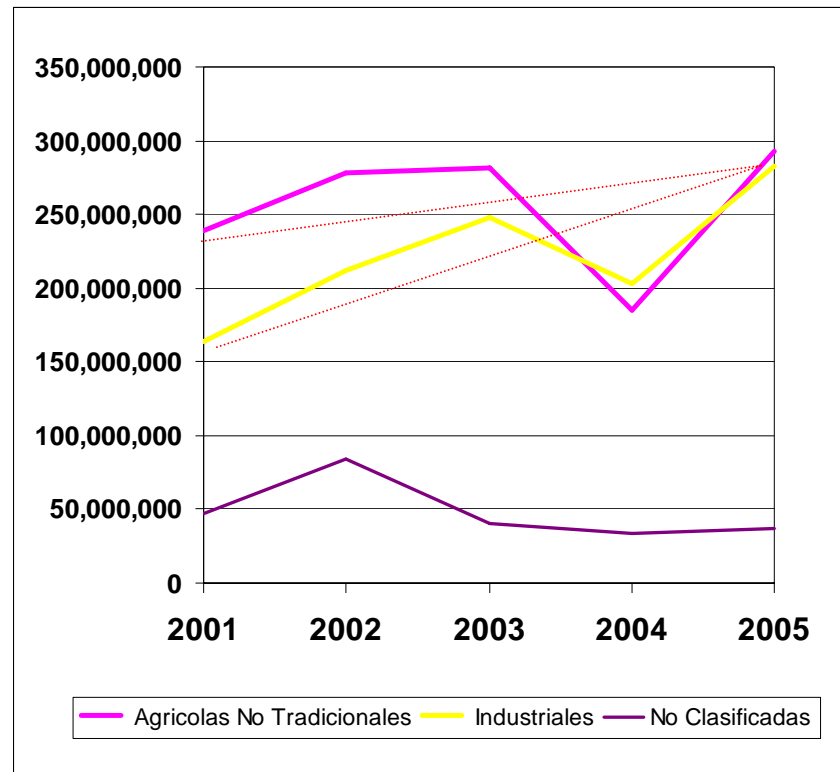
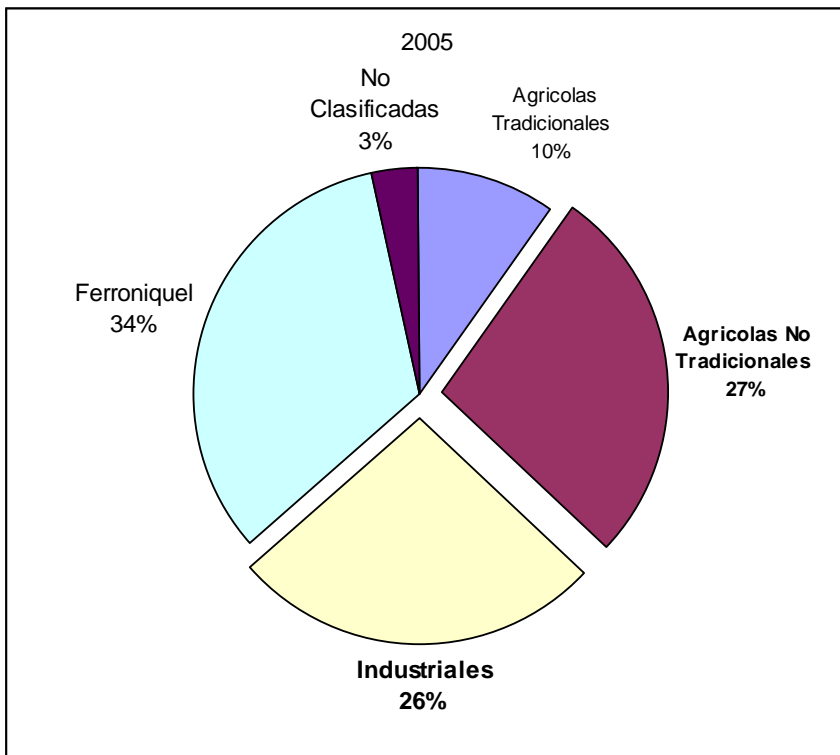
- En el 2005, las exportaciones totalizaron US\$1,081. Un crecimiento de un **44%** con relación al año 2000
- En el 2005 el 43% de las exportaciones correspondieron a productos tradicionales (azúcar, café y cacao) y a ferroniquel. Por consiguiente un **57%** de las exportaciones correspondieron a otros productos.
- Este análisis se concentra en este último grupo de productos no tradicionales

Exportaciones Nacionales	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Tradicionales y Ferroniquel	340,115,387	238,757,165	288,843,499	345,795,756	480,619,815	469,994,115
Resto	405,925,289	446,168,892	564,440,735	561,996,268	416,616,982	611,603,202
<b>Total</b>	<b>746,040,676</b>	<b>684,926,057</b>	<b>853,284,234</b>	<b>907,792,024</b>	<b>897,236,797</b>	<b>1,081,597,317</b>
<b>% No tradicionales y Ferroniquel</b>	<b>54%</b>	<b>65%</b>	<b>66%</b>	<b>62%</b>	<b>46%</b>	<b>57%</b>

Nota: Los registros de exportación del año 2004, se vieron afectados por el impuesto del 5% a las exportaciones

# Exportaciones No tradicionales

- El 57% del Total Exportado son las de interés para este proyecto (53% identificadas)
- Las Exportaciones Agrícolas NT crecieron en un 22% en el periodo 2001 – 2005, mientras que las industriales en un 73%





---

# Exportaciones Según País de Destino

# Exportaciones según Puerto de Embarque:

Un 82% marítima, 11% Terrestre, 8% Aérea

Al excluir las Tradicionales y el Ferroniquel:

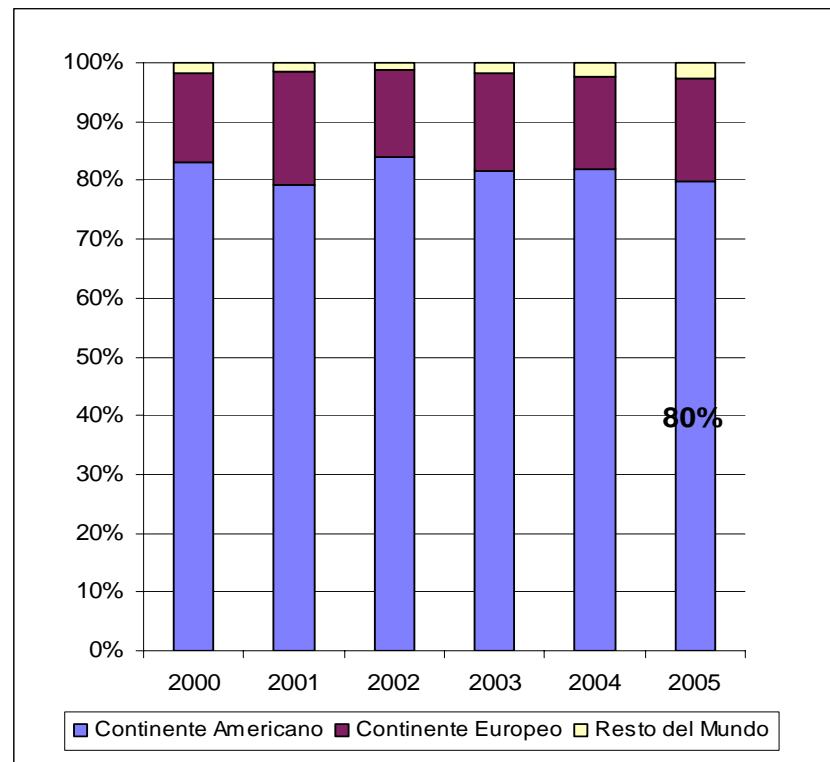
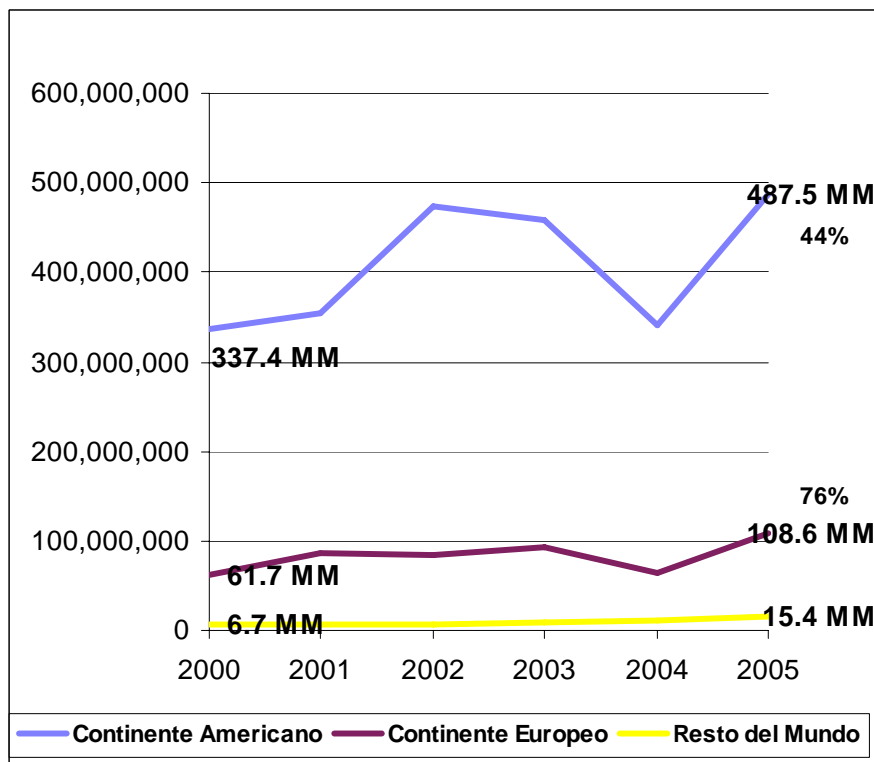
- Un 68% marítima, **19%** terrestre, 13% aéreo
- Poco cambio en los últimos años

PUERTO (Incluye NT y Ferroniquel)	VALOR 2002	VALOR 2003	VALOR 2004	VALOR 2005
Marítimo	703,918,596.92	727,899,593.55	774,111,678.27	882,994,738.32
Terrestre (frontera)	87,202,224.10	107,714,307.26	63,180,887.23	118,415,496.46
Aeropuerto	62,310,269.60	72,178,123.54	59,944,231.42	80,187,081.83
<b>Total</b>	<b>853,431,090.62</b>	<b>907,792,024.35</b>	<b>897,236,796.92</b>	<b>1,081,597,316.61</b>

Distribución %	VALOR 2002	VALOR 2003	VALOR 2004	VALOR 2005
Marítimo	82.5%	80.2%	86.3%	81.6%
Terrestre (frontera)	10.2%	11.9%	7.0%	<b>10.9%</b>
Aeropuerto	7.3%	8.0%	6.7%	7.4%
<b>Total</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>	<b>100.0%</b>

# Tendencia de las Exportaciones Nacionales No tradicionales (NT)– Según Destino 2000-2005

Un **80%** de las Exportaciones NT se concentran en el Continente Americano. Un **18%** el Continente Europeo, y un **2%** para el resto del mundo. Las exportaciones a la Unión Europea han crecido a un ritmo superior a las del Continente Americano ....



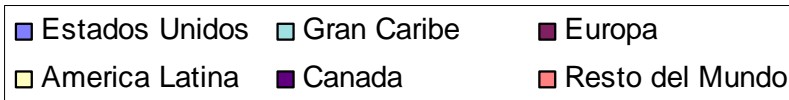
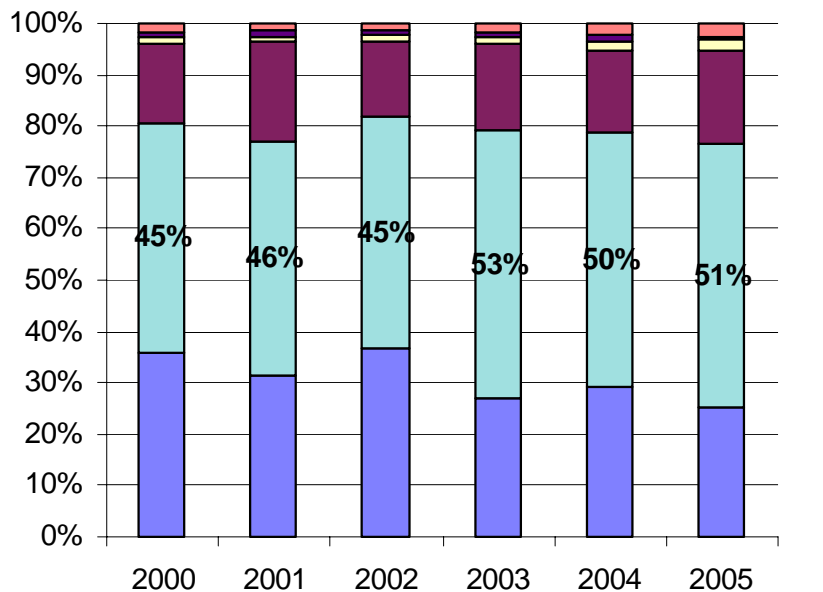
# 25 Principales Países de Destino de las Exportaciones NT - 2005

Ranking	país	US\$	Participación %	Crecimiento 05-00
1	ESTADOS UNIDOS	152,181,562	25%	5%
2	HAITI	123,857,551	20%	116%
3	PUERTO RICO	102,654,808	17%	44%
4	REINO UNIDO	39,702,242	7%	270%
5	ESPAÑA	21,834,131	4%	177%
6	JAMAICA	11,765,905	2%	154%
7	HOLANDA	10,988,355	2%	130%
8	BELGICA	10,140,032	2%	-41%
9	CUBA	9,504,083	2%	0%
10	PANAMA	7,517,668	1%	-30%
11	FRANCIA	7,457,178	1%	139%
12	ITALIA	6,814,190	1%	-14%
13	SAINT MARTEEN	6,596,827	1%	161%
14	TRINIDAD Y TOBAGO	5,161,865	1%	17%
15	VENEZUELA	5,090,814	1%	75%
16	CANADA	4,393,080	1%	-9%
17	VIRGENES (EEUU), ISLAS	4,294,759	1%	71%
18	CHINA-TAIWAN (FORMOSA)	4,173,821	1%	2260%
20	ECUADOR	3,805,334	1%	6386%
21	COSTA RICA	3,725,453	1%	265%
22	HONDURAS	3,686,449	1%	10%
23	ALEMANIA	3,341,340	1%	-7%
24	GUATEMALA	3,240,116	1%	172%
25	SANTA LUCIA, ISLA	2,959,299	0%	701%

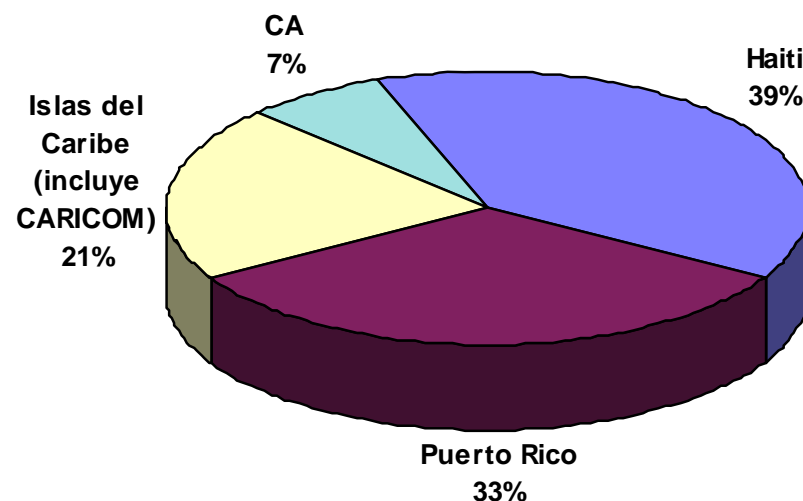
11 de los 25 principales mercados de Exportación están en el Gran Caribe

# Importancia del Gran Caribe en las exportaciones nacionales ...

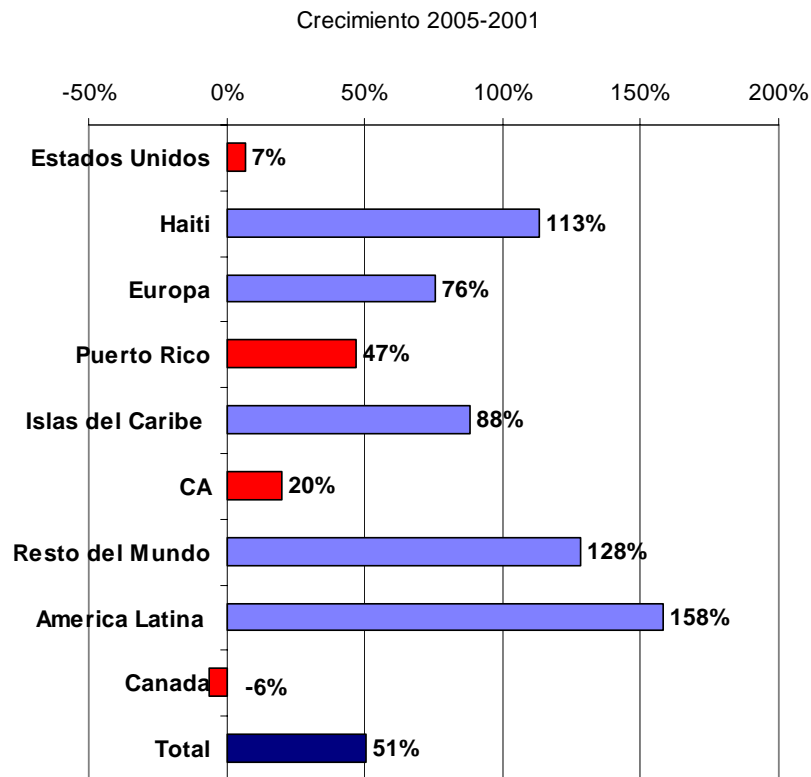
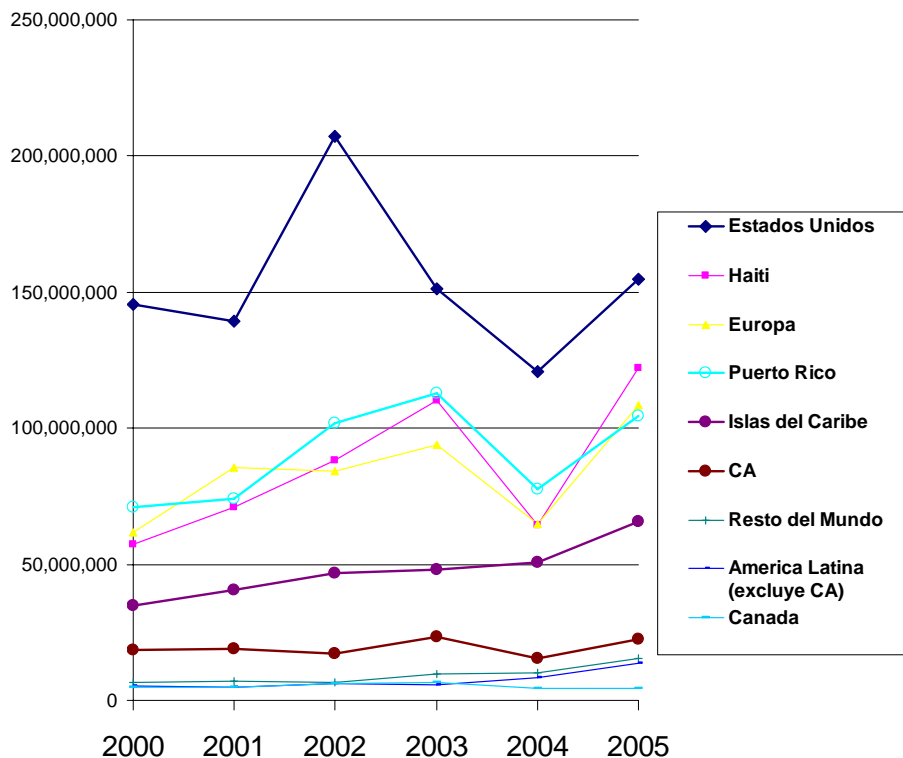
**Exportaciones Nacionales (Excluyendo Tradicionales)**



**Exportaciones al Gran Caribe 2005**



En los últimos 5 años, las exportaciones nacionales no tradicionales crecieron en un 50%, sin embargo este crecimiento fue desigual dependiendo del país o región de destino ...



Las Exportaciones a Haití, Europa, y a las islas del caribe han sido la de mayor crecimiento en los últimos 5 años, mientras que las exportaciones a Estados Unidos y Centroamérica han sido la de menores crecimiento

---

# Exportaciones Según Exportador

# Información por Empresa Exportadora

---

- Confidencialidad de la información: Se trabajó utilizando códigos de exportador
- En promedio un **92%** de las exportaciones se identifican a un código de exportador

Exportador	2001	2002	2003	2004	2005
Total Exportado	684,926,305	853,431,332	907,792,332	897,952,899	1,078,839,057
Exportador No Identificado	54,642,509	95,269,739	79,302,587	62,676,947	71,948,126
% No identificado	8%	11%	9%	7%	7%



# Numero de Exportadores



- Alto Numero de Exportadores
- Sin Embargo, baja recurrencia de exportadores durante este periodo
- Con una alta dispersión en montos exportados
- Y una alta concentración en un numero reducido de empresas

# Baja Recurrencia de Exportadores

Año	Comparación con Relación al año anterior			% de Recurrencia
	Nuevos (No recurrentes)	Recurrentes	Total Exportadores	
2002	1,046	1,224	2,270	<b>46%</b>
2003	1,171	1,243	2,414	<b>49%</b>
2004	1,076	1,304	2,380	<b>45%</b>
2005	1,189	1,301	2,490	<b>48%</b>

# Numero de Exportadores, según el monto exportado durante cada año

	2001	2002	2003	2004	2005
Exportador / Monto	2,314	2,269	2,413	2,379	2,489
Exp < US\$ 5,000	983	804	895	1,004	952
Exp > US\$ 5,000	1,330	1,464	1,517	1,374	1,536
Exp. >10,000	1,077	1,200	1,234	1,120	1,271
Exp. >25,000	776	852	898	781	928
Exp >50,000	569	647	668	584	691
<b>Exp &gt;100,000</b>	<b>418</b>	<b>469</b>	<b>483</b>	<b>414</b>	<b>505</b>
Exp >250,000	245	281	285	211	287
Exp >500,000	154	164	174	134	172
Exp >1,000,000	91	94	99	75	106
Exp >5,000,000	19	21	25	20	22
Exp >10,000,000	6	10	11	7	11
Exp >15,000,000	3	7	6	5	7
Exp >25,000,000	2	3	4	2	4
Exp >50,000,000	2	2	2	1	2

# Numero de Exportadores y Recurrencia durante los últimos 5 años ...



# Exportaciones según la recurrencia de las exportaciones - Ajustado por Falcombridge y Exportadores no Identificados – US\$

Frecuencia del Exportador	2001	2002	2003	2004	2005
5 años	394,324,314	495,182,638	516,172,969	368,118,757	524,590,958
4 años	31,027,516	49,894,598	50,971,797	28,239,866	32,852,604
3 años	21,726,029	18,612,175	31,261,520	20,104,481	24,361,681
2 años	24,485,968	21,585,786	16,896,214	31,002,114	34,103,339
1 año	21,473,272	18,032,008	13,450,914	8,179,556	30,719,804
<b>Total</b>	<b>493,037,099</b>	<b>603,307,205</b>	<b>628,753,414</b>	<b>455,644,774</b>	<b>646,628,386</b>
<b>5 años</b>	<b>80%</b>	<b>82%</b>	<b>82%</b>	<b>81%</b>	<b>81%</b>
<b>4 años</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>6%</b>	<b>5%</b>
<b>3 años</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>
<b>2 años</b>	<b>5%</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>7%</b>	<b>5%</b>
<b>1 año</b>	<b>4%</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>
<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

# Clasificación Por Tamaño

---

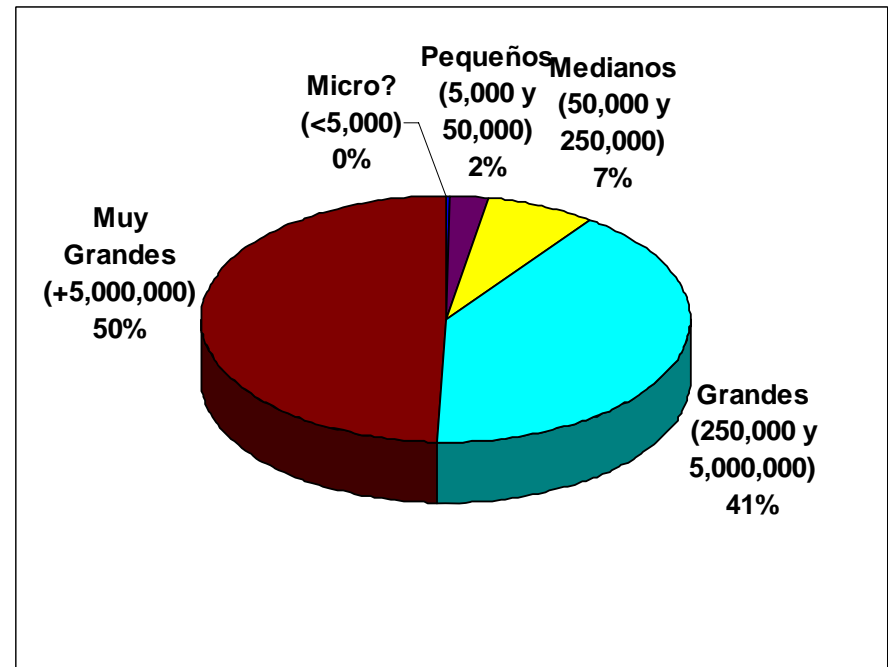
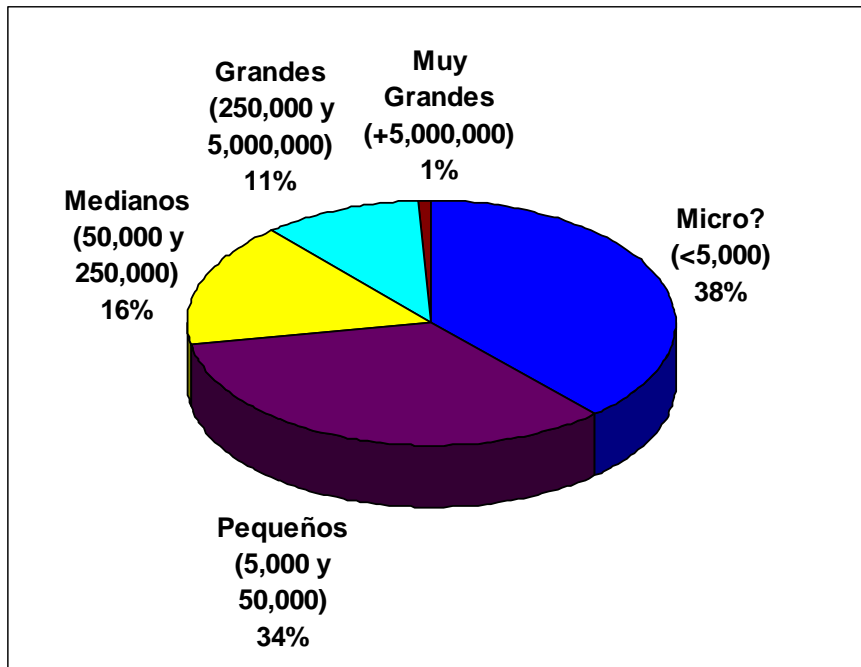
	2001	2002	2003	2004	2005
No. de Exportadores	2,314	2,269	2,413	2,379	2,489

Micro? (<U\$5,000)	984	805	896	1,005	953
Pequeños (5,000 y 50,000)	761	817	849	790	845
Medianos (50,000 y 250,000)	324	366	383	373	404
Grandes (250,000 y 5,000,000)	226	260	260	191	265
Muy Grandes (+5,000,000)	19	21	25	20	22

# 2005 – Excluye Falcombridge

	No. Exportadores	Exportado	% Numero	% Monto
Micro? (<5,000)	953	1,463,470	38%	0.2%
Pequeños (5,000 y 50,000)	845	16,163,728	34%	2.5%
Medianos (50,000 y 250,000)	404	47,706,146	16%	7.4%
Grandes (250,000 y 5,000,000)	265	261,689,311	11%	40.5%
Muy Grandes (+5,000,000)	21	319,605,731	1%	49.4%
<b>TOTAL</b>	<b>2,488</b>	<b>646,628,386</b>	<b>100%</b>	<b>100.0%</b>

# Segmentación de las Exportaciones – Según Tamaño del Exportador por el Monto Exportado





## Análisis de Grandes Exportadores:

Se registraron 91 exportadores con montos sobre los US\$250,000 de manera consistente en cada año, durante los últimos 5 años

- A pesar de esta consistencia en este grupo de empresas, se mantiene un alto grado de variabilidad en su ritmo de desempeño durante el periodo de análisis
- Un 56% de estas empresas tuvieron tasas de crecimiento positivas, y un 44% decrecieron sus exportaciones
- Se aprecia una alta volatilidad del mercado de exportación, inclusive en este grupo de empresas

	Numero de Empresas	% del numero de empresas
<b>Crecimiento +100%</b>	26	29%
<b>Crecimiento &lt;100% &gt;50%</b>	12	13%
<b>Crecimiento &lt;50% &gt;0%</b>	13	14%
<b>Decrecimiento</b>	<b>40</b>	<b>44%</b>
<b>Total</b>	<b>91</b>	100%

---

# Exportaciones Según Exportador por País de Destino

Énfasis en los mercados del Gran Caribe,  
Estados Unidos, y Europa

# Haití: Mercado en crecimiento con un alto número de exportadores no identificados

	2002	2003	2004	2005
Total Exportado	88,323,112	110,728,229	65,686,730	123,891,467
Exportadores No Identificados	45,320,977	60,042,446	35,831,583	55,407,361
% No Identificados	<b>51%</b>	<b>54%</b>	<b>55%</b>	<b>45%</b>

**Durante el 2005, las empresas que han exportado constante durante los últimos 4 años, representan el 75% de las exportadores identificados. Estas a su vez han crecido en un 73% durante este periodo, en comparación con un crecimiento del 40% para el total exportado ....**

	Numero de Exportadores	Monto Exportado 2005	Tasa de Crecimiento. 01/05
Crecimiento Total Exportaciones	N/A/	123,891,467	<b>40%</b>
Exportadores Totales	371	68,484,106	59%
Exportadores 4 años recurrentes	<b>59</b>	<b>51,560,860</b>	<b>73%</b>
Exportadores 3 años	26		
Exportadores 2 años	57		
Exportadores 1 año	229		

# Exportadores a Centroamérica

- bajo los niveles de exportaciones y número de empresas exportadoras
- A Guatemala, El Salvador y Nicaragua, menos de 10 empresas han exportado de manera consistente en los últimos 4 años.
- Para Costa Rica y Honduras menos de 15 empresas
- Apenas 2 empresas han exportado sobre los US\$100,000 a Costa Rica y a Honduras de manera constante durante los últimos 4 años.
- Ninguna ha tenido este desempeño para los otros tres países de CA

		2002	2003	2004	2005
<b>Guatemala</b>	<b>Monto Exportado</b>	<b>1,886,772</b>	<b>5,511,899</b>	<b>1,995,705</b>	<b>3,427,352</b>
	No. Exportadores	44	44	39	53
	Exportadores Sobre US\$100,000	6	10	8	6
	Exportadores Sobre US\$1,000,000	0	1	0	1
	Exportadores Recurrentes (4 años)				6
	Recurrent 4 años sobre los US\$100,000				0
<b>Costa Rica</b>	<b>Monto Exportado</b>	<b>3,253,344</b>	<b>4,405,958</b>	<b>2,984,264</b>	<b>4,252,046</b>
	No. Exportadores	49	60	49	56
	Exportadores Sobre US\$100,000	12	9	5	6
	Exportadores Sobre US\$1,000,000	0	0	0	1
	Exportadores Recurrentes (4 años)				13
	Recurrent 4 años sobre los US\$100,000				2
<b>El Salvador</b>	<b>Monto Exportado</b>	<b>977,926</b>	<b>1,915,131</b>	<b>513,959</b>	<b>1,893,384</b>
	No. Exportadores	22	25	24	40
	Exportadores Sobre US\$100,000	3	6	1	4
	Exportadores Sobre US\$1,000,000	0	0	0	0
	Exportadores Recurrentes (4 años)				5
	Recurrent 4 años sobre los US\$100,000				0
<b>Honduras</b>	<b>Monto Exportado</b>	<b>3,220,123</b>	<b>3,217,798</b>	<b>5,597,041</b>	<b>4,844,838</b>
	No. Exportadores	37	38	57	48
	Exportadores Sobre US\$100,000	9	8	11	9
	Exportadores Sobre US\$1,000,000	0	0	1	1
	Exportadores Recurrentes (4 años)				14
	Recurrent 4 años sobre los US\$100,000				2
<b>Nicaragua</b>	<b>Monto Exportado</b>	<b>1,276,946</b>	<b>641,837</b>	<b>1,263,613</b>	<b>2,299,534</b>
	No. Exportadores	29	23	27	34
	Exportadores Sobre US\$100,000	5	3	4	8
	Exportadores Sobre US\$1,000,000	0	0	0	0
	Exportadores Recurrentes (4 años)				5
	Recurrent 4 años sobre los US\$100,000				0

---

# Segunda Fase:

Entrevistas abiertas y de profundidad con empresas seleccionadas

# Metodología:

---

- ✓ Diseño de una Guía de Preguntas para las Entrevistas. No obstante, las entrevistas se realizarían a modo de conversatorio.
- ✓ CEI- RD suministró un listado de empresas en base a los resultados de la primera parte de este estudio.
- ✓ De este listado se seleccionaron empresas grandes, medianas y pequeñas.
- ✓ Se solicitaron las citas y se realizaron las entrevistas.
- ✓ Las entrevistas se realizaron a los Gerentes de Exportación y a los principales ejecutivos de la misma

# Entre los aspectos que contenía la guía para la Entrevista se encontraban ... I

---

¿Cómo han evolucionado (en promedio) sus exportaciones durante el 2006 respecto del año previo, y como prevé usted que evolucionaran en el 2007?

¿Se encuentra su empresa actualmente exportando? ¿A qué mercados?  
¿Cuántos años ha exportado su empresa?

¿Para usted, de qué depende el incremento de sus ventas al exterior?

¿Qué acciones concretas ha realizado su empresa para generar nuevos mercados externos?

¿Cómo define su empresa el mercado exterior en el que desea incursionar?  
¿Cómo obtiene información de sus clientes en estos mercados?

Desde su perspectiva, ¿en qué ventajas competitivas se deben enfocar las empresas locales para poder competir en el mercado global?

# Continuación .... II

---

¿Cuáles son los principales factores para que una empresa pueda competir globalmente?

¿Cuáles son las restricciones más importantes que enfrentan las empresas locales y limitan la expansión a mercados internacionales? ¿Cuál considera usted es la barrera interna más significativa para la exportación?

Mencione las áreas donde su compañía ha experimentado dificultades para exportar sus productos o servicios. ¿Recurrió a alguna asistencia para lidiar con las mismas?

¿Considera usted que su empresa se beneficiaría de asesorías técnicas sobre exportaciones? (Información de mercado, Oportunidades de Negocios)

¿Conoce usted de algún programa de incentivos a las exportaciones?

En términos de incrementar las exportaciones: ¿Que incentivos o acciones cree usted que debería realizar el gobierno?



# Empresas Entrevistadas

---

- Industrias Nacionales
- Polyplas Dominicana
- Termopac Industrial
- FERSAN
- Cano Industrial
- Aluminio Dominicano
- Smurfit Kappa
- La Nacional Industrial
- Materias Primas, CxA (MAPRICA)
- Colchones La Reina
- Brugal & Cia.
- Export Alum, Inc.
- La Fabril (Santiago)
- Cluster 30 empresas de Confecciones Textiles – (Santiago)
- Cluster de 35 empresas Muebles (Santiago)
- NESPLAST
- Bon Agroindustrial
- Free Water Development, Corp.
- Duragas del Caribe
- COPEL

# Principales Resultados

---

- A pesar de que la totalidad de los entrevistados exportan, y en su gran mayoría de manera sistemática, el proceso para la 1era Exportación fue no planificado.
  - Las primeras exportaciones se realizaron por acercamiento directo del cliente extranjero, en su gran mayoría de la región del caribe, recomendaciones de clientes locales, etc. No correspondieron a una política deliberada de exportación, ni al diseño previo de un plan o departamento de exportación.
    - La mayoría de las Pymes no cuentan con un plan o política de exportación deliberado.
    - Lo mismo sucedía con empresas mediadas en sus inicios
    - El interés vino de afuera
- En la mayoría de las empresas no existe actualmente un departamento formal de exportación
  - El departamento de ventas maneja el área de exportación, con vendedores que visitan esporádicamente a los países vecinos.
- El acceso a información de los mercados extranjeros potenciales de exportación es difícil y costoso de obtener
  - No existe un centro de documentación local para buscar datos básicos de los mercados regionales o datos específicos sobre su producto, incluyendo:
    - Canales de distribución, tamaño de mercado, competencia, gustos y preferencias
  - Desconocimiento sobre como hacer negociaciones en cada uno de los mercados regionales, incluyendo aspectos culturales y costumbres comerciales
    - En el caribe existe una alta diversificación cultural incluyendo religión e idioma
    - Marco legal

# Principales Resultados

---

- Desconocimiento del cliente y su historial para fines de crédito
  - Pymes no ven claro beneficio de exportar por tramites y falta de garantías de pagos
  - Paradoja entre uso de Distribuidor o venta directa
    - Ventajas del distribuidor: volumen, conocimiento, simpleza
    - Desventajas: precio, reducción de los márgenes de beneficios, crédito, bajo poder de negociación
- Percepción de no contar con una marca país bien posicionada para el mercado industrial de exportación, particularmente en el mercado de Puerto Rico.
  - Necesidad de fomentar la calidad de los productos, a nivel general, en dichos mercados
  - Bajo cumplimiento en pedidos de ordenes (tiempo / calidad)
- Misiones Comerciales no han sido lo suficientemente focalizadas o provechosas debido a su organización
- Limitaciones Operacionales a lo interno del mercado nacional
  - Despacho portuaria es una traba a la exportación
  - Altos costos de fletes, baja opciones de servicios hacia el mercado regional
- Cuando existe controversias con clientes no tienen donde quien acudir – agencia de compro compulsivo internacional o Bureou de Credito internacional, desconocimiento de aspectos legales (distribuidor, registro de marcas, normativa que rigen los productos)
- Baja calificación sobre utilidad del CEI-RD tanto en:
  - Identificación de mercados – oportunidades de negocios, baja percepción sobre las ferias de negocios
  - Información de mercados
  - Asistir en solución de conflictos

# Principales Resultados

---

- Poca mano de obra especializada en mercados de exportación
- Bajo acceso a crédito para exportaciones

# Principales Mensajes

---

- ✓ Mejorar el acceso al financiamiento comercial dirigido a Exportaciones
- ✓ Falta de asistencia técnica. Cuando se presentan dificultades empresas sienten que no tienen donde acudir en ayuda.
  - ✓ Crédito
  - ✓ Legal
- ✓ Información de Mercado debería de ser facilitada por las instituciones gubernamentales correspondientes. Actualmente, la obtienen por su cuenta (embajadas, viajando a los mercados de manera directa, etc). Alto costo
- ✓ Carencia de Estudios de productos y mercados específicos que abarquen: Información de Mercado, Mecanismos de Pago, aspectos culturales, etc.

# Principales Mensajes (2)

---

- ✓ Falta y desconocimiento de programas de incentivo a la exportación.
- ✓ Carencia de organización y de difusión pública de las misiones comerciales planificadas por las Instituciones gubernamentales correspondientes.
- ✓ Despacho portuario es traba a las exportaciones. (Lento, burocrático, el factor político pesa mucho)
- ✓ Servicios Navieros limitados. Elevados costos y lentitud en el movimiento de la mercancía.
- ✓ Creación de Oficinas Comerciales en los principales mercados de exportación para la RD.

# Principales Mensajes (3)

---

- ✓ Asistencia en diseños de Planes de Exportación.
- ✓ Desde el punto de vista industrial, no se cuenta con imagen país muy bien posicionada.
- ✓ Mejorar la educación técnica de la mano de obra manufacturera e industrial con el objetivo de levantar la percepción de calidad de los productos dominicanos en los mercados internacionales

# Recomendación

---

- Necesidad de empujar a nivel institucional, tanto empresarial como sector oficial, para que las exportaciones no sean coyunturales o reactivas, sino que se desarrollen dentro del plan estratégico de las empresas
  - No vía CEI – RD: tercera institución
  - Planificación estrategia y gerencial - Plan de Exportación
  - Aspectos organizacionales estructura interna (ventas / mercadeo)
  - Aspectos de investigación de mercado -
  - Plan de exportación / estructuración interna
- Centro de información y gestión conjunta pública privada que tenga información actualizada sobre los diferentes mercado de exportación
  - Inteligencia Comercial - Información actualizada
  - No existe intercambio de información de las empresas que exportan
- Oficina de Exportación regionales o centros de exhibición de mercancías o ferias
  - Con participación de los vendedores del CEI por comisión
- Mejoría del entorno nacional para facilitar las exportaciones
  - Educación...



# Anexos:

---

- Exportaciones al Área del Caribe 2002 – 2005, según tamaño de exportador
- Exportaciones RD 2005 – Análisis por capítulo
- Guía de la Encuesta