

ASOCIACIÓN DE INDUSTRIA DE LA REPÚBLICA DOMINICANA

ESTUDIOS DE MERCADO LOCAL Y
EXTRANJERO, CAPACITACIÓN Y
ASISTENCIA TÉCNICA EN EXPORTACIÓN,
PARA EL SECTOR CLUSTER DOMINICANO
DE LIMPIEZA





Tabla de contenido

1. Introducción	5
2. Principales variables socioeconómicas	7
2.1. Sociales.....	7
Población.....	7
Crecimiento de la población.....	7
Distribución de la población en base a edades.....	7
Edad promedio	7
Tasa de natalidad	7
Tasa de mortalidad.....	7
Tasa de migración neta	8
Religión.....	8
Idioma.....	8
Educación.....	8
Pobreza	9
2.2. Macroeconómicos.....	13
Moneda.....	13
PIB.....	13
PIB per cápita	14
PIB per cápita, PPA.....	14
PIB – Tasa de crecimiento real.....	15
Inflación	16
Turismo.....	17



2.3. Infraestructura y Servicios.....	20
Territorio	20
Acceso a agua potable	20
Producción de energía eléctrica	20
Usuarios de internet.....	20
Carreteras.....	21
Aeropuertos	21
Puertos marítimos.....	21
2.4. Variables Competitivas	23
Costos de importación	23
Índice de calidad institucional	23
Índice de desempeño logístico	23
Documentos exigidos para poder importar	24
Índice de facilidad para hacer negocios.....	24
Tasa tributaria total (% de utilidades comerciales)	24
3. Oferta y Demanda	25
3.1. Oferta	25
3.2. Demanda.....	25
4. Comercio Exterior	26
4.1. Balanzas	26
Balanza por cuenta corriente	26
Balanza comercial	26
Balanza comercial con respecto al PIB	27
Inversión extranjera directa.....	28
Inversión fija bruta	28



4.2. Tratados comerciales	29
4.3. Importaciones.....	29
Ranking de países	29
4.4. Importaciones por código arancelario	33
Código HTS: 3402.20 / Código NAIC: 325611.....	33
4.5. Exportaciones	34
Ranking de países	34
4.6. Exportaciones por código arancelario	35
Código HTS: 3402.20 / Código NAIC: 325611.....	35
5. Medidas que afectan directamente a las importaciones	36
5.1. Registro, documentación y procedimientos.....	36
5.2. Derechos de aduanas, otros derechos e impuestos	37
6. Consideraciones Generales.....	39
7. Bibliografía.....	42



1. Introducción

La Asociación de Industrias de la República Dominicana ha venido trabajando desde hace varios años en el fortalecimiento de la industria dominicana, desarrollando varias iniciativas todas enfocadas en la mejora de la competitividad y particularmente en el desarrollo de capacidades asociativas, cadenas de valor, clúster entre otras.

Se trata de un esfuerzo tremendamente útil no solo para la industria sino para el país, que además está a tono con las principales acciones que desarrollan instituciones empresariales, gubernamentales nacionales e internacionales, organismos de cooperación internacional, entre otros. En el mundo de la empresa, cuando se habla de competitividad ya la discusión gira en temas como la innovación, la tecnología, la cooperación inter empresarial, la internacionalización, la mejora de la gestión, y es aquí precisamente que se ha venido enfocando la AIRD en sus acciones hacia su sector.

Al mismo tiempo la AIRD ha venido convocando y haciendo alianzas con organismos públicos y privados, como el Consejo Nacional de competitividad (CNC) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) para impulsar estas iniciativas en el país, tomando la iniciativa y el liderazgo en esta materia.

En esta ocasión y dentro del marco del proyecto: “ESTUDIOS DE MERCADO LOCAL Y EXTRANJERO, CAPACITACIÓN Y ASISTENCIA TECNICA EN EXPORTACIÓN, PARA EL SECTOR CLUSTER DOMINICANO DE MOLINERÍA Y LIMPIEZA” la AIRD y los sectores involucrados, Molinería y Limpieza, han venido trabajando para impulsar la internacionalización de cada uno de los sectores, proponiendo varias iniciativas, entre ellas un estudio de mercado de dos países, Puerto Rico y Haití.

Dentro de este marco, el estudio de mercado que se presenta tiene como objetivo orientar, dar un panorama, ofrecer una perspectiva, de cada uno de estos mercados y en cada uno de los sectores. Es un estudio hecho desde afuera sin la posibilidad de estar en cada uno de los países, recurriendo a las mejores fuentes de información posibles, y tratando de generar los suficientes datos para que ofrezcan una visión lo más realista posible y que ayude a las empresas a tomar decisiones.

El concepto más general de un estudio de mercado nos lo ofrece la enciclopedia global Wikipedia: “El estudio de mercado consiste en una iniciativa empresarial con el fin de



hacerse una idea sobre la viabilidad comercial de una actividad económica”, y es este concepto importante porque dice, “hacerse una idea”, y de eso se trata precisamente. Los empresarios antes de incursionar en un mercado deben observar el presente y futuro del país, la realidad de su economía y su sociedad, de los consumidores, de sus sectores productivos.

Según un artículo de los expertos Terry H. Grapentine y Dianne Altman Weaver, publicado en la prestigiosa revista de Harvard –Deusto review, “... el propósito de un estudio de mercado es mejorar la toma de decisiones “; un estudio de mercado busca guiar esa toma de decisiones no impulsarlas, como a veces tenemos al tentación. El peor consejero cuando se está incursionando en la internacionalización del negocio es actuar por impulso, por criterios sin base técnica e informal.

Volviendo a este estudio sobre Puerto Rico en particular, debemos decir que ofrece mucha información de calidad para ayudar a tomar decisiones de calidad, para pensar en el mediano plazo y no en el corto plazo, pero debemos advertir la realidad de la escasez de información detallada por ser Puerto Rico una región de Estados Unidos donde mucha de la información está entramada en la data Federal, donde no es nítida la información porque tanto la data de importaciones y exportaciones están la mayoría de las veces escondida dentro de la data nacional, así como otra vinculada a variables económicas y sociales.

Al mismo tiempo para este estudio no ha sido posible la observación en campo, herramienta muy importante, pero también bastante costosa, para poder llegar a elementos de juicio más precisos, como por ejemplo características de los consumidores, hábitos de consumo, detalle de los competidores, además que se trata no de un producto en particular de una empresa, sino de muchos productos de un sector. De nuevo este estudio ofrece una perspectiva excelente del país y su potencialidad, y del sector en su conjunto y estamos seguros que serán de mucha utilidad para el clúster y sus empresas.



2. Principales variables socioeconómicas

2.1. Sociales

Población

10.461.500 habitantes

Hombres: 49,41%

Mujeres: 50,59%

Crecimiento de la población

Crecimiento de la población					
	2010	2011	2012	2013	2014
% de crecimiento	1.3%	1.4%	1.4%	1.4%	1.4%

Distribución de la población en base a edades

0-14 años: **36%**

15-24 años: **21,6%**

25-54 años: **35,3%**

55-64 años: **5%**

65 años y más: **4,1%**

Edad promedio

17.9 años

Tasa de natalidad

22.83 nacimientos/1,000 habitantes

Tasa de mortalidad

7,91 muertes/1.000 habitantes



Tasa de migración neta

Esta variable incluye la cifra correspondiente a la diferencia entre el número de personas que entran y salen de un país durante el año por cada 1000 habitantes. La tasa neta de migración indica la contribución de la migración al nivel total de cambios demográficos. Altos niveles de migración pueden causar problemas tales como el aumento del desempleo y posibles conflictos étnicos (si las personas están llegando a un país) o una reducción en la fuerza laboral, quizás en sectores clave (si las personas dejan un país). En Haití existe una emigración a gran escala, principalmente a los Estados Unidos, pero también a Canadá, la República Dominicana, las Bahamas y otras regiones del Caribe. Aproximadamente uno de cada seis haitianos vive fuera de Haití (muchas veces estos datos no están reflejados en los registros oficiales).

Migración neta

	2010	2011	2012	2013	2014
Tasa (personas/1000 habitantes)	-9.75	-8.32	-6.9	-5.5	-4.12

Religión

Católicos 80%, protestantes 16%

Idioma

Francés (oficial), Creole (oficial), español (no oficial)

Educación

En Haití las personas mayores de 15 años que saben leer y escribir alcanzan un 52.9%. Según informes del Banco Mundial, la matrícula escolar aumentó del 78% al 90%, muy cerca de la meta de lograr la escolarización de toda la población infantil. Sin embargo, muchos niños abandonan la escuela o tienen que repetir curso. Menos del 60% logra llegar al último grado de la enseñanza primaria; y el bajo nivel educativo es uno de los determinantes principales del desempleo.

En comparación con sus vecinos de América Latina y el Caribe, Haití tiene la mayor proporción de adultos sin educación.



Aunque la educación pública es gratuita, escuelas privadas y parroquiales proveen cerca del 75% de los programas educativos y menos del 65% de los elegibles para la educación primaria están inscritos en ella. A nivel secundario, esta cifra cae al 15%. Sólo un 63% de los inscritos terminará la educación primaria. Aunque los haitianos valoran la educación, muy pocos pueden cubrir los costos de enviar a sus hijos a escuelas secundarias. Las remesas enviadas por haitianos viviendo en el extranjero son de vital importancia a la hora de pagar los costos educativos.

Pobreza

El Banco Mundial publica un informe con respecto a la situación de pobreza en Haití, publicado en el año 2014. El estudio detectó tendencias que presentamos a continuación:

1. Entre 2000 y 2012 bajó el porcentaje de personas que viven en la extrema pobreza - con un dólar o menos al día- del 31% al 24% a nivel nacional y del 20% al 5% en la zona de Puerto Príncipe. Más de 200.000 personas han salido de la pobreza.
2. Sin embargo, el alto nivel de vulnerabilidad amenaza estas mejoras: Cerca de 2,5 millones de haitianos no pueden darse el lujo de cubrir sus necesidades básicas de alimentación, y un millón se encuentran en peligro de caer en la pobreza.

Las mejoras en la reducción de la pobreza fueron impulsadas principalmente por la ayuda internacional (tras el terremoto), las remesas y el aumento de empleos mejor pagados en la construcción, el transporte y las telecomunicaciones, sectores que también recibieron una gran cantidad de las inversiones de la comunidad internacional como parte de la reconstrucción.

3. Haití sigue siendo el país con mayor desigualdad de ingresos en el continente, y uno de los países más desiguales del mundo. El 20% más rico de los hogares posee el 64% de los ingresos totales en el país y el 20% más pobre tiene sólo el 1%.

4. Existe una creciente brecha entre Puerto Príncipe y el resto del país. Más del 80% de quienes padecen pobreza extrema viven en las zonas rurales. Las familias que viven en el norte y el suroeste del país trabajan duro para producir alimentos, pero no obtienen suficientes ingresos a cambio. Los eventos extremos del clima, la falta de fertilizantes, pesticidas y semillas, y el acceso limitado a los mercados son algunos de los impedimentos que enfrentan.



Esta profunda brecha rural-urbana también se observa cuando se trata de acceso a los servicios. Sólo el 16% de las personas en las zonas rurales tienen acceso a un saneamiento mejorado, en comparación con el 48% en las ciudades.

Para muchas familias la migración se ve como una forma de salir de la pobreza. Durante ese período (2000 – 2012), el 20% de la población ha migrado dentro del país. Por ejemplo los migrantes educados que trabajen en Puerto Príncipe ganan, en promedio, entre un 20% y un 30% más que si se hubiesen quedado en su pueblo o ciudad de origen.

La situación social y política de Haití es un elemento central para entender lo que pasa en ese país, por lo tanto nos detendremos en este aspecto como un elemento central para entender lo que allí pasa y que debe ser conocido y tomado en cuenta para cualquier exportación e inversión de dominicanos en Haití.

Haití es en la actualidad el país más pobre del continente americano. Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) ocupa el puesto 108 en el índice de desarrollo humano, donde el 65 % de la población vive por debajo de la línea de la pobreza y en cuanto a la esperanza de vida no supera los 50 años. Un número significativo de personas no tiene trabajo (cerca de un 80 por ciento), ni acceso a la salud (casi el 90 por ciento).

En relación a la vida diaria de los pobladores, compran el agua por la calle a una suerte de aguadores, que con enormes recipientes sobre su cabeza ofrecen el vital líquido. Es común ver a la gente bañarse en la calle en aguas nauseabundas, y dormir a la intemperie en casas rudimentarias entre escombros y basura.

Las condiciones de vida y salud son de las más precarias del mundo. La pobreza es el denominador común de una población con índices sanitarios muy graves. El 47 % de los haitianos sufre de desnutrición crónica y de los que sobreviven, un 60 % muere de VIH-SIDA, siendo ésta la tasa más alta en el Caribe, según la Organización Mundial de la Salud (OMS).

La situación política vale la pena unos comentarios, en el sentido que este aspecto ha sido determinante en el devenir de este país las últimas décadas. Desde regímenes autoritarios, ineficientes, sanguinarios, etc. y este aspecto tiene mucho impacto en



República Dominicana, no solo por la cercanía territorial sino por el impacto social que esto significa.

En enero pasado cesó una tercera parte del Senado haitiano, del que ya cesó otra tercera parte, y la totalidad de la Cámara de Diputados, visto así plantea una fuerte crisis institucional, si se toma en cuenta que Haití tiene un régimen parlamentario, Haití ha sido incapaz de realizar elecciones porque los actores políticos de ese país no han podido ponerse de acuerdo en establecer reglas de juego para ese proceso, en última instancia, el presidente Michel Martelly puede convocar de manera administrativa a elecciones, lo que sin duda generaría reacciones de sus opositores.

En medio de todo ese panorama marchan las conversaciones en el marco de la Comisión Mixta Bilateral con República Dominicana y además el Gobierno dominicano tiene en marcha un Plan de Regularización de Extranjeros y repatriación de haitianos que requiere que el gobierno haitiano documente a sus ciudadanos que residen aquí de manera ilegal. Este proceso ha significado un impacto político y mediático internacional de grandes proporciones y tendrá un impacto en el futuro de las relaciones.

Al mismo tiempo el ambiente y el reconocimiento de los dominicanos en Haití es tema de preocupación para los dos países, lo que ha llevado a episodios de enfrentamientos e inseguridad.

Según el Movimiento Sociocultural para los Trabajadores Haitianos (MOSCTHA) en un análisis de la situación social después del terremoto la situación descrita es la siguiente: “Cabe mencionar que después del terremoto, el país tenía más de medio millón de personas desplazadas en campamentos. Para responder a tal emergencia, la comunidad internacional en marzo de 2010 en la conferencia de donantes involucra una propuesta 5.3 mil millones de dólares estadounidenses para la reconstrucción sostenible de Haití. Cinco años han pasado y el discurso oficial de las organizaciones internacionales es optimista, a pesar de la sucesión de desastres que han afectado al país desde inundaciones, huracanes, epidemias, etc. Si durante el terremoto la sociedad civil haitiana en gran parte no ha sido tomada en cuenta para la reconstrucción de su país, sin embargo, la ayuda de emergencia estaría logrando sus objetivos, según los dichos del gobierno del presidente Michel Martelly, los campamentos de desplazados internos desaparecen, el número de personas que vivían en tiendas de campaña han pasado de



1,5 millones a 800.000 en el mes de abril 2011, cuatro meses antes de la aplicación del proyecto 16/16 efectuado en 16 barrios y Campamentos de la capital haitiana. O sea aproximadamente 700.000 personas han abandonado los campamentos según Harry Adam quien maneja la unidad pública de construcción de alojamientos. El 19 de agosto de 2011, una encuesta de la Organización Internacional de las Migraciones (OIM), la cual ha sido una de las organizaciones implicada en la reubicación de las familias que viven en campamentos de la capital mediante el proyecto 16/16 (encabezado por el Ingeniero Belizaire Clement por un monto estimado en 78 millones de dólares) celebrada con el apoyo del grupo del sector de gestión de campo mostró una disminución del 61% es decir unos 427.000 personas.

El número de campamentos cayó por debajo de 1.000 en mayo de 2012 y el número de personas desplazadas ha pasado de 600.000 a 594.000 en el mismo mes, según la presentación del informe hecha por el Ingeniero Belizaire Clement el miércoles 10 de octubre de 2012. Sin embargo, Amnesty International denunció la expulsión forzada de hogares en los Campamentos porque están situados en tres cuartas partes en tierras privadas y las condiciones de vida en los 123 campamentos que quedan hasta la fecha son aun cada vez más difícil: un tercio de los residentes no tienen acceso a letrinas y el aumento de los casos de cólera se ha producido en los últimos meses del año 2014. La epidemia ha matado a 8.000 haitianos.

Menos de 20 % de la alternativa de realojamiento propuesta puede ser considerada sostenible. Quinientos millones de dólares, gran parte de los fondos de asistencia de vivienda, se gastaron para la construcción de 114.000 "T-refugios" refugios temporales destinados a durar de tres a cinco años. Su costo unitario estimado estaba en 1.500 dólares y fue elevado después a 4.226 dólares y muchos de ellos están en malas condiciones. Los programas temporales empiezan con buenas intenciones, pero son sólo un yeso en una pierna de madera, dice Chiara Liguori quien es responsable de Amnesty International del Caribe. Si bien los programas de reconstrucción han tomado el relevo".



2.2. Macroeconómicos

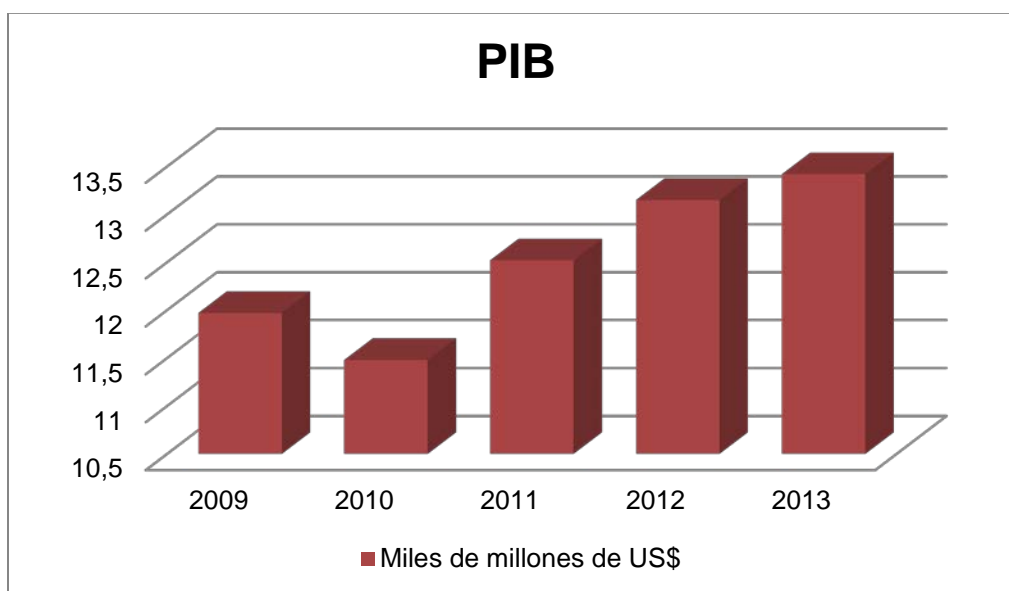
Moneda

Gourde Haitiano (HTG)

Tasa de cambio actual 1US\$ = 56,44 HTG

PIB

Esta variable da el producto interno bruto (PIB) o el valor de todos los bienes y servicios finales producidos dentro de una nación en un año determinado.

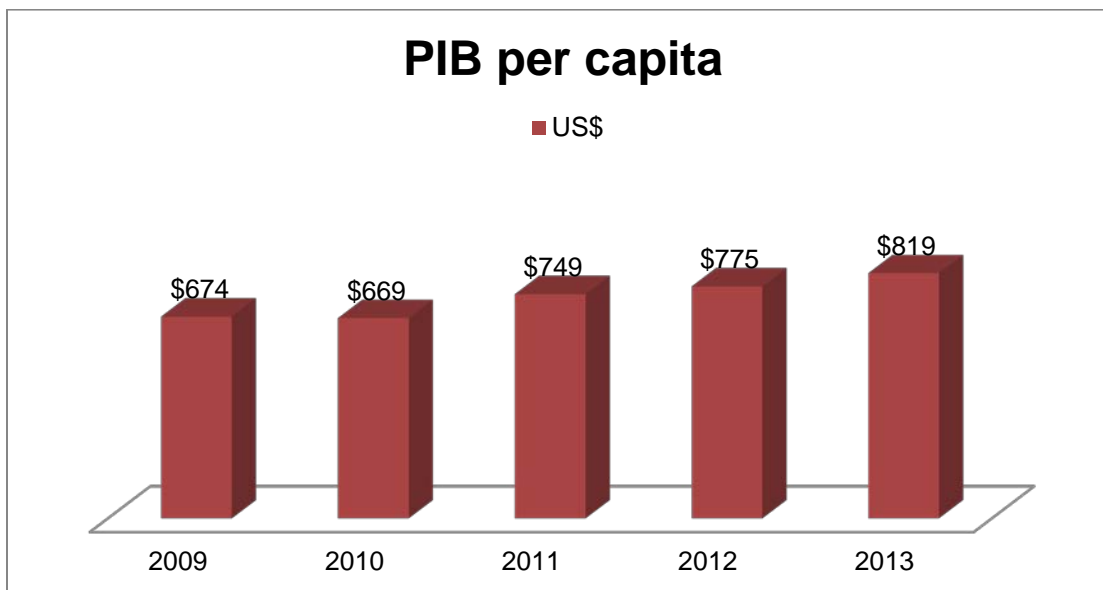


PIB

	2009	2010	2011	2012	2013
Miles de millones de US\$	11.97	11.48	12.52	13.15	13.42



PIB per cápita



PIB per cápita

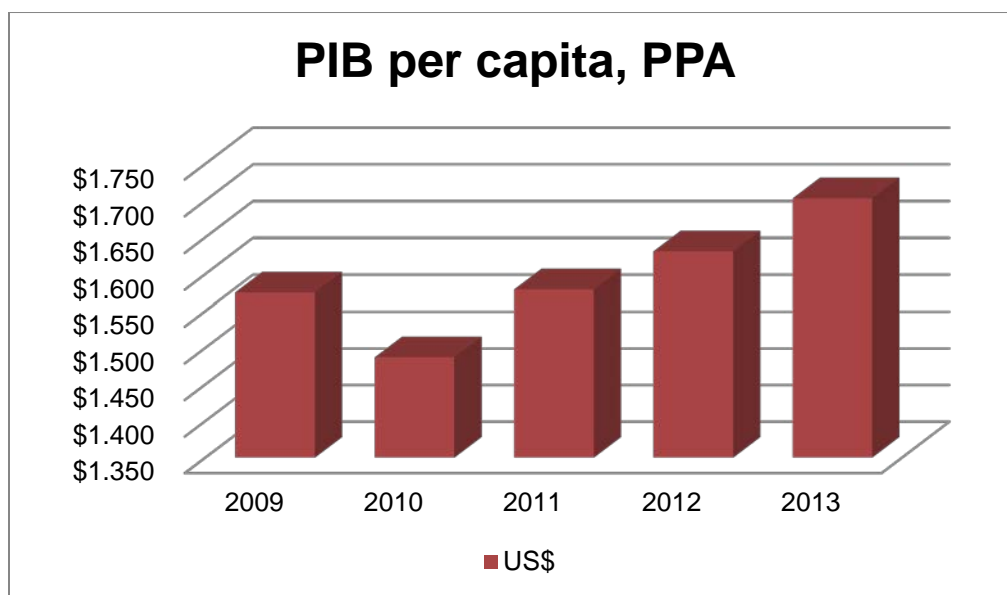
	2009	2010	2011	2012	2013
US\$	\$ 674	\$ 669	\$ 749	\$ 775	\$ 819

PIB per cápita, PPA

El PIB al tipo de cambio de paridad del poder adquisitivo (PPA) de una nación es la suma de valor de todos los bienes y servicios producidos en el país valuados a los precios que prevalecen en los Estados Unidos. Esta es la medida que la mayoría de los economistas prefieren emplear cuando estudian el bienestar per cápita y cuando comparan las condiciones de vida o el uso de los recursos en varios países. La medida es difícil de calcular, ya que un valor en dólares americanos tiene que ser asignado a todos los bienes y servicios en el país, independientemente de si estos bienes y servicios tienen un equivalente directo en los Estados Unidos (por ejemplo, el valor de un buey de carreta o equipo militar no existente en los Estados Unidos). Como resultado, estimaciones PPA para algunos países se basan en una canasta pequeña de bienes y servicios. Además,



muchos países no participan formalmente en el proyecto PPA del Banco Mundial que calcula estas medidas, por lo que el resultado de las estimaciones del PIB de estos países puede carecer de precisión. Para muchos países en desarrollo, las estimaciones del PIB basados en PPA son múltiples del PIB al tipo de cambio oficial (PIB TCO). La diferencia entre los valores del PIB TCO y los valores del PIB PPA es mucho más pequeña para la mayoría de los países ricos industrializados.

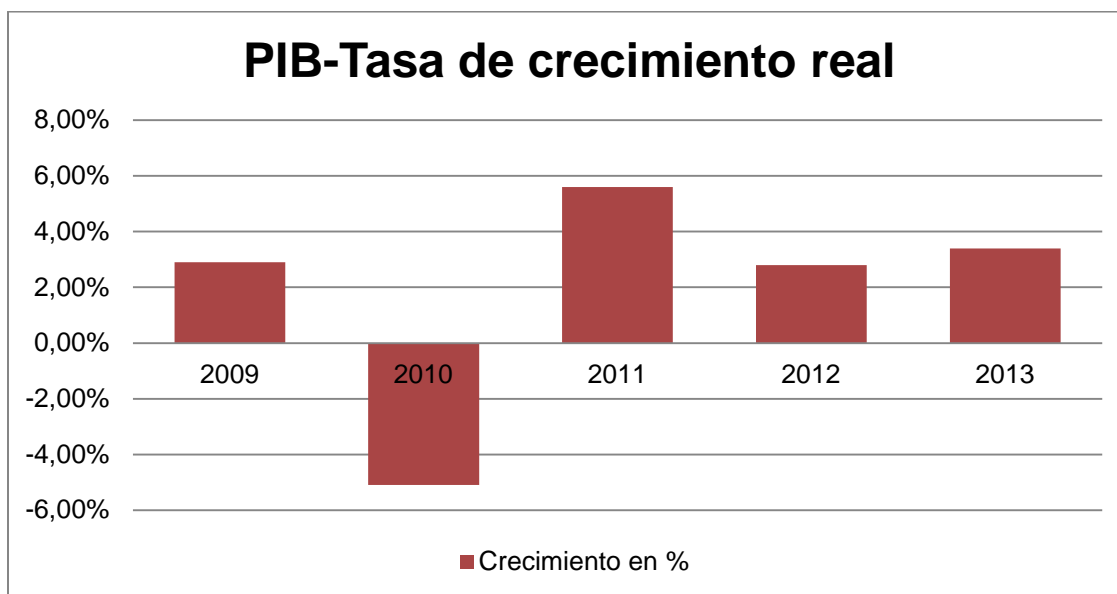


PIB per cápita, PPA

	2009	2010	2011	2012	2013
US\$	\$ 1,575	\$ 1,487	\$ 1,579	\$ 1,631	\$ 1,703

PIB – Tasa de crecimiento real

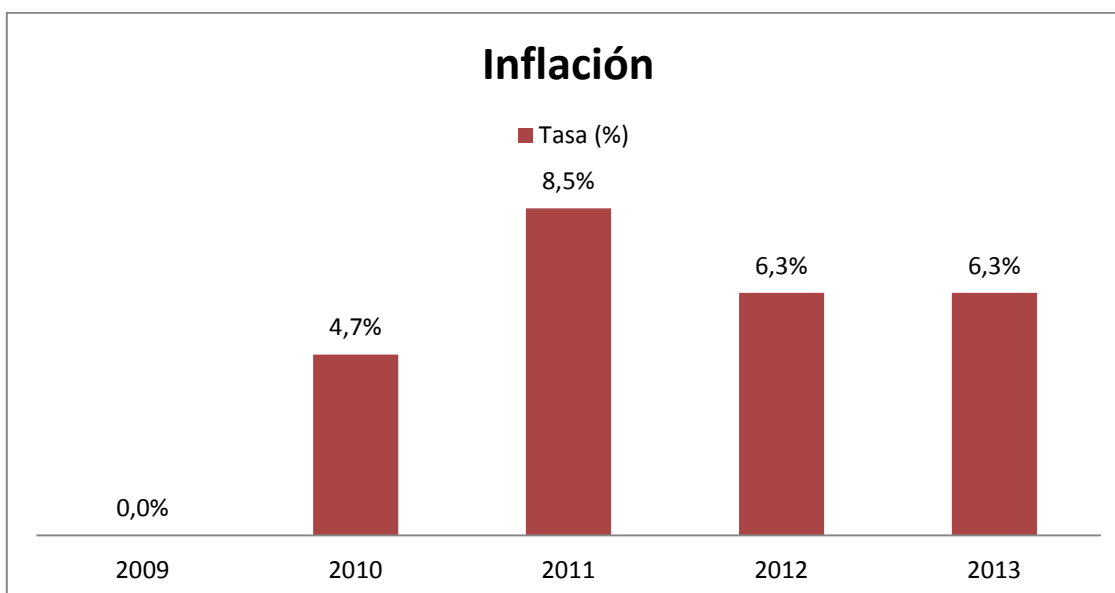
Esta variable da el crecimiento anual del PIB ajustado por la inflación y expresado como un porcentaje.



PIB – Tasa de crecimiento real

	2009	2010	2011	2012	2013
Crecimiento en %	2.90%	-5.10%	5.60%	2.80%	3.40%

Inflación



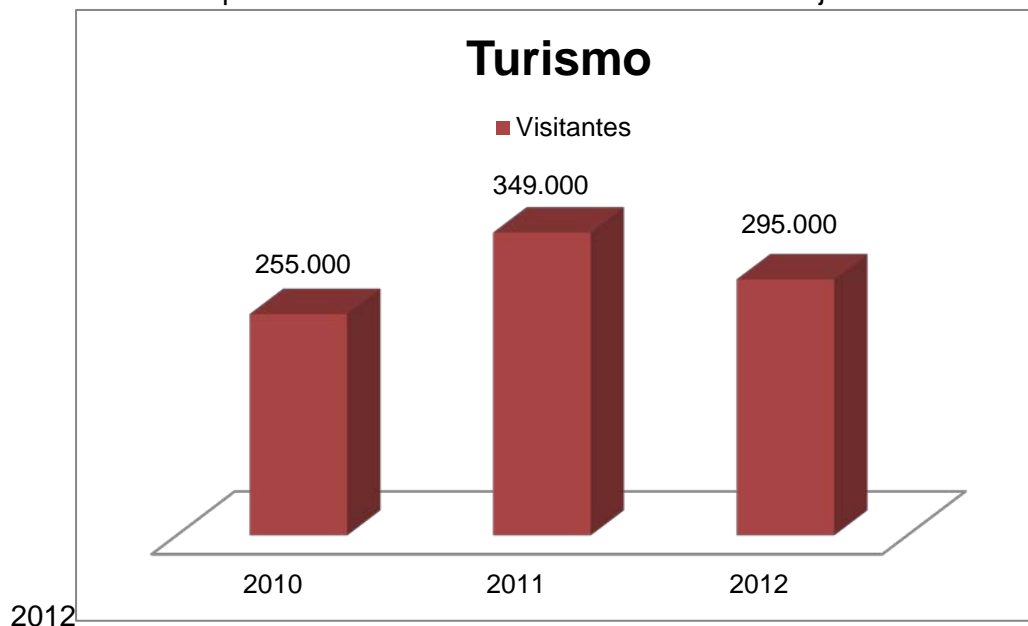


Tasa de Inflación

	2009	2010	2011	2012	2013
Tasa (%)	0.0%	4.7%	8.5%	6.3%	6.3%

Turismo

A continuación presentamos el número de visitantes extranjeros a Haití desde 2010 a



Turismo			
	2010	2011	2012
Visitantes	255,000	349,000	295,000

La situación económica de Haití en sus principales variables macroeconómicas arrojó resultados relativamente buenos, si bien el desempeño ha sido menos favorable que lo esperado en un inicio por las autoridades. Según el último informe de la Comisión económica para América Latina (CEPAL) presentada en Julio del 2015 hace un análisis que consideramos de interés resaltar, no solo por lo exhaustivo del mismo sino por la vigencia del mismo : “ El PIB creció un 3,5% (frente a un 4,3% en 2013), impulsado por la expansión de la industria manufacturera (7,3%), la construcción (9,2%) y el comercio (12,8%), así como por una evolución que se anticipa favorable del sector agrícola.



El déficit fiscal –si bien es menor que lo programado en el marco del Servicio de Crédito Ampliado con el Fondo Monetario Internacional (FMI), cuya octava y última revisión concluyó en noviembre– se elevó a un 4,6% del PIB (en base caja). Entre octubre de 2013 y septiembre de 2014, la inflación promedio anual (3,7%) se redujo a la mitad de la registrada en el período respectivo de 2012 y 2013, gracias a una disminución sensible de los precios de algunos productos de importación (arroz, trigo y aceites) y una mayor oferta agrícola nacional.

La desaceleración de las exportaciones y de las importaciones (que crecieron un 5,3% y un 1,1%, respectivamente), así como los resultados favorables de las remesas (que aumentaron un 11%), propiciaron una ligera reducción (-4%) del déficit de la cuenta corriente de la balanza de pagos, que hoy representa el 6,2% del PIB.

Los ingresos tributarios crecieron un 5,3% en términos nominales, a pesar de la disminución de los ingresos arancelarios (-5,8%), gracias a un mejor desempeño de la recaudación directa (que se incrementó un 19,7%).

El crédito privado se incrementó un 5,5% en términos reales, pero mostró una desaceleración respecto de su evolución del año anterior (cuando creció un 11,4%), y se produjo una mayor dolarización (del 40% al 43% del total ofertado). El financiamiento monetario del BRH a las autoridades centrales fue considerable (del 1,3% del PIB, en comparación con el 0,7% del PIB en 2013). Al comparar el año fiscal 2014 con el año fiscal 2013, se observa que la depreciación cambiaria de la gourde respecto del dólar fue del 3,5% (frente al 3,7% en 2013) y originó intervenciones puntuales (ventas de divisas) del BRH. Las reservas internacionales netas (1.000 millones de dólares al cierre del año fiscal) tuvieron una merma del 18% (222 millones de dólares) en comparación con el monto del año fiscal 2013.

Las estimaciones de crecimiento del PIB en 2014 (3,5%) se sustentan mayormente en una evolución favorable del sector agrícola (si bien menos dinámica que en 2013) y en la mejora (o persistencia) de la tendencia observada de otros tres sectores clave, la industria manufacturera, la construcción y el comercio, hasta fines del tercer trimestre (junio) del año fiscal que termina en septiembre de 2014.

Los pronósticos para el sector agrícola –según informes recientes de la Coordinadora Nacional de Seguridad Alimentaria (CNSA)– son de moderado optimismo, ya que en



rubros significativos de cultivos básicos, como los cereales (maíz, sorgo y arroz), las leguminosas y los tubérculos, las cosechas de primavera (de junio a agosto) arrojaron disminuciones importantes respecto del año anterior. Ese desempeño obedeció tanto a factores climáticos (déficit hídrico, en un sistema fundamentalmente de agricultura de temporal), como a una menor disponibilidad de recursos financieros y de insumos (fertilizantes y semillas), que debieron ser provistos por las autoridades públicas (ministerio de agricultura).

En 2014, el sector industrial mostró un crecimiento (7,3%) ligeramente superior al de 2013 (6,7%), pero que estuvo bajo las expectativas iniciales del gobierno. Contribuyeron a ello los resultados modestos de la industria textil de exportación (maquila), tanto en términos de su valor (que aumentó un 3,3%, frente a un 14% en 2013) como de su volumen (que mostró una disminución del 0,9%, frente a un crecimiento del 20,7% en 2013). La actividad del sector de la construcción tuvo un alza considerable (9,2%) –si bien mostró menor dinamismo que en 2013 (11%)–, a pesar del retraso en el Programa de Inversión Pública y de la tardanza en los desembolsos de los fondos disponibles mediante PETROCARIBE, que se concentraron en el último cuatrimestre del año fiscal (entre junio y septiembre).

La actividad comercial –tanto formal como, en gran medida, informal– aporta el 28% del PIB. Su crecimiento (12,8% en términos reales) reflejó el desempeño positivo del consumo, propiciado en parte por la llegada de remesas a los hogares (que creció un 11% en términos nominales), así como el incremento de las remuneraciones en términos reales (8,5%) en los sectores formales de la economía, gracias a un aumento del 12,5% de los salarios mínimos en mayo de 2014 (a un nivel de 225 gourdes, equivalentes a 5 dólares, por jornada laboral). Han contribuido también a la reactivación observada en ese sector las ocupaciones generadas en la industria maquiladora (36.340 puestos de trabajo), los empleos temporales bajo formas contractuales diversas (dinero en efectivo por trabajo, por ejemplo) en áreas urbanas y rurales, así como los recursos monetarios transferidos en el marco de los programas públicos de asistencia social (como el programa Ede Pep) y de organismos no gubernamentales”.

Se trata de un desempeño en general positivo y que señala un cierto control de las variables económicas y de un papel más destacado de las autoridades del país.



2.3. Infraestructura y Servicios

Territorio

La República de Haití es un país de las Antillas, situado en la parte occidental de la isla La Española y que limita al norte con el océano Atlántico, al sur y oeste con el mar Caribe o de las Antillas y al este con la República Dominicana. A su Oeste se encuentra la República de Cuba.. La inhabitada isla de La Navasse (en español isla Navaza) es reclamada por Haití ante la administración de los Estados Unidos. La superficie total de Haití es de 27.750 km². Su capital y ciudad principal es Puerto Príncipe.

Acceso a agua potable

El acceso a una mejora en el suministro de agua se refiere al porcentaje de la población con acceso razonable a una cantidad adecuada de agua proveniente de una mejora en el suministro de agua, como una conexión doméstica o pública, pozos, albercas o fuentes protegidas o recolección de agua de lluvia. Las fuentes sin mejoras incluyen los suministradores, los camiones cisterna y las albercas y fuentes no protegidas. El acceso razonable se define como la disponibilidad de al menos 20 litros por persona por día, provenientes de una fuente ubicada a menos de un kilómetro de la vivienda. En el caso de Haití el 75% de la población tiene acceso a agua potable.

Producción de energía eléctrica

Haití tiene el nivel más bajo de electrificación en América. Más del 70% de la población carece de acceso a la electricidad. Por esta razón, existen muchos proyectos en marcha apoyados por organismos multilaterales para el desarrollo de energías alternativas sostenibles, sobre todo en las zonas rurales de Haití.

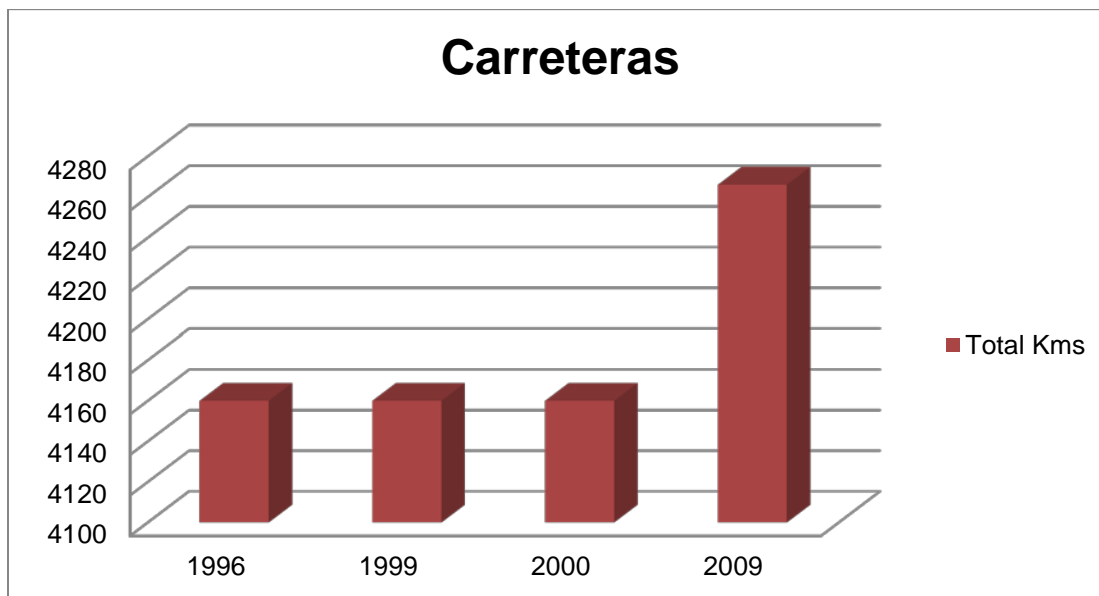
Usuarios de internet

En la actualidad Haití cuenta con un acceso a internet a la red mundial del 11,9% de la población total, en República Dominicana es del 48%. El nivel más bajo de América Latina y uno de los más bajos del mundo.



Carreteras

Carreteras en Haití



Carreteras

	1996	1999	2000	2009
Total Kms.	4.160	4.160	4.160	4.266

Aeropuertos

Actualmente Haití cuenta con 4 aeropuertos con pistas pavimentadas para servicios turísticos y de carga

Puertos marítimos

Los principales puertos marítimos de Haití son los siguientes:

Portau-Prince

Cap-Haitien

Gonaives

Haití ofrece una muy pobre infraestructura de servicios que además se vio empeorada por el terremoto del año 2010. Esto tiene incidencias importantes para la economía del país y juega como un factor decisivo para la mejoras de las condiciones de competitividad de los factores productivos.



Es importante hacer algunos comentarios y reseñas del sector turismo, porque se trata del sector que empujará la economía del país, obligará a mejorar los servicios e infraestructuras, algunos datos son los siguientes: Haití, que busca reposicionarse como destino turístico en el Caribe, puso en marcha una campaña de publicidad en EEUU para promover su riqueza turística y cultural, con el objetivo de combatir los altos niveles de pobreza. Ha iniciado una importante campaña publicitaria en los Estados Unidos que está empezando a dar sus frutos.

Uno de los anuncios se orientará a las comunidades de la diáspora haitiana en EEUU, mientras que otro está dirigido a los ciudadanos estadounidenses y otros extranjeros para que visiten a Haití, mostrará la belleza de la empobrecida nación caribeña, que ha dado pasos importantes hacia la recuperación de la industria del turismo.

Varias cadenas hoteleras internacionales han abierto hoteles en Haití en los últimos tres años, mientras se construyen nuevos complejos. Un ambicioso proyecto para convertir la isla de Ile-a-Vache (Isla de vaca) en un destino turístico internacional fue lanzado en el año 2014. Desarrolladores e inversionistas internacionales y nacionales planean invertir cerca de 300 millones de dólares para materializar el proyecto en Ile-a-Vache donde un aeropuerto internacional y otras infraestructuras están en construcción.

El Carnival Corporation, la compañía matriz de líneas de cruceros Carnival, también firmó el año pasado un acuerdo con el Gobierno de Haití para desarrollar, con una suma inicial de 70 millones de dólares, un puerto de cruceros en la isla de Ile de la Tortue, frente a la costa norte, cerca de la ciudad de Port-de-Paix.

La línea de cruceros Royal Caribbean también invirtió decenas de millones de dólares para desarrollar el destino Labadee que permite al país recibir cerca de 600.000 pasajeros de cruceros al año, lo que supone un pago de 10 dólares al Gobierno haitiano por cada pasajero.

Las autoridades haitianas anunciaron el año pasado un cargo adicional de dos dólares por visitante, el cual será pagado no por Royal Caribbean, sino por los pasajeros, para unas inversiones sociales en la comunidad local de Labadee.

Por encima de los 600.000 pasajeros de cruceros, 426.000 turistas viajaron el año pasado a Haití, donde el número de visitantes aumentó en un 20 % para el año fiscal 2012-2013, frente al 10 % del período 2013-2014. .

El sector turismo puede ser un elemento interesante a considerar por las empresas dominicanas por cuanto son inversiones en marcha que requerirán de productos y servicios y seguramente con poca competencia.



2.4. Variables Competitivas

Costos de importación

El costo de importación mide las tarifas aplicadas a un contenedor de 6 metros en dólares estadounidenses. Se incluyen todas las tarifas asociadas a la realización de los procedimientos para importar los productos. Estas tarifas incluyen los costos de los documentos, las tarifas administrativas para despacho de aduanas y control técnico, los honorarios del agente de aduana, los gastos de terminales de manipulación y el transporte interno. La medida del costo no incluye aranceles o impuestos sobre el comercio. Solo se registran los costos oficiales.

El costo de importación actual para Haití es de \$1.555 aproximadamente por contenedor de 6 metros.

Índice de calidad institucional

En el índice de calidad institucional publicado en el año 2013 por RELIAL (La Red Liberal de América Latina es la unión de organizaciones liberales más representativa de la región. Su compromiso es difundir e implementar principios y valores liberales tales como la Democracia, la Economía de Mercado, el Estado de Derecho y los Derechos Humanos y Civiles) Haití se ubica en el puesto 168, de 191 países evaluados en el estudio.

Índice de desempeño logístico

El puntaje general del Índice de Desempeño Logístico refleja las percepciones de la logística de un país basadas en la eficiencia del proceso del despacho de aduana, la calidad de la infraestructura relacionada con el comercio y el transporte, la facilidad de acordar embarques a precios competitivos, la calidad de los servicios logísticos, la capacidad de seguir y rastrear los envíos, y la frecuencia con la cual los embarques llegan al consignatario en el tiempo programado. El índice varía entre 1 y 5, donde el puntaje más alto representa un mejor desempeño. Este índice está basado en la opinión de múltiples actores de sector de aduanas y transporte internacional.

Según este informe del Banco Mundial, revisemos algunos países: Brasil 2,94 – Chile 3,26 – Colombia 2,64 – Costa Rica 2,70 – Puerto Rico 3,92 – Haití 2,27 – México 3,13 – Panamá 3,19 – República Dominicana 2,86



Documentos exigidos para poder importar

Se registran todos los documentos exigidos para cada embarque de mercancías para importar. Se asume que el contrato fue acordado y firmado por ambas partes con anterioridad. Se toman en cuenta los documentos de autorización exigidos por ministerios gubernamentales, autoridades de aduanas, portuarias y de terminales de contenedores, organismos de control técnico y sanitario y los bancos. Dado que el pago se realiza mediante carta de crédito, se consideran además todos los documentos exigidos por los bancos para la emisión o garantía de una carta de crédito. Según datos del Banco Mundial, revisemos algunos países: Brasil 8, Chile 5, Colombia 6, Estados Unidos 5, Haití 9, México 4, Panamá 3, Puerto Rico 8, República Dominicana 5.

Índice de facilidad para hacer negocios

El índice de facilidad para hacer negocios clasifica a las economías del 1 al 189; el primer lugar corresponde a la mejor. Una calificación alta significa que el ámbito regulador es propicio para hacer negocios. El índice clasifica el promedio simple del percentil de los países en 10 temas que cubre el Doing Business del Banco Mundial, haciendo la salvedad de que se trata de un índice que sale de la percepción de los empresarios e inversionistas en los distintos países, veamos la situación de algunos de ellos: Brasil 120, Chile 41, Colombia 34, Estados Unidos 7, Haití 180, México 39, Puerto Rico 47, Panamá 52, República Dominicana 84.

Tasa tributaria total (% de utilidades comerciales)

La tasa tributaria total mide el monto de impuestos y contribuciones obligatorias que pagan las empresas después de justificar las exenciones y deducciones permitidas como porción de las utilidades comerciales. Se excluyen los impuestos retenidos (como impuesto al ingreso personal) o cobrados y remitidos a autoridades fiscales (como impuestos al valor agregado, impuestos a las ventas o impuestos a los bienes y servicios). Se trata de un índice que refleja el peso fiscal en las empresas, según datos del Banco Mundial. Veamos un conjunto de países: Brasil 69 - Chile 27,9 – Colombia 75,4 – Costa Rica 58 – Estados Unidos 43,8 – Haití 40,3 – México 51,8 – Panamá 37,2 – República Dominicana 43,4.



3. Oferta y Demanda

3.1. Oferta

En Haití no existe data detallada de manufactura por sector ni por código arancelario. Sin embargo, según el CIA Factbook, la agricultura representa un 24,7% de la composición del PIB nacional, el sector industrial el 20% y los servicios el 55,3%. Adicional a esto, en el año 2014 el sector industrial tuvo un crecimiento anual del 6%. Esto nos indica signos importantes de recuperación luego del devastador terremoto del año 2010.

Sobre la producción de este código arancelaria existe muy poca cosa por no decir nada registrado oficialmente. ES importante señalar que el mercado de la frontera con República Dominicana se transa de forma en muchos casos informal y de este mercado hay pocos datos.

3.2. Demanda

En relación con el mercado de los detergentes existe una fábrica llamada Meds, que fabrica jabón de cuaba, cloro, detergentes en polvos y desinfectante.

Existen desinfectantes que tienen los nombres de los lugares donde se producen "Morne Pignon, benediction y etc" estas empresas tiene página de facebook para persona que deseen comprarle. La mayoría de los productos detergentes son de procedencia canadiense.

La mayoría de los productos químicos de la República Dominicana, son comprados en el mercado binacional llevados a Haití para sus posteriores ventas en boutiques y en la calle como ya hemos dicho.

Los centros de distribución son en supermercados, boutiques, en hogares y en las calles que es donde se tranzan la mayoría de productos de consumo popular. En el caso del cloro un aspecto importante es que el haitiano compra por pequeñas cantidades, lo que indica un aspecto a resaltar a efectos de las presentaciones.

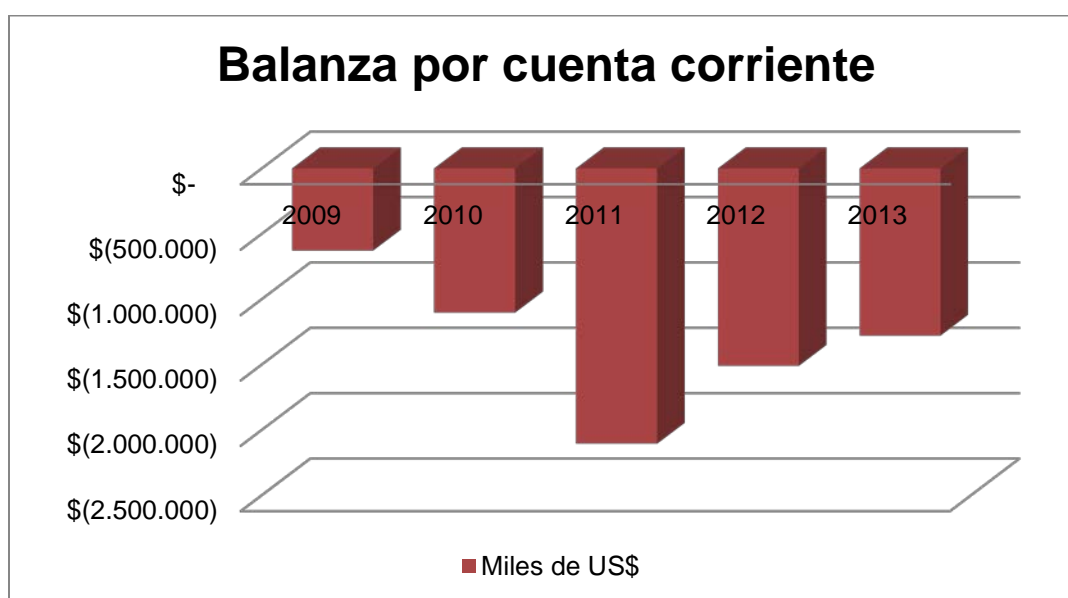


4. Comercio Exterior

4.1. Balanzas

Balanza por cuenta corriente

Refleja los intercambios de bienes y servicios realizados entre los residentes de un país y los del resto del mundo. Es considerada como un elemento clave de cara a valorar la posición de una nación. La balanza por cuenta corriente se divide en cuatro sub-balanzas, la balanza comercial, balanza de servicios, balanza de rentas y balanza de transferencias corrientes.

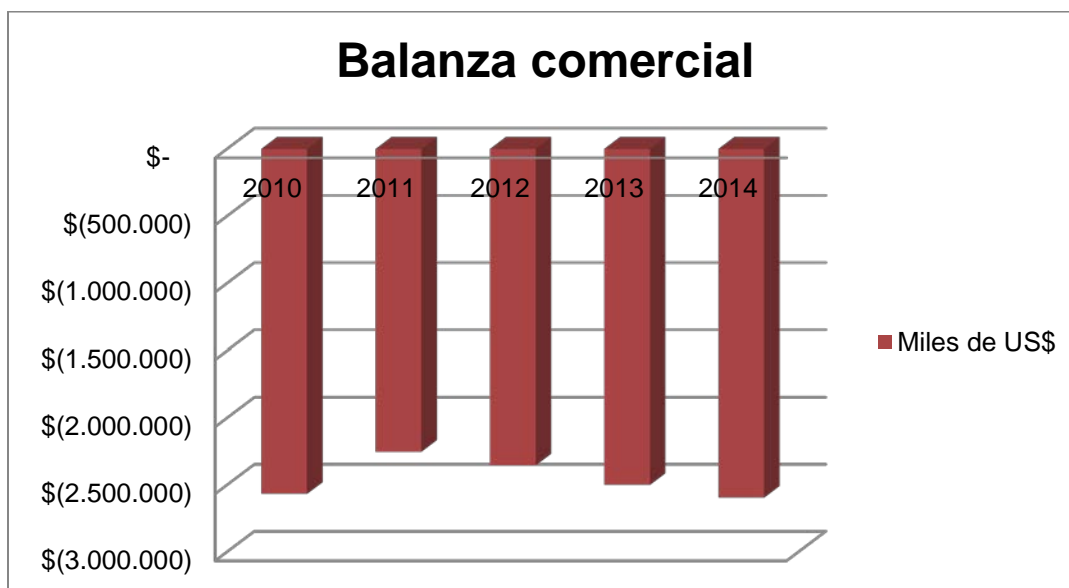


Balanza por cuenta corriente

	2009	2010	2011	2012	2013
Miles de US\$	\$ (627,000)	\$ (1,102,000)	\$ (2,105,000)	\$ (1,509,000)	\$ (1,278,000)

Balanza comercial

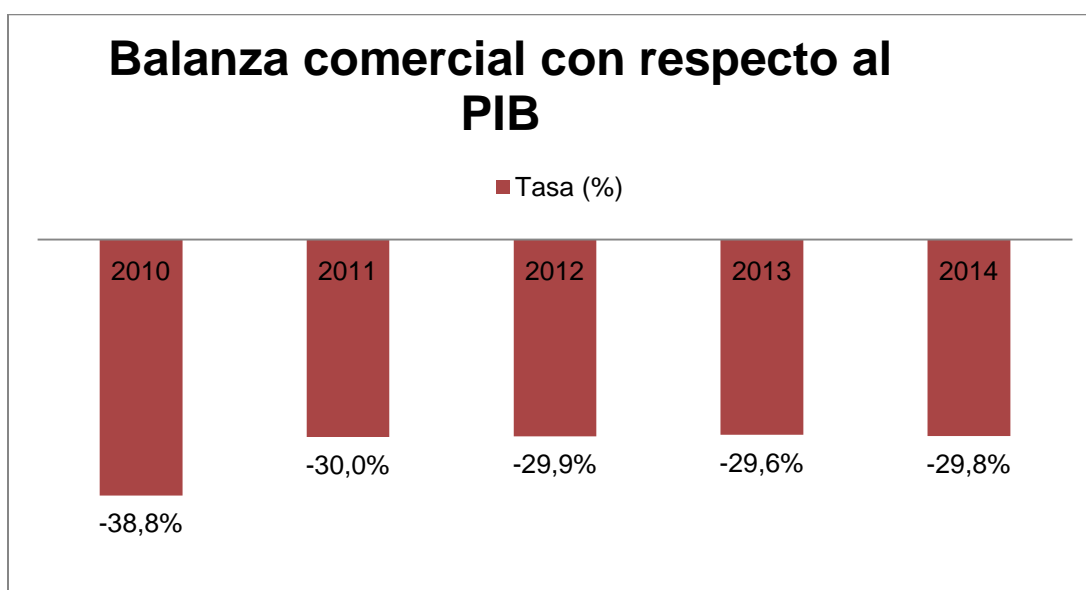
Se calcula la diferencia entre importaciones y exportaciones en un año calendario, en este caso Haití presenta números negativos por lo que se realizaron más importaciones que exportaciones desde el año 2010 hasta 2014.



Balanza comercial

	2010	2011	2012	2013	2014
Miles de US\$	\$ (2,567,000)	\$ (2,252,700)	\$ (2,354,400)	\$ (2,500,000)	\$ (2,595,000)

Balanza comercial con respecto al PIB

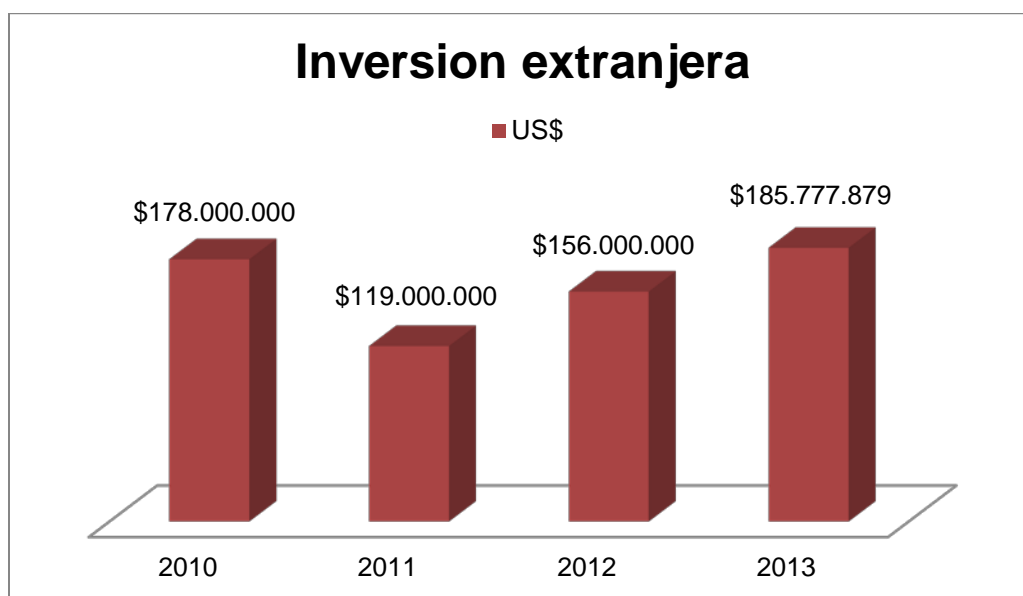




Balanza comercial con respecto al PIB

	2010	2011	2012	2013	2014
Tasa (%)	-38.8%	-30.0%	-29.9%	-29.6%	-29.8%

Inversión extranjera directa

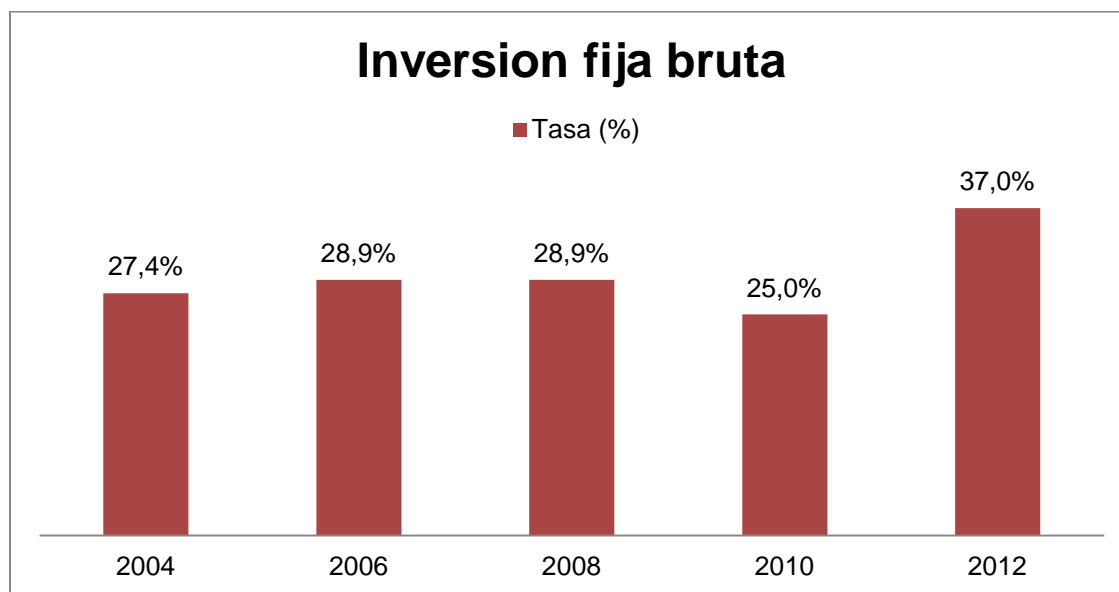


Inversión extranjera directa

	2010	2011	2012	2013
US\$	\$178,000,000	\$119,000,000	\$156,000,000	\$185,777,879

Inversión fija bruta

Esta variable registra el gasto comercial total en activos fijos, tales como fábricas, maquinaria, equipos, viviendas, e inventarios de materias primas, que servirá de base para la producción futura. Se mide en cifras brutas incluyendo la depreciación de activos, es decir que incluye inversiones hechas para reemplazar capital desgastado o desechado.



Inversión fija bruta

	2004	2006	2008	2010	2012
Tasa (%)	27.4%	28.9%	28.9%	25.0%	37.0%

4.2. Tratados comerciales

Desde 1996, la República de Haití es Miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Sin embargo, no ha logrado aún armonizar totalmente sus estructuras jurídicas y normativas con el marco jurídico de los Acuerdos Comerciales Multilaterales.

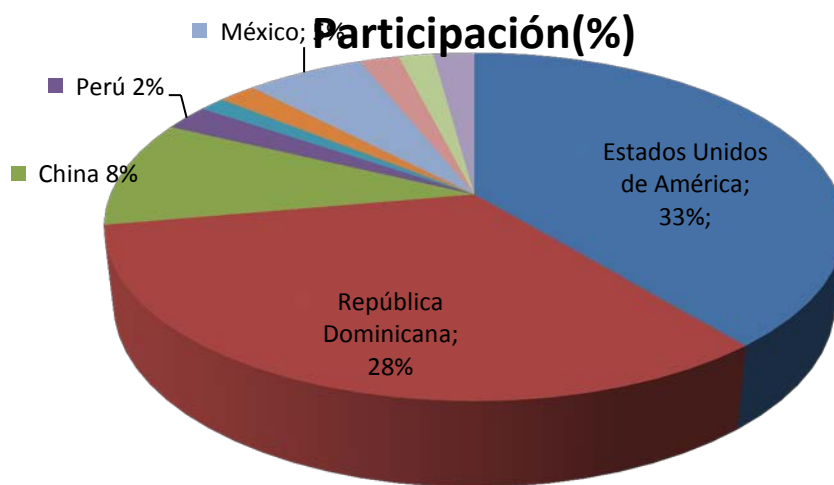
Algunas materias comprendidas en el ámbito de aplicación de los Acuerdos de la OMC no están sujetas a ninguna legislación. Es el caso de las normas de origen, las subvenciones y medidas compensatorias, el dumping, las salvaguardias, los obstáculos técnicos al comercio y las medidas sanitarias y fitosanitarias. Los Acuerdos de la OMC constituyen, por lo tanto, la única referencia jurídica del país en caso de diferencias con sus interlocutores comerciales sobre alguna de esas materias.

4.3. Importaciones

Ranking de países



Pais	2010	2011	2012	2013	Total 2010-2014
Estados Unidos de América	\$ 1.217.555.000	\$ 1.061.565.000	\$ 1.059.119.000	\$ 1.233.352.000	\$ 4.571.591.000
República Dominicana	\$ 801.953.000	\$ 1.013.634.000	\$ 1.037.422.000	\$ 1.042.883.000	\$ 3.895.892.000
China	\$ 255.763.000	\$ 303.639.000	\$ 283.708.000	\$ 323.494.000	\$ 1.166.604.000
Perú	\$ 54.699.000	\$ 71.927.000	\$ 78.092.000	\$ 74.729.000	\$ 279.447.000
Indonesia	\$ 15.582.000	\$ 21.703.000	\$ 47.614.000	\$ 72.360.000	\$ 157.259.000
India	\$ 58.338.000	\$ 46.996.000	\$ 61.589.000	\$ 63.259.000	\$ 230.182.000
México	\$ 31.085.000	\$ 585.200.000	\$ 44.703.000	\$ 60.479.000	\$ 721.467.000
Colombia	\$ 56.738.000	\$ 65.731.000	\$ 65.542.000	\$ 54.695.000	\$ 242.706.000
Francia	\$ 58.095.000	\$ 49.796.000	\$ 49.085.000	\$ 54.048.000	\$ 211.024.000
Brasil	\$ 54.525.000	\$ 93.899.000	\$ 51.936.000	\$ 51.836.000	\$ 252.196.000
Total	\$ 3.438.054.000	\$ 3.635.302.000	\$ 3.275.145.000	\$ 3.638.797.000	\$ 13.987.298.000



Es importante resaltar el papel importantísimo de República Dominicana en las importaciones totales de Haití. Este lugar cercano al de Estados Unidos representa el 33% del total de lo importado formalmente por el país, sin embargo, es conocido el inmenso comercio que se realiza a través de la frontera, mucho de ellos de informal y sin rastros que permitan sumarlo a la estadística, estudiosos y analistas sugieren que este comercio puede ser hasta un 40% mayor a los registrado oficialmente, con lo cual República Dominicana debe ser el mayor socio comercial de Haití.



Las exportaciones a Haití han presentado un crecimiento constante en los últimos 5 años, con una tasa promedio del 20%. Los productos principales de intercambio son: tejidos de algodón, harina de trigo, galletas, varillas de acero, cemento, entre otros. El superávit comercial es claramente o abrumadoramente positivo a los dominicanos con un comercio superior a los 1,000 millones de dólares en exportaciones y en sentido contrario no llega a 100 millones.

Este elemento es muy importante para el desarrollo de la estrategia de internacionalización del clúster por cuanto refleja que hay un movimiento, formal e informal, hacia Haití, que hay un país en crecimiento, y una población grande que requiere de productos y servicios dominicanos.

De acuerdo con un estudio realizado por el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), se realizan mercados binacionales en Dajabón, Tirulí, Los Cacaos, Hato Viejo, Elías Piña, Hondo Valle, Cañada Miguel, El Cacique, Jimaní, Pedernales y Guayajayuco.

El más importante de estos mercados es el de Dajabón, donde se genera el mayor intercambio comercial. A continuación insertamos los antecedentes del proyecto más importante que se realiza en la frontera financiado por las Naciones Unidas, por considerarlo una fuente confiable a efectos del análisis:

“ El mercado transfronterizo de Dajabon/Ouanaminthe es considerado el más importante de la frontera dominico- haitiana, a nivel del intercambio comercial. De acuerdo a los datos reportados por la Dirección General de Aduanas, el comercio formal no llega al 0.1% del total de las importaciones totales, lo cual revela que el comercio binacional que se realiza por la frontera norte es fundamentalmente informal y no regulado.

El mercado de Dajabon según el último censo realizado por el Ayuntamiento de Dajabon en enero del presente año 2012, cuenta con la participación de 1,996 comerciantes registrados, de los cuales 920 son dominicanos/as, 1,076 son haitianos/as, representando un 62% las mujeres en relación al total. La mayoría de los comerciantes dominicanos provienen principal mente del Cibao Central, siendo la participación de productores locales de la provincia de Dajabon muy limitada.

El mercado transfronterizo de Dajabon es la Fuente principal de ingresos para las familias de ambos lados de la Frontera. Debido a factores de precariedad de la infraestructura, la pobreza de



la región, la debilidad institucional y la ausencia de recursos humanos especializados, se benefician fundamentalmente los empresarios dominicanos de la capital, que exportan numerosas mercancías hacia Haití, favoreciendo de manera marginal a los actores económicos locales, las personas que residen en los municipios de Dajabon y Ouanaminthe se benefician principalmente de los servicios que se derivan de las actividades propias del mercado, como el de alojamiento, almacenamiento de las mercancías, transporte, alquiler de baños, alimentación y de la oportunidad de adquirir mercancías a precios más asequibles que las que se comercializan en el mercado dominicano.

República Dominicana cuenta con un marco jurídico municipal (Ley 156-7) que define el rol del Ayuntamiento en la gestión de los mercados municipales. Además cuenta con una ley de mercados fronterizos (Ley 216-II) recientemente aprobada que norma y regula el funcionamiento de los mercados que se realizan en la frontera dominico-haitiana. Este nuevo marco jurídico requiere ser integrado a la gestión de los mercados.

Actualmente el mercado cuenta con una nueva infraestructura construida con aportes de la Unión Europea y del gobierno dominicano. En una primera etapa la Unión Europea construyó el relleno y la infraestructura gruesa del edificio. Posteriormente en una segunda etapa el gobierno Dominicano a través de la Dirección General de Cooperación Multilateral (DIGECOOM) del Ministerio de Economía Planificación y Desarrollo financio la terminación y adecuación del mercado para ampliar su capacidad inicial de 640 a 2,160 puestos”.



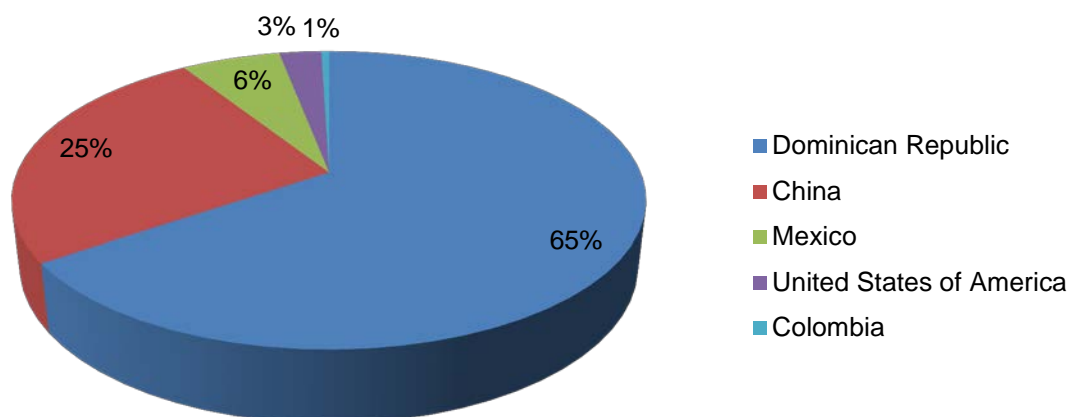
4.4. Importaciones por código arancelario

Código HTS: 3402.20 / Código NAIC: 325611

País	2010	2011	2012	2013	Total 2010-2014
Dominican Republic	\$ 5.283.000	\$ 8.967.000	\$ 6.660.000	\$ 9.042.000	\$ 29.952.000
China	\$ 1.318.000	\$ 2.642.000	\$ 4.328.000	\$ 3.365.000	\$ 11.653.000
Mexico	\$ 713.000	\$ 731.000	\$ 779.000	\$ 531.000	\$ 2.754.000
United States of America	\$ 121.000	\$ 425.000	\$ 290.000	\$ 335.000	\$ 1.171.000
Colombia	\$ 63.000	\$ 23.000	\$ 67.000	\$ 65.000	\$ 218.000
Bulgaria	\$ 52.000	\$ 25.000	\$ -	\$ 30.000	\$ 107.000
India	\$ -	\$ 56.000	\$ -	\$ -	\$ 56.000
Costa Rica	\$ -	\$ 34.000	\$ 6.000	\$ 15.000	\$ 55.000
Turkey	\$ 22.000	\$ 9.000	\$ 13.000	\$ 3.000	\$ 47.000
Brazil	\$ 11.000	\$ 11.000	\$ 10.000	\$ 8.000	\$ 40.000
France	\$ 3.000	\$ 7.000	\$ 10.000	\$ 15.000	\$ 35.000
Panama	\$ 23.000	\$ 11.000	\$ -	\$ -	\$ 34.000
Indonesia	\$ 25.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 25.000
Chile	\$ 7.000	\$ 8.000	\$ 8.000	\$ -	\$ 23.000
Belgium	\$ 21.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 21.000
Hong Kong, China	\$ -	\$ -	\$ 21.000	\$ -	\$ 21.000
Jamaica	\$ 11.000	\$ -	\$ 6.000	\$ -	\$ 17.000
United Kingdom	\$ 11.000	\$ 2.000	\$ -	\$ -	\$ 13.000
Malaysia	\$ -	\$ -	\$ 11.000	\$ -	\$ 11.000
Germany	\$ 2.000	\$ -	\$ -	\$ 6.000	\$ 8.000
Italy	\$ 4.000	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 4.000
Netherlands	\$ -	\$ 1.000	\$ -	\$ 1.000	\$ 2.000
Argentina	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ -	\$ 2.000
Canada	\$ -	\$ 2.000	\$ -	\$ -	\$ 2.000
Spain	\$ -	\$ -	\$ 2.000	\$ -	\$ 2.000
Viet Nam	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 1.000	\$ 1.000
Total	\$ 7.692.010	\$ 12.957.011	\$ 12.214.012	\$ 13.419.013	\$ 46.274.000



Participación(%)



4.5. Exportaciones

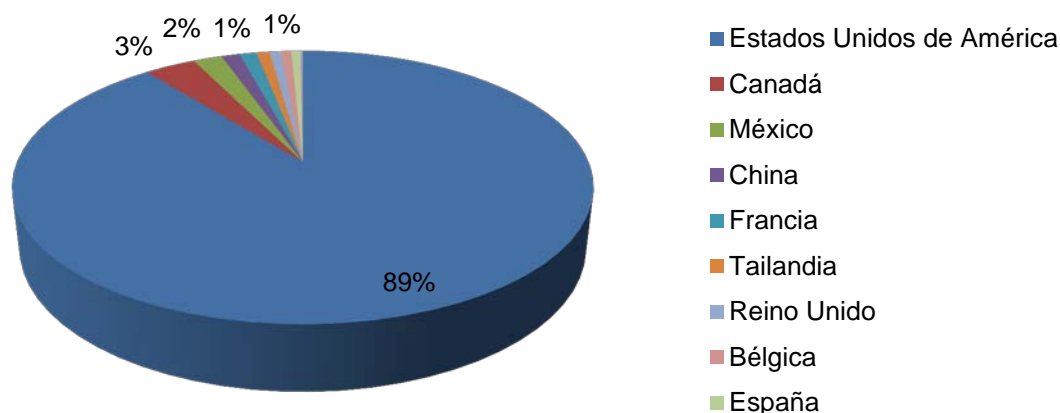
Estados Unidos se posiciona con mucha ventaja como el principal socio de Haití en cuanto a exportaciones se refiere. Este abarca el 90% de las exportaciones totales.

Ranking de países

Ranking	País	2010	2011	2012	2013	2014	Total 2010-2014
1	Estados Unidos de América	\$ 565.016.000	\$ 760.080.000	\$ 792.936.000	\$ 865.974.000	\$ 927.476.000	\$ 3.911.482.000
2	Canadá	\$ 25.314.000	\$ 26.018.000	\$ 30.196.000	\$ 31.488.000	\$ 36.504.000	\$ 149.520.000
3	México	\$ 14.185.000	\$ 10.618.000	\$ 16.986.000	\$ 20.295.000	\$ 22.045.000	\$ 84.129.000
4	China	\$ 5.950.000	\$ 7.368.000	\$ 9.968.000	\$ 15.010.000	\$ 15.323.000	\$ 53.619.000
5	Francia	\$ 9.643.000	\$ 10.324.000	\$ 8.608.000	\$ 9.789.000	\$ 11.512.000	\$ 49.876.000
6	Tailandia	\$ 4.777.000	\$ 3.664.000	\$ 14.397.000	\$ 6.036.000	\$ 8.759.000	\$ 37.633.000
7	Reino Unido	\$ 4.037.000	\$ 2.902.000	\$ 6.424.000	\$ 8.501.000	\$ 10.619.000	\$ 32.483.000
8	Bélgica	\$ 2.878.000	\$ 2.580.000	\$ 5.510.000	\$ 9.891.000	\$ 9.913.000	\$ 30.772.000
9	España	\$ 5.523.000	\$ 6.030.000	\$ 5.768.000	\$ 4.570.000	\$ 4.867.000	\$ 26.758.000
10	Argelia	\$ 6.000	\$ 11.000	\$ 23.000	\$ 725.000	\$ 6.438.000	\$ 7.203.000
	Total	\$ 637.331.010	\$ 829.597.011	\$ 890.818.012	\$ 972.281.013	\$ 1.053.458.014	\$ 4.383.475.000



Participación(%)



4.6. Exportaciones por código arancelario

Código HTS: 3402.20 / Código NAIC: 325611

No se realizaron exportaciones de este producto en los últimos 5 años.

En este análisis podemos observar que empresas dominicanas del sector están en un proceso activo de exportación a Haití, que República Dominicana es el principal socio comercial de Haití en relación a los productos incluidos en el código arancelario 3402.20, abarcando un 65% del mercado entre 2010 y 2014. En segundo lugar se encuentra china con un 25% del mercado y México con un 6%. En cuanto a las exportaciones, Estados Unidos se mantiene como principal receptor de productos Haitianos con un 90% del total exportado, todo esto sin contar como ya hemos comentado con el mercado binacional no formal.



5. Medidas que afectan directamente a las importaciones

5.1. Registro, documentación y procedimientos

Toda persona natural o jurídica que ejerza una actividad profesional, comercial, industrial o artesanal en el territorio de Haití, esté o no relacionada con el comercio exterior, debe disponer de una tarjeta de identidad profesional. Su expedición está supeditada a la previa obtención de una tarjeta de matriculación fiscal y de un certificado de patente. Todo comerciante, incluso importador, que opere en el territorio de Haití debe, pues, estar provisto de estos documentos. La tarjeta de identidad profesional la expide el Ministerio de Comercio e Industria (MCI) previo pago de una tasa anual de 5 gourdes.

La tarjeta de matriculación fiscal debe solicitarse a la Dirección General de Impuestos (DGI). El impuesto anual que se paga en esta ocasión es de 300 gourdes en el caso de las personas naturales y 600 gourdes en el de las personas jurídicas. La patente comporta un derecho fijo y uno variable. El primero se determina en función del sector de actividad económica y del grupo al que pertenece el municipio a que corresponden las actividades. El derecho variable representa 2/1.000 de la diferencia entre el volumen de negocios y la masa salarial.

Toda mercancía importada hacia Haití debe ser objeto de una declaración de aduana que indique el régimen aduanero al que debe someterse. El Código de Aduanas (artículo 51) prevé los cuatro siguientes: distribución para el consumo, tránsito, almacenamiento y admisión temporal.

Los documentos exigidos para la importación son, además de la declaración de aduana, el original del conocimiento de embarque, la factura comercial y el original del certificado de verificación en el caso de las importaciones sujetas a la inspección previa a la expedición. Para el régimen de distribución para el consumo, a estos documentos debe añadirse igualmente el preaviso o la licencia de importación y la declaración de valor (artículo 53).

Sin embargo, en la práctica no se exigen ni la licencia ni el preaviso de importación, aunque siguen inscritos en los textos legales. El régimen de tránsito afecta a las mercancías importadas y destinadas a ser reexportadas sin haber abandonado la vigilancia aduanera.



Se aplica el régimen de almacenamiento cuando el importador desea retrasar el despacho de aduana; es obligatorio cuando el importador desea reexpedir las mercancías. Por último, la admisión temporal afecta a las mercancías importadas para su transformación o su utilización antes de la reexportación.

Los trámites aduaneros tienen lugar en el orden siguiente: registro del manifiesto, que lleva un número de referencia único, depósito y registro de la declaración en aduana, visita para la verificación de las mercancías, control, liquidación y pago de derechos y gastos adeudados. Éstos los recauda el Banco de la República de Haití (BRH) en Puerto Príncipe y el Banco Nacional de Crédito (BNC) en el resto del país. Según las autoridades, las formalidades aduaneras duran entre 24 y 48 horas si está al día toda la documentación exigida.

5.2. Derechos de aduanas, otros derechos e impuestos

Por lo general, las mercancías que se importan en Haití están sujetas al arancel aduanero, al impuesto sobre el volumen de negocios y, si procede, a impuestos especiales de consumo que gravan determinados bienes. A estas importaciones se aplica asimismo un derecho por gastos de verificación, un primer pago del impuesto sobre la renta y un impuesto que se cobra a título de la contribución al Fondo de gestión y de desarrollo de las colectividades locales. Las mercancías admitidas en régimen de tránsito y almacenamiento pagan los derechos correspondientes.

La clasificación arancelaria se basa en el Sistema Armonizado (SA) de Designación y Codificación de Mercancías (versión de 1996). El arancel aduanero es prácticamente ad-valorem. Las importaciones de gasolina siguen estando gravadas con el tipo más elevado del arancel, es decir, el 57,8 por ciento. Para los demás bienes, la nueva estructura arancelaria ha supuesto la reducción de los tipos máximos del 50 al 15 por ciento, y del número de tipos, de 13 a 5, es decir, 0, 3, 5, 10 y 15 por ciento. El promedio arancelario es del orden del 2,9 por ciento.

El 5 de mayo de 2003, Haití firma un convenio de inspección previa a la expedición con la Societe Generale de Surveillance (SGS). El convenio dicta que todas las mercancías que



superen los US\$5.000, o transportada en contenedores completos deben pasar una revisión para verificar la cantidad y calidad de la mercancía.

El cobro de los derechos de aduana se basa en el valor C.I.F. de las mercancías. Las cargas portuarias se incluyen en el valor C.I.F.



6. Consideraciones Generales

Haití después del terremoto del 2010 ha venido en un proceso lento, muy lento de crecimiento pero sostenido.

Se trata del país más pobre del continente americano, con los indicadores económicos y sociales más débiles de la región, pero es un país con una población importante y es fronterizo con República Dominicana, con lo cual no hay opción de tomarlo en cuenta como un destino para las exportaciones dominicanas.

En el comercio internacional los espacios se llenan y la competencia es cada vez más feroz, si República Dominicana no cubre los espacios del mercado haitiano otro país lo hará sin duda, y como hemos visto en el sector de molinería Haití cuenta con estadística de demanda interesante.

Para confirmar este estudio se requiere de un estudio de campo detallado para identificar los hábitos de consumo, competencia, canales de distribución, entre otros aspectos clave.

El mercado Haitiano es seguramente el principal mercado para República Dominicana si sacamos el mercado de las zonas francas hacia Estados Unidos, si además este mercado se cuenta con el comercio informal entre los dos países, no solo el que se transa en la frontera, en lo llamado el mercado binacional, sino el importante mercado de haitianos que compran productos en las puertas de las fábricas y comercios de República Dominicana en todo su territorio.

Estamos hablando de un mercado grande y en crecimiento. Este mercado está sometido como es natural en todos los mercados fronterizos entre países y sobre todo en lo que se llaman “fronteras calientes” como las que existen por ejemplo entre Brasil-Paraguay, Venezuela-Colombia, a tensiones y problemas de todo tipo. Los problemas políticos se ventilan o tienen su efecto en la frontera, con medidas de uno y otro lado, sin embargo, este es el principal mercado para los productos dominicanos, por supuesto no el único pero si el más importante.

Los esfuerzos de las empresas dominicanas deben orientarse tomando en cuenta las siguientes opciones, que pueden constituirse por lo tanto en los drivers del mercado:



- Apostar en una primera etapa al consumidor con potencial de compra. Esto implica colocarse en los sitios de comercio donde acude este público, centros comerciales (los dos que existen), hoteles, restaurantes.
- Identificar la venta de productos institucionales, escuelas, hospitales. Esto requiere de relaciones con el gobierno, para ello la actividad en conjunto dentro del clúster o con empresas complementarias (ej. Limpieza-papel) es importante.
- Identificar los distribuidores más confiables del lado haitiano, para ellos hay que mover todas las relaciones comerciales para dar con esos distribuidores que generen la confianza y que tengan el profesionalismo para poder confiar sus productos. Hablar con colegas empresarios que ya estén exportando principalmente.
- En esta misma dirección hacer una investigación de las principales empresas transportistas, haitianas o dominicanas, que están haciendo transporte en la actualidad.
- Cobrar de contado, sin lugar a dudas cualquier venta, ya sea en el mercado binacional como en el mercado formal a través de operaciones bancarias, cartas de crédito si es posible, transferencias a cuentas o en efectivo.
- Estar en todas las ferias binacionales que se desarrollen de distintos sectores, no necesariamente del sector. A estas ferias asisten muchos distribuidores y allí se pueden hacer los contactos de rigor, ver como se mueve el mercado de otros productos.
- Conocer el mercado personalmente, visitarlo. Esta es una práctica indispensable, no solo para darse cuenta del mercado que existe, hábitos de comercio y consumo, competencia, mecanismos de compra, etc. que solo el empresario que conoce su negocio puede evaluar; no solo visitar la capital Puerto Príncipe, sino muy especialmente las segundas ciudades y zonas turísticas.
- Organizar misiones de varios empresarios. Esta práctica es muy conveniente porque se unen esfuerzos, se puede obtener alguna acreditación oficial, se



rebajan costos. Es recomendable organizar visitas oficiales al gobierno haitiano para la proveeduría institucional.

- Trabajar en lo que se llaman “exportaciones complementarias” con otras empresas ya sea del mismo clúster o de otros sectores. Esta práctica en un mercado como el haitiano es tremendamente recomendable y útil porque permite unir esfuerzos de empresas que son complementarias, se aborda el mercado utilizando algunos medios comunes, transporte, distribuidores, análisis de mercado, entre otros.
- Estar atentos a los cambios en Haití, crecimiento de la economía, inversiones que se realicen. Por ejemplo es importante conocer avances en materia comercial, turística, donde las empresas pueden tener un mercado interesante.
- Apostar por el clúster. Sin duda este es un tema que sugerimos por la posibilidad de actuar en conjunto en distintas materias como lo hemos comentado. Es de esta manera como muchos sectores en otros países abordan los mercados exteriores. Proponer la formación de un observatorio sobre Haití que vaya ofreciendo información de actualidad sobre los temas planteados.
- Identificar los mecanismos legales que permitan asegurar nuestro comercio, formulación de contratos, registro de marcas, entre otros.



7. Bibliografía

<http://datos.bancomundial.org/indicador>

http://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Poverty%20documents/Haiti_PA_overview_web_EN.pdf

<https://www.cia.gov/library/publications/resources/the-world-factbook/geos/ha.html>

<http://www.datosmacro.com/demografia/poblacion.html>

http://www.indexmundi.com/es/distribucion_por_edad.html

<http://www.xe.com/es/>

<http://www.libertadyprogreso.org/wp-content/uploads/2013/05/Calidad-Institucional-2013.pdf>

<http://www.tradingeconomics.com/puerto-rico/exports/forecast>

<http://www.tradingeconomics.com/puerto-rico/imports>

<http://abrepr.org/es/dataset/resource/b8850045-73e8-4c1c-a062-eda474c70c9a>