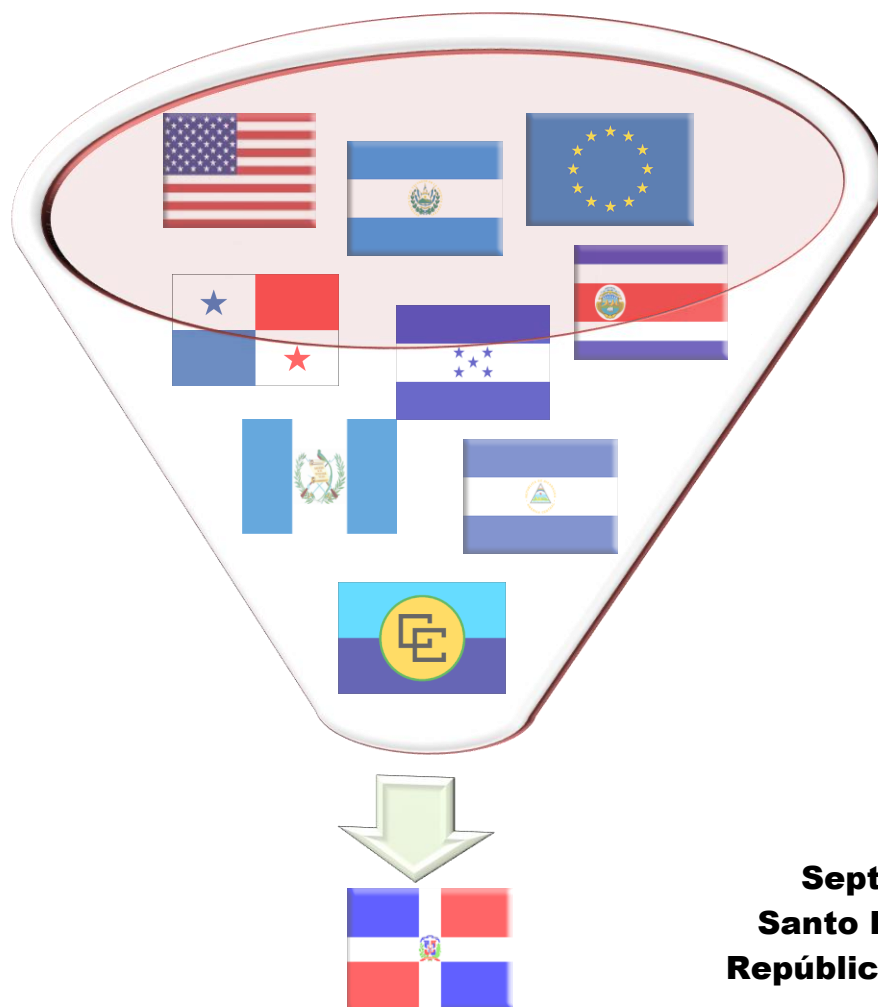




DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR Y ADMINISTRACION DE TRATADOS COMERCIALES (DICOEX)

INFORME DE SEGUIMIENTO A LOS ACUERDOS COMERCIALES ENERO - MARZO 2010



**Septiembre 2010
Santo Domingo, D.N.
República Dominicana**





DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR Y ADMINISTRACION DE TRATADOS COMERCIALES (DICOEX)

**INFORME DE SEGUIMIENTO A LOS ACUERDOS COMERCIALES
ENERO - MARZO 2010**

MINISTRO

Manuel García Arévalo

DIRECTORA

Yahaira Sosa M.

COORDINACION TECNICA

Manuel Rodríguez A.

(Coordinador Estudios Económicos)

EQUIPO DE TRABAJO

Vladimir C. Pimentel F.

Irina Beliaeva

Javier Fernández

Montserrat Fernández

(Analistas de Comercio Exterior)

La información y los puntos de vista expresados en este Informe son responsabilidad exclusiva del equipo técnico de DICOEX y no representan necesariamente las opiniones del Ministerio de Industria y Comercio, o del Gobierno Dominicano. El material de esta publicación está protegido por el derecho de autor. Las solicitudes de autorización para reproducir total o parcialmente esta publicación, así como cualquier pregunta deben dirigirse a las oficinas de la DICOEX. Todos los derechos reservados

CONTENIDO

	Pág.
Siglas	7
Países Signatarios según Acuerdo Comercial	7
Presentación	8
Consideraciones sobre los Datos	9
1. Acuerdo de Libre Comercio con la CARICOM	10
1.1. Exportaciones Totales.....	10
1.2. Importaciones Totales.....	12
1.3. Balanza Comercial.....	13
2. Tratado de Libre Comercio con Centroamérica	15
2.1. Exportaciones Totales.....	15
2.2. Importaciones Totales.....	16
2.3. Balanza Comercial.....	17
3. Acuerdo de Alcance Parcial con la República de Panamá	19
3.1. Exportaciones.....	19
3.2. Importaciones.....	19
3.3. Balanza Comercial.....	20
4. Tratado de Libre Comercio con Centroamérica y Estados Unidos	21
4.1. Exportaciones Totales.....	21
4.2. Importaciones Totales.....	22
4.3. Balanza Comercial.....	23
5. Acuerdo de Asociación Económica con el CARIFORO y la Comunidad Europea	25
5.1. Exportaciones Totales.....	25
5.2. Importaciones Totales.....	17
5.3. Balanza Comercial.....	30
6. Reporte de Investigación	31

CUADROS:

No. CUADRO	TITULO	Pág.
Cuadro No. 1.1:	Participación y Tasa de Crecimiento por Países, Exportaciones hacia Bloque TLC RD-CARICOM	11
Cuadro No. 1.2:	Participación y Tasa de Crecimiento por Países, Importaciones desde Bloque TLC RD-CARICOM	13
Cuadro No. 2.1:	Participación y Tasa de Crecimiento por Países, Exportaciones hacia Bloque CA	16
Cuadro No. 2.2:	Participación y Tasa de Crecimiento por Países, Importaciones desde Bloque CA	17
Cuadro No. 4.1:	Participación y Tasa de Crecimiento por Países, Exportaciones hacia Bloque DR-CAFTA	22
Cuadro No. 4.2:	Participación y Tasa de Crecimiento por Países, Importaciones desde Bloque DR-CAFTA	23
Cuadro No. 5.1:	Participación y Tasa de Crecimiento por Países, Exportaciones hacia Bloque EPA	26
Cuadro No. 5.2:	Exportaciones hacia Principales Diez Países de la UE27	27
Cuadro No. 5.3:	Participación y Tasa de Crecimiento por Países, Importaciones desde Bloque DR-CAFTA	28
Cuadro No. 5.4:	Importaciones desde Principales Diez Países de la UE27	29

GRAFICOS:

No. GRAFICO	TITULO	Pág.
Gráfico No. 1.1:	Exportaciones hacia Bloque de Países TLC RD-CARICOM	10
Gráfico No. 1.2:	Importaciones desde Bloque de Países TLC RD-CARICOM	12
Gráfico No. 1.3:	Balanza Comercial no Petrolera, Bloque de Países TLC RD-CARICOM	14
Gráfico No. 2.1:	Exportaciones hacia Bloque de Países Centroamérica	15
Gráfico No. 2.2:	Importaciones desde Bloque de Países Centroamérica	16
Gráfico No. 2.3:	Balanza Comercial No Petrolera con Bloque Países Centroamérica	18
Gráfico No. 3.1:	Exportaciones hacia Panamá	19
Gráfico No. 3.2:	Importaciones desde Panamá	20
Gráfico No. 3.3:	Balanza Comercial No Petrolera con Panamá	20
Gráfico No. 4.1:	Exportaciones hacia Bloque de Países DR-CAFTA	21
Gráfico No. 4.2:	Importaciones desde Panamá	22
Gráfico No. 4.3:	Balanza Comercial No Petrolera con Panamá	24
Gráfico No. 5.1:	Exportaciones hacia Bloque de Países EPA	25
Gráfico No. 5.2:	Importaciones desde Bloque de Países EPA	28
Gráfico No. 5.3:	Balanza Comercial no Petrolera, Bloque de Países EPA	30

SIGLAS Y DEFINICIONES	
Área de Tratados	Conjunto de países con los cuales RD tiene acuerdos comerciales en vigencia.
CA	Centroamérica
CARICOM	Caribbean Community (Comunidad del Caribe)
CARIFORO	Foro del Caribe
DGA	Dirección General de Aduanas
DICOEX	Dirección de Comercio Exterior y Administración de Tratados Comerciales
DR-CAFTA	Dominican Republic - Central America Free Trade Agreement
EE.UU.	Estados Unidos
EPA	Economic Partnership Agreement
FOB	Free on Board
MIC	Ministerio de Industria y Comercio
PIB	Producto Interno Bruto
RD	República Dominicana
S.A.	Sistema Armonizado de Codificación y Clasificación Arancelaria
TLC	Tratado de Libre Comercio
UE27	Se refiere a los 27 países miembro de la Unión Europea.

PAISES SIGNATARIOS SEGÚN ACUERDOS COMERCIALES

ACUERDO	PAISES SIGNATARIOS ¹	FIRMA	ENTRADA EN VIGENCIA
RD-CARICOM	Antigua y Barbuda, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Guyana, Jamaica, Montserrat, Surinam, Trinidad y Tobago, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y Granadinas, y Santa Lucía	Agosto 1998	Diciembre 2001
RD-CA	Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.	Abril 1998	Marzo 2002
RD-Panamá	Panamá	Julio 1985	Noviembre 2003
DR-CAFTA	Estados Unidos y Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua.	Agosto 2004	Marzo 2007
EPA	Los 27 países de la Unión Europea: Alemania, Austria, Bélgica, Bulgaria, Chipre, Dinamarca, Eslovaquia, Eslovenia, España, Estonia, Finlandia, Francia, Grecia, Holanda (Países Bajos), Hungría, Irlanda, Italia, Letonia, Lituania, Luxemburgo, Malta, Polonia, Portugal, Reino Unido, República Checa, Rumania, Suecia. Además de los países del CARIFORO: Antigua y Barbuda, Bahamas, Barbados, Belice, Dominica, Granada, Grecia, Guyana, Haití, Irlanda, Jamaica,	Octubre 2008	Enero 2009

¹ Países signatarios de cada Acuerdo Comercial, además de República Dominicana.

Montserrat, Surinam, Trinidad y Tobago, San Cristóbal
y Nieves, San Vicente y Granadinas y Santa Lucía

PRESENTACION

El Informe de Seguimiento a los Acuerdos Comerciales, Enero-Marzo 2010, continúa la senda iniciada con el Informe del período Enero-Diciembre del año 2008. Esta publicación de la Dirección de Comercio Exterior y Administración de Tratados Comerciales Internacionales (DICOEX), tiene el interés de ofrecer algunos referentes sobre las relaciones comerciales con los países, con los cuales tenemos en vigencia los diferentes acuerdos comerciales, y el objetivo de apreciar el intercambio comercial, el grado de aprovechamiento de los mismos, así como los niveles de competitividad alcanzados por los diferentes socios a través del tiempo. Se pretende que constituya una herramienta útil para las autoridades gubernamentales, académicos, la comunidad de negocios y los actores sociales y económicos en general.

De esta forma se ofrecen diferentes elementos descriptivos del flujo comercial (bienes) con países vinculados al Tratado de Libre Comercio con la Comunidad del Caribe, al Tratado de Libre Comercio con Centroamérica, al Acuerdo de Alcance Parcial con la República de Panamá, al Acuerdo de Libre Comercio con Estados Unidos y Centroamérica, y al Acuerdo de Asociación Económica con los 27 países de la Unión Europea y los participantes en el CARIFORO.

De acuerdo a los resultados, y según las cifras disponibles para el análisis, en términos generales las transacciones internacionales de mercancías se vieron incrementadas, como resultado, en parte, debido a un crecimiento de 7.5% del Producto Interno Bruto durante el primer trimestre del 2010, demostrando una tendencia creciente mayor que la ocurrida para igual periodo del año 2009, la cual fue de apenas un 1.0%.

En la última parte, se presenta como Reporte de Investigación, el resumen ejecutivo del Estudio de Mercado de Productos Agrícolas y Agroindustriales en La Ciudad De Nueva York, Estados Unidos De América, en el Marco Del DR-CAFTA.

CONSIDERACIONES SOBRE LOS DATOS (CIFRAS)

El Informe de Seguimiento a los Acuerdos Comerciales, Enero-Marzo 2010, se nutre principalmente con informaciones cuantitativas sobre el intercambio de bienes (mercancías) entre República Dominicana y los socios comerciales con los cuales tiene en vigencia diferentes acuerdos comerciales. Para esto se utilizan instrumentos de facilitación del análisis, como son: las **participaciones porcentuales o ponderaciones** por bloques comerciales, países o productos, según sea el caso; variables de **estructura y distribución**; así como **cambios absolutos y relativos** en los datos trabajados.

Se deberá tener en cuenta que las relaciones en los cambios porcentuales y participaciones están referidas a **valores nominales** de las mercancías exportadas e importadas. Así mismo, los valores de estos flujos comerciales, son reportados como en valores FOB (“Free on Board”, por sus siglas en inglés).

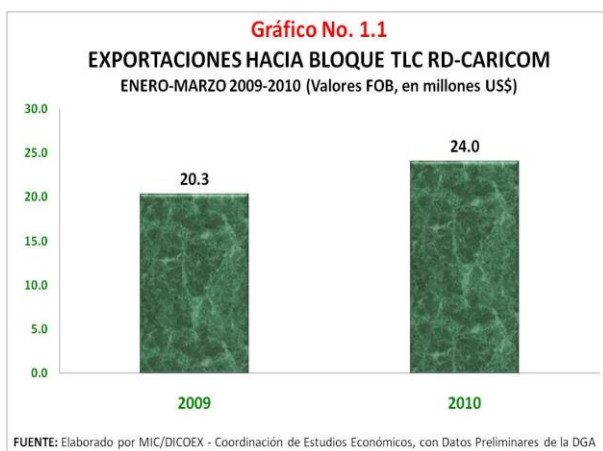
Las cifras utilizadas en esta edición del informe son los intercambios comerciales para los tres (3) primeros meses del año 2010, en comparación con igual período del año 2009, utilizando para las cifras preliminares de los registros de la **Dirección General de Aduanas (DGA)**.

En el análisis de flujos comerciales por Acuerdos, hemos excluido de los datos las cifras correspondientes al **Capítulo 27** (Combustibles y los Derivados del Petróleo), en base al Sistema Armonizado, en el interés de apartar el efecto de los resultados de la factura petrolera en el intercambio comercial, a sabiendas de que República Dominicana no es productora de petróleo y sus valores dependen de un mercado oligopólico.

ACUERDO DE LIBRE COMERCIO CON LA CARICOM.

1.1. EXPORTACIONES.

El valor de las exportaciones con destino a los mercados de los países signatarios de Acuerdo de Libre Comercio RD-CARICOM en el primer trimestre del año 2010 ascendió a US\$24 millones, según informaciones preliminares. Estas cifras presentan un aumento 18.3% en comparación con el mismo periodo del año 2009 (US\$ 20.3 millones), aunque inferior a las exportaciones registradas en igual periodo en el año 2008 (29.4 millones).



Este bloque comercial significó una participación del 2.1%, sobre el total exportado desde territorio dominicano, superando únicamente la participación de Panamá, al comparar entre todos los bloques de países con los cuales República Dominicana tiene en vigencia distintos acuerdos comerciales.

Exportaciones por países. Durante el trimestre enero-marzo del año 2010, en el área del TLC referido en esta sección, el principal destino de las exportaciones de origen dominicano fue Jamaica, con el 47.4%, seguido por las exportaciones hacia Trinidad y Tobago y Surinam con participaciones de 14.4% y 10.2% respectivamente. De esta forma, el 72% de las exportaciones en el marco de este bloque de 13 países, se concentraron en las tres economías citadas anteriormente.

En otro orden de ideas, los países hacia los cuales se exportó los menores montos fueron Belice y San Vicente y las Granadinas. Esto además de la situación de Montserrat, país hacia el cual no se registraron transacciones de exportaciones durante el período analizado. Ver Cuadro No. 1.1.

En cuanto al comportamiento de las exportaciones por países, y comparando el primer trimestre del año 2010 respecto al mismo trimestre del año 2009, se evidenciaron variaciones positivas en las exportaciones hacia siete (7) de las trece (13) economías caribeñas, destacándose principalmente el incremento en Jamaica, Trinidad y Tobago, Surinam y San Cristóbal y Nieves, Granada.

Como se puede apreciar, entre este grupo de socios comerciales figuran aquellos con las participaciones más importantes sobre el total exportado, de lo cual resultó un incremento global de las exportaciones hacia el Área de Tratado TLC-CARICOM, por el orden de 18,3%.

Cuadro No. 1.1
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO SEGÚN PAISES
EXPORTACIONES HACIA BLOQUE TLC RD-CARICOM
Enero-Marzo 2009-2010 (Valores en %)

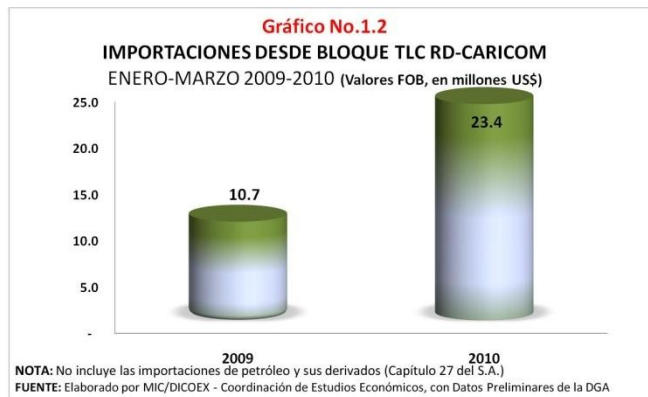
PAISES	Part. 2010	Var. Rel. 10/09
Antigua y Barbuda	3.0	-65.4
Barbados	6.4	17.2
Belice	0.1	-71.0
Dominica	3.3	-36.9
Granada	2.1	19.2
Guyana	6.9	16.8
Jamaica	47.4	52.9
Montserrat	-	-
San Cristóbal y Nieves	2.4	42.0
Santa Lucía	3.2	-27.3
San Vicente, islas	0.14	-88.2
Surinam	10.2	90.9
Trinidad y Tobago	14.4	53.1
TOTAL	100.0	18.3

FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX, Coordinación Estudios Económicos, con datos preliminares de la DGA

No obstante a este crecimiento general mostrado por las exportaciones hacia el bloque, en el caso de Belice, Dominica, Santa Lucía y San Vicente, Antigua y Barbuda se presentaron importantes caídas en el valor de las ventas. Pero si se considera el peso de estas seis economías sobre el total exportado, el impacto negativo no fue considerable.

1.2. IMPORTACIONES.

El valor total de las importaciones desde el bloque TLC RD-CARICOM, durante el primer trimestre del año 2010, ascendió a la cifra de US\$23.4 millones, monto muy similar a los US\$24.0 millones en exportaciones hacia el referido bloque, que se registraron en igual período.



Los valores presentados en el Gráfico No. 1.2, demuestran que las compras realizadas por los agentes económicos dominicanos fueron más que duplicadas.

En el caso de las importaciones, si comparamos con el caso de las exportaciones, la importancia relativa de esta Área de Tratados es menor, ya que durante el período en cuestión este grupo de países suplieron solamente el uno por ciento del total de mercancías que demandó la República Dominicana del exterior.

Importaciones por Países.

Al desagregar el valor total de las importaciones se puede constatar una gran concentración en las mercancías provenientes desde Trinidad y Tobago, con una participación de 89.7% del total importado. Le siguen en orden de importancia, aunque en menor proporción: Guyana, Belice, Jamaica y Barbados. El resto de países cuentan con participaciones que no alcanzan el uno por ciento, donde se incluyen a Granada y Surinam, países desde los cuales no se realizaron compras de mercancías durante el trimestre Enero-Marzo del año 2010.

Este considerable incremento en el total de importaciones desde el bloque TLC RD-CARICOM es explicado fundamentalmente por el crecimiento (131.6%) de las importaciones desde Trinidad y Tobago. Igualmente se vieron incrementadas las importaciones desde Antigua y Barbuda, Belice y Guyana. Mientras las importaciones desde Jamaica se redujeron significativamente en este período.

Cuadro No. 1.2
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO SEGÚN PAISES
IMPORTACIONES DESDE BLOQUE TLC RD-CARICOM
Enero-Mazo 2009-2010 (Valores en %)

PAISES	Part. 2010	Var. Rel. 10/09
Antigua y Barbuda	0.48	7733.6
Barbados	1.79	21.5
Belice	2.6	116.4
Dominica*	0.001	-
Granada**	-	-
Guyana	3.47	2,955.0
Jamaica	2.0	-49.0
Montserrat*	0.003	-
San Cristóbal y Nieves*	-	-
San Vicente y las Granadinas*	-	-
Santa Lucía*	0.01	-
Surinam**	-	-
Trinidad y Tobago	89.7	131.6
TOTAL	100.0	119.3

*No se registraron importaciones durante el primer trimestre del año 2009

**No se registraron importaciones durante el primer trimestre del año 2010

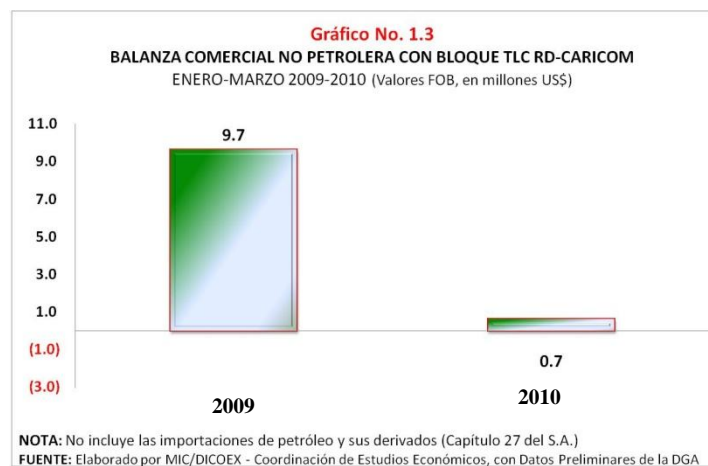
FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX – Coordinación de Estudios Económicos, con Datos Preliminares de la DGA

Como se indica en el Cuadro 1.2, en los casos de Granada, San Cristóbal y Nieves, San Vicente y las Granadinas y Surinam, no se registraron importaciones durante el primer trimestre (Enero-Marzo) del año 2010, aunque sí para igual período del 2009, por lo que no se presentan las ponderaciones respectivas de cada uno de estos países.

1.3. BALANZA COMERCIAL

La balanza comercial con el CARICOM en el período analizado se redujo drásticamente (-93.2 %) comparado con el año anterior y, aunque se mantuvo positiva (se situó en 0.7 millones de dólares) se mostró un aumento substancial de importaciones en el intercambio de mercancías en esta Área de Tratados.

Es así como la cobertura de las exportaciones sobre las importaciones, pasó de 1.90 a 1.03, entre los trimestres comparados en el Gráfico No.1.3, indicando de esta manera que de cada dólar importado por República Dominicana desde esta Área de Tratados, el país exportó US\$1.90, en el primer período del 2009, mientras que en el 2010 la relación fue de casi un dólar de exportaciones por cada dólar de importaciones.



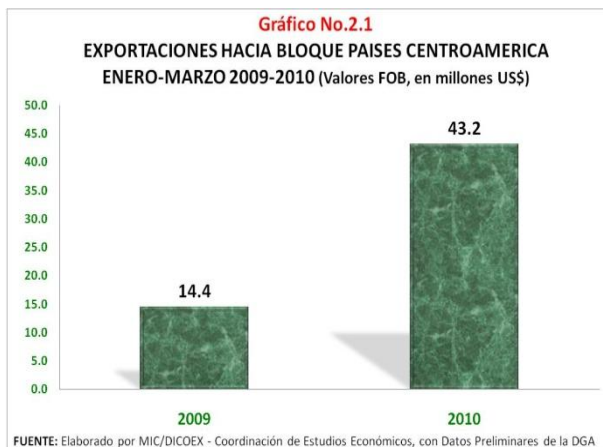
Este resultado comercial fue producido principalmente por aumento en la compra de bienes desde Trinidad y Tobago que presenta el 90 % dentro de las importaciones de este bloque. Las compras desde Belice y Montserrat igual se presentaron un incremento significativo, aunque debido al poco peso sobre el comercio con la región, las implicaciones no fueron de mayores efectos.

Finalmente, debemos destacar que durante los meses comprendidos entre enero y marzo del año 2010, esta Área de Tratados se tiene una la balanza comercial no petrolera positiva, al mismo tiempo es el grupo de países con los cuales tenemos acuerdos comerciales, con el menor volumen de comercio.

2. TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON CENTROAMERICA.

2.1. EXPORTACIONES

El valor total de las exportaciones de mercancías hacia las cinco economías centroamericanas (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua), alcanzó la cifra de US\$43.2 millones en los tres primeros meses del año 2010, muy por encima de los US\$14.4 millones que fueron exportados en similar período del año 2009.



Estos valores implican un aumento en el periodo evaluado de casi tres veces el monto del primer trimestre del 2009, siendo de esta forma el bloque comercial con la mayor variación relativa (199%), en dicho período, en cuanto a las ventas de mercancías desde la República Dominicana.

Dentro de Área de Tratados esta región es el tercer mercado destino de las exportaciones durante los meses comprendidos entre enero y marzo del año 2010, con una participación del 3.8%, sobre el total exportado desde República Dominicana hacia el mundo.

Exportaciones por Países.

En la distribución de las exportaciones por países, se identificaron a Honduras (36.4%) y a Guatemala (29.6%) como los principales demandantes de bienes dominicanos. Seguido, en menor medida por Nicaragua y Costa Rica, al participar con 17.6% y 13.0%, respectivamente. Finalmente, figura El Salvador, país socio en cuyos mercados internos pudimos colocar el 3.4% de todo lo vendido en este bloque comercial.

El dinamismo exportador, que se destaca en el período analizado se manifiesta por tasas de crecimiento positivas de las exportaciones hacia las economías

Centroamericanas, muy especialmente en los casos de Nicaragua y Guatemala. Ver Cuadro No. 2.1.

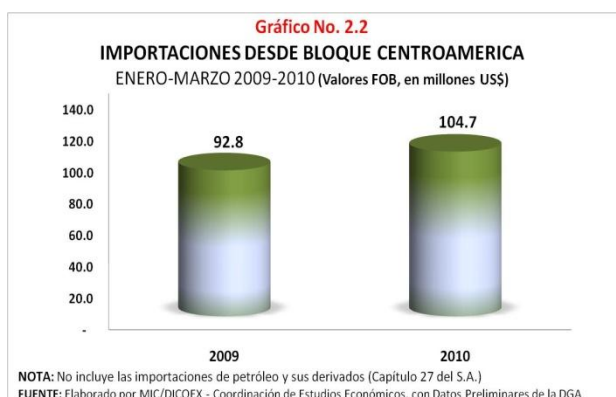
Cuadro No. 2.1
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO SEGÚN PAISES
EXPORTACIONES HACIA BLOQUE CA
Enero-Marzo 2009-2010 (Valores en %)

PAISES	Part. 2010	Var. Rel. 10/09
Costa Rica	13.0	107.1
El Salvador	3.4	28.7
Guatemala	29.6	517.2
Honduras	36.4	102.2
Nicaragua	17.6	928.8
TOTAL	100.0	199.5

FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX – Coordinación de Estudios Económicos, con datos preliminares de la DGA

2.2. IMPORTACIONES.

En el primer trimestre del año 2010, se registró un valor preliminar equivalente a US\$104.7 millones en las importaciones de mercancías, procedentes de las economías centroamericanas partes del TLC, monto ligeramente superior a los US\$92.8 millones, que fueron importados en igual período del año 2009. Tal variación presenta un crecimiento de 11.4%.



Las adquisiciones de mercancías desde este bloque comercial, durante este período, resultó en una participación de 4.1% sobre las importaciones no petroleras totales realizadas en dicho período de todo el mundo, superando de esta forma las Áreas de Tratado, TLC

RD-CARICOM y del Acuerdo Alcance Parcial RD-Panamá.

Importaciones por Países. El principal proveedor de los mercados en este periodo fue Costa Rica, con una importante participación de 40.2% en el Cuadro No. 2.2, teniendo las menores proporciones de participación los casos de Honduras y Nicaragua.

En cuanto al dinamismo de las importaciones, entre los períodos analizados Honduras fue, el país que pudo incrementar en mayor medida sus ventas a República Dominicana, al aumentar en 72.5%, muy por encima de variaciones que se registraron en los casos de El Salvador, Guatemala y Costa Rica. Mientras, Nicaragua figura como el único suplidor de mercancías donde se vieron reducidas las compras.

Cuadro No. 2.2
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO
IMPORTACIONES DESDE BLOQUE PAISES CA
Enero-Marzo 2009-2010 (Valores en %)

PAISES	Part. % 2010	Var. Rel. 10/09
Costa Rica	40.2	2.7
El Salvador	15.6	32.7
Guatemala	29.2	17
Honduras	8.3	72.5
Nicaragua	6.8	-15.5
TOTAL	100.0	12.8

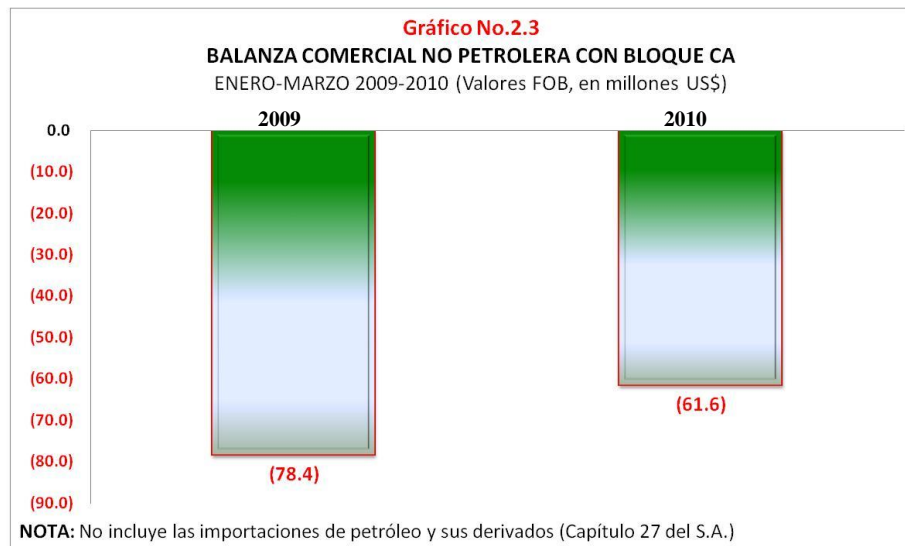
FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX – Coordinación de Estudios Económicos, con Datos Preliminares de la DGA

En términos generales el valor principal del comercio (exportaciones + importaciones) entre República Dominicana y Centroamérica en el primer trimestre 2010 he crecido en 38%, ponderando a Costa Rica y Guatemala como los principales socios en esta Área de Tratados con respectiva participación de 33.3% y 28.9 por ciento.

2.3. BALANZA COMERCIAL

En el período descrito en el presente Informe, se evidenció la recuperación de la balanza comercial no “petrolera” de República Dominicana, dicho resultado se redujo de US\$78.4 millones de déficit en el primer trimestre del año 2009 a 61.6 millones también deficitarios. Esta mejora cercana a los US\$16.8 millones entre los períodos analizados, se debe al buen comportamiento de exportaciones que crecieron cerca de 200% frente al 11.4% de las importaciones.

La tendencia que se observa es de reducción del ritmo de crecimiento de las importaciones frente al de las exportaciones dominicanas, medido tanto a nivel absoluto como relativo.



Un dato a destacar en el comercio con el bloque centroamericano es la mejora en las relaciones del valor de exportaciones sobre las importaciones, ya que mientras en el primer trimestre del 2009 el resultado fue de US\$0.16 exportado por cada dólar importado, ya para el 2010, en igual trimestre, este ratio fue de US\$0.41.

En la perspectiva individualizada por países, el referido déficit comercial lo definieron Costa Rica, El Salvador y Guatemala², ya que los únicos socios de la región con lo que se registró superávit fueron con Honduras y con Nicaragua.

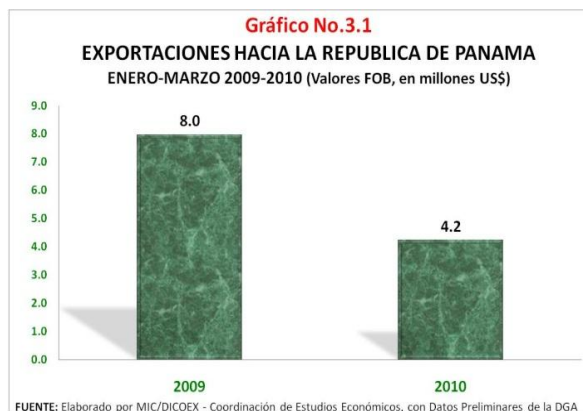
² Desde estos tres países fueron desde donde se adquirieron la mayor valía de mercancías.

1. ACUERDO DE ALCANCE PARCIAL CON LA REPUBLICA DE PANAMA.

Esta Área de Tratados Comerciales es en la que se registra el menor flujo de mercancías en los períodos analizados, tanto por el lado de las importaciones, como por el lado de las exportaciones. Esto es sobre todo atendiendo a que es el único Acuerdo firmado y puesto en vigencia por República Dominicana con un solo país³.

1.1. EXPORTACIONES

El valor de las exportaciones de mercancías por parte de República Dominicana hacia la República de Panamá, durante el primer trimestre del año 2010, alcanzó la suma de US\$4.3 millones, viéndose reducido a casi la mitad, comparado con el mismo período del año 2009 (US\$8.0 millones).

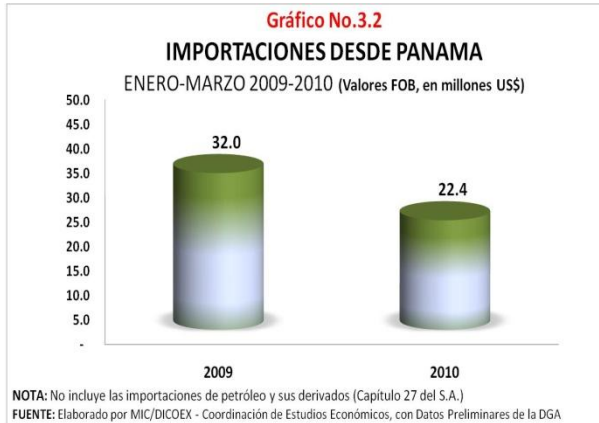


De esta forma, tenemos que esta Área de Tratados fue la única con la cual las ventas de bienes fueron menores en el período analizado, pero su participación dentro del total de exportaciones realizadas desde territorio dominicano hacia el mundo, se presenta tan solo 0.4 %.

IMPORTACIONES

Respecto al valor de las importaciones, aunque referidas en mayores valores que en el caso de las exportaciones, las mismas también se redujeron considerablemente, alcanzando un valor de US\$22.4 millones en el 2010, luego de importarse la suma de US\$32.0 millones en mercancías procedentes desde Panamá en el primer trimestre del año 2009..

³ En este sentido, nos referimos a los Acuerdos Comerciales que son analizados en este Informe, de competencia de Ila DICOEX, no desconociendo la existencia de otros tipos de Acuerdos Bilaterales de los cuales el país es signatario, como son los relativos a Inversiones (BITs, por sus siglas en inglés)

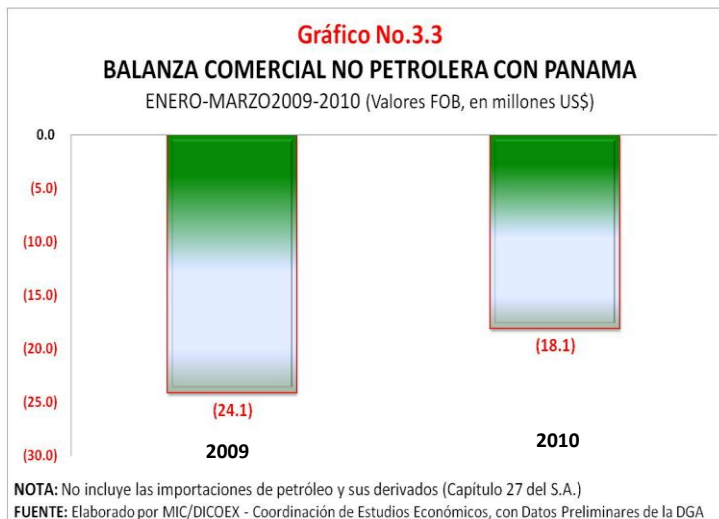


Esta reducción de las importaciones arrojó una tasa de variación negativa de poco más de un 30%. Las importaciones desde Panamá alcanzaron una participación sobre el total de las importaciones realizadas por agentes económicos dominicanos, equivalente al 0.9% durante el período analizado del

año 2010.

1.2. BALANZA COMERCIAL.

La balanza comercial con Panamá en los primeros tres meses del año 2010 fue deficitaria aunque se redujo considerablemente en 25.01% por la reducción en el valor de las importaciones desde ese país. Como se muestra en el Gráfico No. 3.3, en el primer



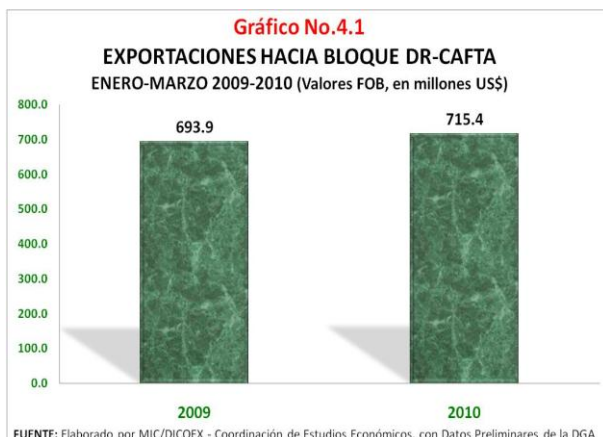
trimestre del año 2009 el déficit fue de US\$24.1 millones frente a los US\$18.1 millones de igual período del 2010, con una relación de exportaciones sobre importaciones con ligeras variaciones, pasando de US\$0.25 a US\$0.19 en exportaciones por cada dólar importado para cada trimestre analizado respectivamente.

2. TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON CENTROAMERICA Y ESTADOS UNIDOS.

El intercambio comercial con los países parte del DR-CAFTA, es el más importante en términos globales, ya que esta Área es con la que República Dominicana mantiene el mayor flujo comercial en importaciones y exportaciones. El peso de este bloque lo determina la presencia de los Estados Unidos, como el socio comercial principal de la República Dominicana.

2.1. EXPORTACIONES.

Entre el primer trimestre del año 2009 y el del 2010, el valor de las exportaciones hacia DR-CAFTA, presentó una ligera variación positiva de 3.1%, al aumentar el valor total desde US\$693.9 millones hasta US\$715.4 millones inferior a los montos de exportaciones previos a la crisis financiera del año 2008. Los EE.UU. evidenciaron una desaceleración en sus importaciones como consecuencia de una reducción del ritmo de actividad económica y un menor consumo.



La importancia de las exportaciones hacia los países DR-CAFTA está determinada por la ponderación con la que cuentan las ventas hacia el bloque, sobre el total exportado desde República Dominicana, representando casi el 60 % del total exportado al mundo.

Exportaciones por Países.

Dentro del bloque DR-CAFTA los Estados Unidos presentan el mercado principal de nuestras exportaciones, ya que este país de forma individual captó el 94.0% del total

exportado hacia el Área de Tratados DR-CAFTA. El restante 6.0% correspondió a las exportaciones con destino centroamericano⁴.

Cuadro No.4.1
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO SEGÚN PAISES
EXPORTACIONES HACIA BLOQUE DR-CAFTA
Enero-Marzo 2009-2010 (Valores en %)

PAISES	Part. % 2010	Var. Rel. 10/09
EE.UU	94.0	-0.9
Centroamérica	6.0	199.5
TOTAL	100.00	3.1

FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX - Coordinación de Estudios Económicos, con Datos Preliminares de la DGA

En resumen, en el período enero marzo 2010 las exportaciones a los EE.UU. prácticamente se estancaron en términos absolutos, mientras que las exportaciones a los otros miembros del DR-CAFTA se registraron un fuerte crecimiento, contribuyendo de esta forma que el dinamismo de las exportaciones generales hacia el Área DR-CAFTA fuera positivo en 3.1%. Esto pone de relieve el potencial de expansión del comercio entre los países centroamericanos.

2.2. IMPORTACIONES

En enero-marzo se registró un incremento de US\$88.9 millones en el valor de las importaciones del bloque DR-CAFTA, al pasar de US\$1,178.7 durante el primer trimestre del año 2009, a US\$1,249.3 millones en igual trimestre del 2010, montos que dieron como resultado una tasa de crecimiento de un 7.1%.



El crecimiento de las importaciones se puede estar explicado tanto por mayores precios internacionales como a mayores cantidades compradas. Este incremento está ligado al crecimiento de las industrias que demandan mayor cantidad de insumos del exterior.

⁴ Para la descripción de las exportaciones hacia esta región ver la sección dedicada al Tratado de Libre Comercio con Centroamérica.

Importaciones por Países.

Para el período bajo nuestro análisis, la distribución de las importaciones, entre Estados Unidos y el bloque centroamericano fue muy similar a la que se presentó en el caso de las exportaciones, donde los norteamericanos suplieron el 91.7% de las mercancías que entraron a República Dominicana, provenientes del Área del Tratados DR-CAFTA, quedando el 8.3% restante cubierto por Centroamérica.

Cuadro No.4.2
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO SEGÚN PAISES
IMPORTACIONES HACIA BLOQUE DR-CAFTA
Enero-Marzo 2009-2010 (Valores en %)

PAISES	Part. % 2010	Var. Rel. 10/09
EE.UU	91.7	7.1
Centroamérica	8.3	12.8
TOTAL	100.00	7.5

FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX – Coordinación de Estudios Económicos, con Datos Preliminares de la DGA

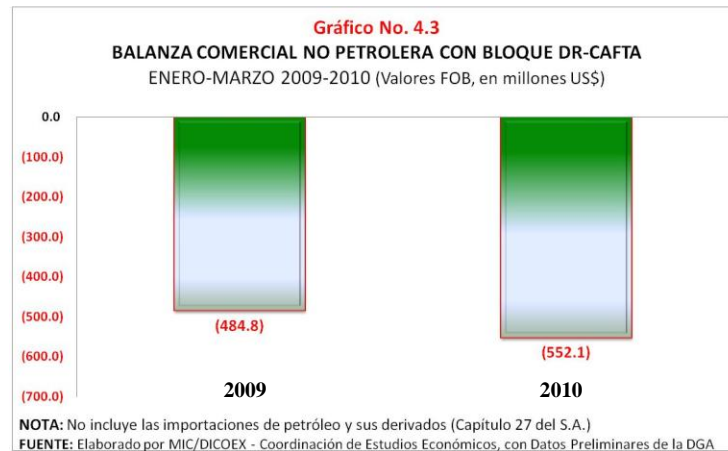
Como indicamos en el Cuadro No. 4.2 y en base a la variación de 7.5% en el total de importaciones provenientes del DR-CAFTA, la evolución que se presentó en las importaciones desde América Central, fue mayor que la tasa de transformación porcentual de las adquisiciones de bienes con Estados Unidos, pero dado el peso de este último como suplidor dominicano de mercancías, el resultado fue más cercano a la dimensiones de cambio de las compras.

2.3. BALANZA COMERCIAL.

El déficit comercial con el conjunto de países en esta Área de Tratados DR-CAFTA fue mayor en el trimestre enero-marzo 2010 comparado con el mismo trimestre del año 2009, teniendo valores ascendentes a US\$552.1 millones y US\$484.8 millones, respectivamente. Incurriendo en un saldo deficitario tanto con Centroamérica, como con los Estados Unidos. (Ver Cuadro 4.3)

En este orden de ideas, es necesario resaltar que mientras el déficit comercial en el caso del intercambio con EE.UU. se incrementó, en cuanto a Centroamérica dicho

resultado aunque se mantuvo negativo, entre un trimestre y otro, este valor fue menor como ya explicamos en páginas previas.



Finalmente, debemos destacar que con el bloque DR-CAFTA la relación de importaciones sobre exportaciones enfrentó ligeras variaciones, con un valor en enero-marzo 2009 de US\$1.70 de importaciones por cada dólar exportado hacia el bloque DR-CAFTA, mientras que en el mismo período del año siguiente tal indicador fue de US\$1.77. De forma independiente, los resultados con Estados Unidos fueron de US\$1.60 (enero-marzo 2009) y US\$1.73 (enero-marzo 2010) importados, por cada dólar exportado por parte de los agentes en la economía dominicana.

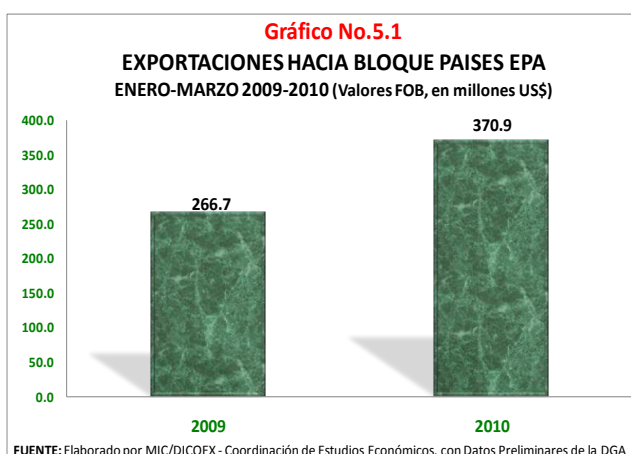
3. ACUERDO DE ASOCIACION ECONOMICA CON EL CARIFORO Y LA COMUNIDAD EUROPEA.

El Acuerdo de Asociación Económica (EPA, por sus siglas en inglés), de los países que participan en el CARIFORO con las 27 economías de la Comunidad Europea, es el segundo bloque en orden de importancia, después del DR-CAFTA, si se considera el monto de las transacciones conjuntas de exportaciones e importaciones, considerando que es el Área de Tratados que cuenta con el mayor número de países signatarios.

3.1. EXPORTACIONES.

En el trimestre enero-marzo 2010 el valor total de las exportaciones destinadas hacia esta Área de Tratados ascendió a US\$370.9 millones, equivalente a US\$104.2

millones por encima del valor exportado en igual trimestre del año 2009, para el cual se registraron transacciones de exportación por el orden de US\$266.7 millones.



El mercado de este acuerdo representa el 31.1% sobre el total de las exportaciones realizadas desde territorio dominicano hacia el mundo

Exportaciones por Países. En el caso exportador y en el marco del Área EPA, para el trimestre analizado, la región del Caribe sustenta una mayor ponderación que la zona europea en cuanto a las participaciones de cada grupo de países, con porcentajes de 67% y 33%, respectivamente. Esto determina la presencia en este bloque del país vecino Haití. En términos del valor exportado, Haití es el segundo mercado receptor de las exportaciones dominicanas con un 18.8% del total.

Las exportaciones hacia los países europeos se incrementaron en 23.5% mientras las ventas a los países de CARIFORO se crecieron en 48.2%.

Esta estructura exportadora se define por la concentración de exportaciones hacia la vecina República de Haití, hacia donde exportamos poco más del 60% de nuestra oferta, mientras que el 6.5% se orientó hacia los mercados de las economías del TLC con la CARICOM.

Cuadro No.5.1
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO SEGÚN PAISES
EXPORTACIONES HACIA BLOQUE EPA
Enero- Marzo 2009-2010 (Valores en %)

PAISES	Part. % 2010	Var. Rel. 10/09
1. UE27	32.7	23.5
2. CARIFORO	67.3	48.2
2.1. TLC RD-CARICOM	6.5	18.3
2.2. Haití	60.5	52.1

2.3. Bahamas	.29	90.3
TOTAL	100.0	39.1

FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX – Coordinación Estudios Económicos, con Datos Preliminares de la DGA

La mayor actividad exportadora se realizó con destino a Bahamas al incrementarse en 90.3%. Sin embargo, dado el poco peso de este país sobre el total de bienes colocados en el bloque EPA, no se reflejó en un mayor dinamismo para el grupo de países completo.

En este mismo orden de ideas, las variaciones respectivas de Haití y del bloque TLC RD-CARICOM fueron de 52.1% para el primero y de 18.3% para el segundo. En Haití este crecimiento en las exportaciones debería ser halagador, sobre todo si se toma en cuenta las condiciones internas de la economía de este país y su capacidad de consumo.

Los principales (10) países socios europeos adquirentes de mercancías desde territorio dominicano, entre enero y marzo del 2010, se presentan en el Cuadro No. 5.2. Este grupo de países concentraron el 98.9% del total de exportaciones hacia UE27, quedando el restante (17 países) en poco más del 1%, en su participación. De esta forma, los principales fueron: Bélgica con una participación del 23.2% sobre el total exportado hacia Europa (UE27), seguido por Países Bajos (17.7%); Reino Unido y España, ambos con participaciones de 17.6%; y Alemania con un 11.9%.

El comportamiento del total de las exportaciones hacia Europa fue favorable, expresado por una tasa de crecimiento positiva de 23.1%, con países a los cuales nuestras ventas de mercancías llegaron a crecer en más de un 30%.

Cuadro No.5.2

EXPORTACIONES HACIA PRINCIPALES 10 PAISES UE27
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO - Enero- Marzo 2009-2010

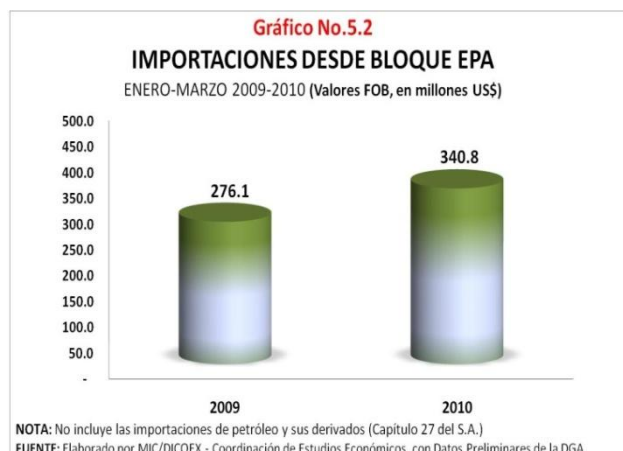
PAISES	Part. % 2010	Var. Rel. 10/09
Bélgica	23.2	41.1
Países Bajos	17.7	9.0
Reino unido	17.6	35.3
España	17.5	36.6
Alemania	12.0	7.3
Italia	6.6	19.3
Francia	1.9	-34.3
Suecia	0.9	30.5
República Checa	0.7	35.2
Irlanda	0.7	194.3
Sub-total	98.9	24.2
Resto	1.9	-31.9
TOTAL	100.0	23.1

FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX - Coordinación de Estudios Económicos, con Datos Preliminares de la DGA

Como se puede ver en el Cuadro anterior, además de la caída de 34.3% de las exportaciones hacia Francia, el comportamiento de las ventas hacia “el resto” de países también fue negativo en 31.9%, entre los trimestres que estamos comparando en el presente Informe.

3.2. IMPORTACIONES

En el período transcurrido durante el primer trimestre del año 2010, los mercados dominicanos recibieron mercancías provenientes de países EPA, por un valor de US\$340.8 millones, que equivalen a una tasa de crecimiento ascendente a 19%, comparado con el año anterior.



En estos resultados se evidencia que en las relaciones de intercambio con el bloque existe una mayor importancia relativa por parte de las exportaciones, ya que el porcentaje de estas fue 31.1%, en comparación con un 13.4%, representativo del total de las importaciones realizadas

por República Dominicana.

Importaciones por Países. En el Cuadro No. 5.3, el 91% de las importaciones realizadas por los agentes económicos en República Dominicana desde esta área, fueron de origen europea, quedando el 9% en el bloque CARIFORO, especialmente aquellas que llegaron desde los países del TLC RD-CARICOM.

Mientras las importaciones desde UE27 se incrementaron en 23.5%, las del bloque CARIFORO presentaron una impresionante variación cercana al 74%, indicando un mayor dinamismo en las transacciones comerciales con los países del Caribe.

Cuadro No.5.3
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO SEGÚN PAISES
IMPORTACIONES DESDE BLOQUE EPA
Enero-Marzo 2009-2010 (Valores en %)

PAISES	Part. % 2010	Var. Rel. 10/09
1. UE27	91.0	23.5
2. CARIFORO	9.0	73.9
2.1. TLC RD-CARICOM	6.9	119.3
2.2. Haití	2.1	4.0
2.3. Bahamas	0.01	165.2
TOTAL	100.00	23.5

FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX - Coordinación de Estudios Económicos, con datos preliminares de la DGA

Al igual que en el caso de exportaciones los diez países europeos mayores exportadores a los mercados dominicanos concentran el 94.4%, de las importaciones totales desde este bloque, dejando el 7.6% para los restantes países⁵. En tal sentido, los principales suplidores, durante el trimestre analizado del año 2010, fueron Alemania, España, Italia y Reino Unido, con participaciones de dos dígitos.

En el análisis de las variaciones o tasas de crecimiento, las importaciones provenientes de diez principales socios aumentó en 21.2%, mientras que en el resto de países en conjunto vieron una reducción de una tasa negativa de -19.6%. Los únicos países, del grupo presentado, que redujeron sus ventas hacia mercados dominicanos fueron España (-26.1%), Países Bajos (-3.3%), Suecia (-36.9%) y Finlandia (-16.9%).

⁵ Esto no implica que todos los 17 países restantes hayan vendido mercancías a República Dominicana, y/o que estos hayan adquirido algún bien, para el caso del análisis de las exportaciones.

Cuadro No.5.4
IMPORTACIONES DESDE PRINCIPALES 10 PAISES UE27
PARTICIPACION Y TASA DE CRECIMIENTO - Enero- Marzo 2009-2010

PAISES	Part. % 2010	Var. Rel. 10/09
Alemania	20.8	31.3
España	17.1	-26.1
Italia	14.6	57.6
Reino Unido	13.9	147.7
Francia	7.6	26.5
Dinamarca	7.1	27.2
Países Bajos	5.1	-3.3
Bélgica	3.9	33.8
Suecia	2.9	-36.9
Finlandia	1.6	-16.9
Sub-total	94.4	26.1
Resto	5.6	-19.6
TOTAL	100.0	17.7

FUENTE: Elaborado por MIC/DICOEX - Coordinación de Estudios Económicos, con Datos Preliminares de la DGA

Es necesario destacar, que ocho (8) países de la UE27, figuran dentro de los diez (10) principales socios de República Dominicana, tanto en las exportaciones como en las importaciones. Estos son: Alemania, España, Italia, Reino Unido, Francia, Países Bajos, Bélgica y Suecia.

Sin embargo, en ambos casos de las exportaciones y las importaciones desde el bloque EPA registra una desaceleración en el dinamismo comercial en el trimestre como consecuencia una reducción del ritmo de actividad económica y un menor consumo en el bloque europeo.

3.3. BALANZA COMERCIAL

De acuerdo a las cifras disponibles, el incremento del valor total de las importaciones tanto como exportaciones de bienes hacia el Área de Tratados EPA en el primer trimestre de los años 2009 y 2010, experimentaron un crecimiento. Las exportaciones dominicanas tuvieron una participación de un 39.1%, siendo mayor que las importaciones de este mismo periodo, 23.5% respectivamente. Por esta razón vemos un cambio drástico de una balanza comercial deficitaria a una superavitaria.

Mientras en enero-marzo 2009 el déficit a nivel del bloque fue negativo en US\$9.4 millones, en el mismo periodo del año 2010, dicha cifra fue de US\$30.1 millones. La relación de exportaciones sobre importaciones pasó de 0.97 a 1.09 dólares exportados por cada dólar importado. Siendo justificado fundamentalmente por el déficit con la UE27, considerando que con las únicas economías que la balanza comercial fue positiva fueron con Bélgica y Holanda, recordando que hablamos de una balanza comercial no petrolera.

Por otro lado, el resultado con los países de CARICOM fue deficitario, como se describe en la parte dedicada a este bloque, mientras que con Haití y Bahamas nuestro comercio se mantiene con saldo positivo.



4. REPORTE DE INVESTIGACION.

RESUMEN EJECUTIVO

ESTUDIO DE MERCADO DE PRODUCTOS AGRICOLAS Y AGROINDUSTRIALES EN LA CIUDAD DE NUEVA YORK, ESTADOS UNIDOS DE AMERICA, EN EL MARCO DEL DRCAFTA⁶.

I. Preámbulo.

El Estudio de Mercado de Productos Agrícolas y Agroindustriales en la Ciudad de Nueva York, Estados Unidos de América, en el marco del DR-CAFTA, es un producto del Proyecto de Fortalecimiento de la Gestión de Comercio Exterior, parcialmente financiado a través del préstamo BID No. 1511/OC-DR, específicamente del componente de aplicación y administración de acuerdos ejecutado por la Dirección de Comercio Exterior (DICOEX) de la Secretaría de Estado de Industria y Comercio.

El estudio fue realizado por Hunts Point Economic Development Corporation, representada por su CEO Josephine Infante, y su consultora asociada para este proyecto la Dra. Claudia Troncoso, en virtud del Contrato de Servicios de Consultoría de fecha 26 de agosto del 2008 firmado entre la Gerencia General del Proyecto BID 1511 OC/DR y Hunts Point Economic Development Corporation (HPEDC). Para su ejecución, HPEDC contrató profesionales en las áreas de comercio de alimentos, mercadeo, aspectos legales, sanitarios y fitosanitarios con más de 20 años de experiencia en Nueva York y en la República Dominicana. Asimismo, se realizaron consultas en Nueva York con la Asociación Nacional de Supermercados, la Terminal de Mercado de Hunts Point y oficiales del Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, y en Santo Domingo, con la Junta Agroempresarial Dominicana y la Secretaría de Estado de Agricultura de la República Dominicana.

El trabajo realizado se enfoca en el análisis de la demanda de productos agrícolas frescos en el mercado del área metropolitana de Nueva York, el ambiente competitivo en que opera la demanda y los productos con los cuales la República Dominicana puede competir en dicho ambiente. Es también un estudio de la cadena de suplidores en la República Dominicana, los retos de la producción, post-producción y transporte de los productos y los referentes a la promoción y comercialización de los productos dominicanos en el exterior.

Resulta evidente que, como consecuencia de la globalización económica, los exportadores dominicanos deben coordinar sus esfuerzos para incrementar la

⁶ El presente Estudio fue realizado por Hunts Point Economic Development Corporation para la Dirección de Comercio Exterior (DICOEX) del Ministerio de Industria y Comercio, con recursos del Proyecto BID 1511 para el Fortalecimiento de la Gestión del Comercio Exterior. Estudio completo disponible en: www.mic.gob.do/comercioexterior

competitividad como país de cara al mercado exterior. En este contexto, el país debe tomar responsabilidad del triunfo de su industria alimentaria y asegurar que los productores cuentan con las condiciones necesarias para ofrecer transparencia, calidad y sostenibilidad. Los productores, por su parte, deben comprender que en el mercado estudiado el éxito está basado en el establecimiento de relaciones y la calidad del servicio, no únicamente en las ventas.

Entendemos que este estudio es una contribución positiva a los productores dominicanos y agradecemos a todos los participantes y encuestados por su colaboración.

II. Evaluación del potencial que tiene el mercado de la Ciudad de Nueva York para los productos agrícolas y agroindustriales dominicanos.

i. Composición del mercado y patrones de consumo alimenticio.

La primera actividad realizada fue el estudio del entorno socio-económico-cultural del área de Nueva York mediante el análisis de datos demográficos sobre el origen étnico de la población, su ubicación geográfica, ubicación por origen étnico y patrones de consumo alimenticio. El análisis incluyó datos del censo del año 2000 y estimados para los años 2007 y 2008 sobre la Ciudad de Nueva York y sus cinco condados, el Estado de Nueva York y el área comercial de Nueva York o área tri-estatal compuesta por los Estados de Nueva York, Nueva Jersey y Connecticut. En este sentido pudo comprobarse la tendencia de crecimiento de la población hispana y dominicana. En el Estado de Nueva York, donde los hispanos se han convertido en el segundo grupo en importancia demográfica, se estima que residen más 3 millones de hispanos y más de 600 mil dominicanos. En el área comercial de Nueva York la población dominicana estimada para el 2007 superaba los 840 mil habitantes.

En lo relativo a patrones de consumo alimenticio en el ámbito de productos agrícolas y agroindustriales pudo confirmarse, por medio de estadísticas del Departamento de Salud del Estado de Nueva York y tomando en cuenta las diversas iniciativas gubernamentales en ese sentido, que la tendencia es hacia el aumento en el consumo de frutas y vegetales frescos. El Departamento de Salud del Estado de Nueva York, mediante las iniciativas “Programa Corazón Saludable” (*Healthy Heart Program*) y “Come Bien Juega Duro” (*Eat Well Play Hard*), está otorgando fondos públicos a las comunidades donde el consumo de frutas y vegetales frescos es bajo, para promover dicho consumo en los lugares de trabajo, guarderías infantiles y escuelas primarias. El Consejo de la Ciudad de Nueva York, por su parte, aprobó en Febrero del 2007 modificar el Código Administrativo de la Ciudad de Nueva York para expandir el número de carros ambulantes para la venta de frutas y vegetales frescos. Por otra parte, el Departamento de Salud, el Departamento de Agricultura y Mercados del Estado de Nueva York y la Asociación de Bodegas de Estados Unidos iniciaron una campaña piloto llamada “Cambie a Frutas y Vegetales” para promover con fondos públicos el consumo de estos productos. Se ha estimado que en el 2007 un 30% de la población del Estado consumía 5 servicios diarios de frutas y vegetales frescos.

ii. La demanda de productos agrícolas en el mercado de Nueva York.

La demanda del mercado y su temporalidad se determinó utilizando como metodología la recopilación de información en las fuentes oficiales provistas por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos (USDA), la observación del comportamiento diario e histórico del mercado de Hunts Point y la realización de entrevistas a un listado que incluye a los mayoristas, distribuidores y detallistas de productos tropicales frescos y agroindustriales con mayor experiencia significativa de distribución en el área de Nueva York. En cuanto a la demanda del mercado, se notó un incremento en las importaciones de productos agrícolas. Generalmente, los consumidores no diferencian en su preferencia entre productos locales o importados ni entre productos de un país o de otro, y al momento de escoger un producto la mayoría se enfoca en buena calidad y precio independientemente del origen.

La tendencia del mercado de productos agrícolas producidos en el trópico apunta a un incremento en los siguientes rubros principales: 1. Ajíes (diferentes variedades) y Pimientos Morrones; 2. Mangos; 3. Plátanos y Bananas; 4. Aguacate; 5. Yautía / Malanga; 6. Piña; 7. Tomate; 8. Cítricos (naranja agria, naranja, limones, limas); 9. Papaya; 10. Yuca; 11. Kabocha (Calabaza); 12. Espárragos; 13. Coco seco; 14. Vainitas chinas (*snow peas*); 15. Vainitas chinas dulces (*sugar snap peas*); 16. Melón; 17. Jengibre; y 18. Pepino. Particular atención merece el mercado de los Pimientos Morrones, Pepinos, Calabacines y Espárragos, cuyas importaciones se han duplicado o casi triplicado.

Los importadores tradicionales de frutas y vegetales a Estados Unidos han sido México y Canadá, no obstante países como Costa Rica, Ecuador, Chile y Guatemala han emergido como importantes importadores, lo que significa que hay oportunidades de crecimiento para la República Dominicana. Los principales países competidores en el mercado de Nueva York de los productos dominicanos son México, Costa Rica, Guatemala y Ecuador.

iii. Veintiséis (26) productos con mayor demanda en el mercado vis-a-vis la producción dominicana.

El criterio utilizado para la selección de los productos se basó en los siguientes factores: a) amplia distribución en el área de New York; b) amplio espectro de demanda, es decir consumidos por amplios sectores de la población; c) el éxito que han tenido otros países al exportar los mismos; d) la viabilidad en cuanto a precios de mercado al provenir de República Dominicana; e) que puedan ser cosechados en República Dominicana, tomando en cuenta la variedad de micro-climas que posee el país; y f) que los productores dominicanos puedan competir con la oferta que existe actualmente en el mercado. Los productos escogidos de acuerdo a la aplicación de este criterio son los siguientes:

	Productos con mayor demanda en Nueva York	Nombre en Inglés
1	Aguacates (Cáscara Verde y Hass)	Avocado (Green Skin, Hass)
2	Ajíes: (todas las variedades, especialmente Anaheim, Habanero y Cubanelle) y Pimientos Morrones (rojos, amarillos, naranja y verdes)	Chili Peppers (Anaheim, Habanero, Cubanelle/Italian Sweet Pepper); Bell Peppers
3	Batata	Sweet Potato
4	Berenjenas (variedades china, italiana y dominicana)	Eggplants (Chinesse,
5	Calabaza Japonesa (kabocha)	Kabocha Squash
6	Cítricos (Limón amarillo, Limón -lima- tipo Persa, Naranja y Mandarina)	Citrus (Lemon, Lime, Orange, Mandarin)
7	Cocos Secos	Dry Coconuts
8	Cundeamor (chino)	Bitter Melon
9	Espárragos	Asparagus
10	Ejotes	Beans
11	Jengibre (raíz)	Ginger (root)
12	Lechosa (variedades Sunrise y Maradol)	Papaya (Sunrise, Maradol)
13	Mangos (variedades Kent, Keitt y Tommy Atkins)	Mangoes
14	Melones (variedades Galia, Cantaloupe, Honeydew)	Melons (Galia, Cantaloupe,

		Honeydew)
15	Molondrónes	Okra
16	Ñame	Tropical Yam (blanco)
17	Piñas (Golden MD-2)	Pineapple (Golden MD-2)
18	Plátanos (verdes y Bananas)	Plantains; Bananas.
19	Sábila (hojas)	Aloe (leaves)
20	Sandías y Sandías Mini (variedad sin semilla)	Watermelon/ Mini- Watermelon
21	Tayota	Chayote
22	Tomates de Invernaderos (Uva, Carnosos, en ramas y Cherry)	Tomatoes (Grape, Beef, On the Vine, Cherry)
23	Vainitas Chinas y Vainitas Chinas Dulces	Snow Peas y Sugar-snap Peas
24	Vainitas Largas Chinas	Yard-long Beans, Chinesse Long Beans
25	Yautías (Yautía Lila, Blanca y Malanga Coco)	Yautía, Dasheen, Malanga
26	Yuca	Cassava, Manioc

A partir de la determinación de esta lista se realizó un análisis más a fondo de la demanda de cada uno de los 26 productos. El análisis conllevó una segunda ronda de entrevistas a los importadores, distribuidores, mayoristas y minoristas de la lista representativa. Mediante las encuestas se determinó cuales son los productos más vendidos del listado, cuales son los países competidores para cada producto y la opinión sobre los productos dominicanos y la posibilidad de incrementar la distribución y venta de productos dominicanos.

El análisis de la demanda incluyó la comparación de la disponibilidad de los productos

en el Estado de Nueva York con la disponibilidad de la oferta dominicana. Para medir la disponibilidad en Nueva York se utilizaron los datos de la Terminal de Mercado de Hunts Point y de la página de investigación de mercado del USDA. La disponibilidad de la oferta fue construida a partir de informaciones de la Secretaría de Estado de Agricultura (SEA) y la Junta Agroempresarial Dominicana (JAD), e investigaciones de campo del equipo de HPEDC.

El estudio ofrece también una descripción detallada de los 26 productos, la cual incluye el código y nomenclatura arancelaria, el arancel DR-CAFTA, la calidad de producto esperada por los importadores y distribuidores, la forma de empaque más común en el mercado, técnicas de manejo y la disponibilidad en Estados Unidos por mayores áreas de producción. Para algunos productos, en caso de ser aplicable, se incluyen los grados de calidad utilizados en la comercialización y las regulaciones particulares aplicables a la importación a Estados Unidos.

iv. Evaluación del producto dominicano de cara a los importadores, distribuidores, mayoristas y minoristas del mercado.

En el marco de las encuestas realizadas, se visitaron numerosos miembros de la cadena de distribución en la Ciudad de Nueva York. Uno de los miembros más importantes de esta cadena son los supermercados. Observamos que más del 80% de los entrevistados tiene experiencia en la venta de productos dominicanos y quisiera tener más acceso a los mismos. En lo relativo a los obstáculos enfrentados en relación con la importación y venta de los productos, casi la totalidad de los encuestados ha hecho mención de que los productos dominicanos son de buena calidad pero deficientes en cuanto a la apariencia y presentación del empaque. Otro factor importante se trata de la necesidad de consistencia de la oferta de productos a través del año, o al menos en épocas fijas determinadas.

El segundo grupo encuestado fue el de los distribuidores, casi la totalidad con experiencia manejando productos dominicanos. Las opiniones estuvieron divididas en cuanto a la disposición de importar o distribuir nuevamente productos dominicanos. Resultó prácticamente un común denominador, al referirse a los obstáculos enfrentados en la distribución de los productos, la queja sobre la calidad del empaque, la presentación de los productos y la estabilidad de la oferta.

En las visitas a distribuidores mayoristas del área pudimos constatar la potencial receptividad de estos hacia los productos dominicanos. Si bien es cierto que muchos de ellos han tenido un contacto limitado o nulo con los mismos, no es menos cierto que están, salvo contadas excepciones, dispuestos a trabajar con los productores dominicanos siempre que la oferta sea de buena calidad y los productos tengan buen empaque. Es importante notar que los distribuidores mayoristas encuestados manejan cantidades millonarias en términos de volumen y valor monetario.

v. Nueve (9) productos con potencial de exportación inmediato.

Como consecuencia del estudio de los 26 productos con mayor demanda se identificó un grupo de productos con potencial inmediato de exportación, económicamente rentables. Estos son: 1. Aguacates (Cáscara Verde y Hass); 2. Pimientos Morrones (rojos, amarillos, naranja y verdes) y otros ajíes. 3. Calabaza Japonesa (kabocha); 4. Papaya (variedades Sunrise y Maradol); 5. Mangos (variedades Kent, Keitt y Tommy Atkins); 6. Piñas (Golden MD-2); 7. Tomates de Invernaderos (Uva, Carnosos, en ramas, Cherry); 8. Yautías (Yautía Blanca y Malanga Coco); y 9. Yuca (parafinada).

Estos productos son de amplia distribución y consumo en el área tri-estatal de New York y penetran en los distintos tipos de mercado reconocidos en la práctica de distribución de alimentos: el mercado tradicional o “*mainstream*” -compuesto por la raza blanca de habla inglesa-, el mercado étnico, el mercado tropical y el mercado orgánico. Igualmente, son producidos con éxito en República Dominicana y puede aumentarse su producción con el desarrollo de la tecnología del cultivo en invernadero.

vi. Evolución de precio de los productos en el mercado y sus elasticidades.

Los precios de los productos en el mercado mayorista son compilados diariamente por el USDA en los mercados terminales de productos y pueden ser obtenidos en la base de datos del Servicio de Comercialización Agrícola de USDA (AMS por sus siglas en inglés). En el estudio presenta un análisis sobre la evolución de precios en los últimos tres (3) años de los 26 productos con mayor demanda, detallando los precios mes por mes. La información fue generada por el equipo de trabajo a través del análisis de los precios históricos mensuales de los productos en la Terminal de Mercado de Hunts Point registrados en la base de datos del AMS. En la Sección sobre alternativas tecnológicas para el intercambio de información en línea y consulta de mercados del estudio se explica cómo obtener esta información.

Los precios de los 9 productos escogidos se mantuvieron estables de acuerdo a la estacionalidad de la demanda o tuvieron un comportamiento sobresaliente en el 2008, como fue el caso de los pimientos morrones y la yautía blanca.

Por otra parte, el estudio presenta un detalle de los precios al por menor de los productos con mayor potencial de exportación al día 31 de Enero del 2009, recopilados a través de visitas individuales a una muestra de supermercados de Nueva York, Nueva Jersey y Pennsylvania (Lancaster). Finalmente se presenta al exportador una guía sobre las diferentes variables integradas en el cálculo de precios de la cadena de exportación.

vii. Aspectos logísticos de la cadena de exportación / importación.

Los exportadores dominicanos han dependido durante largo tiempo de las líneas aéreas internacionales para el transporte de gran parte de sus productos hasta los Estados Unidos. Con la reducción de los vuelos por motivo de la recesión económica

internacional, se hace cada vez más necesario cambiar al medio de transporte por vía marítima. En adición, los exportadores carecen en gran medida de los equipos refrigerados necesarios para transportar los productos agrícolas desde el lugar de empaque hasta la terminal aeroportuaria o marítima, hecho que resulta más perjudicial con el uso de la vía aérea por los retrasos que normalmente ocurren en las terminales. El incremento de la oferta de transporte marítima, hasta hoy limitada, es necesario para la competitividad futura de los productos en el mercado de Nueva York, ya que esta vía abarata los costos y conserva con mayor integridad la cadena de frío.

Las rutas marítimas más utilizadas por los exportadores hacia la costa este de Estados Unidos son Santo Domingo – New York y Santo Domingo – Filadelfia, siendo la ruta Santo Domingo – Filadelfia la más económica. Las tarifas para otros destinos dentro de los Estados Unidos generalmente son más elevadas dependiendo de la distancia y la frecuencia de la salida. El envío de un contenedor marítimo por Filadelfia costaría alrededor de US\$5,200 (US\$4,500 por transporte marítimo y US\$700 por transporte terrestre hacia Nueva York). Un contenedor marítimo a Miami cuesta alrededor de US\$3,750 a lo que hay que agregar unos US\$3,000 de transporte por camión a Nueva York. El transporte directo vía Nueva York cuesta un estimado de US\$6,085 (\$5,385 for transporte marítimo y unos US\$700 for transporte terrestre desde el puerto de Nueva York hacia la terminal de productos de Nueva York).

Una vez la mercancía está en Estados Unidos, el costo del “clearing” oscila entre los US\$190 y US\$210 por contenedor en horas laborables. El costo de transporte local varía dependiendo de la distancia hacia donde se llevará la carga. Si es desde el aeropuerto JFK (Kennedy) o Newark Liberty (Newark) hasta el mercado de Hunts Point es de aproximadamente US\$110 por contenedor LD-3 o US\$250 por contenedor LD-7. Si el producto es descargado de los contenedores y llevado como carga suelta hacia el mismo destino final su costo de transporte es de alrededor de US\$0.50 por caja.

En el caso de que los envíos marítimos lleguen vía Miami se pueden transbordar a camiones refrigerados y ser enviados vía el corredor Este hacia los mercados del norte (Filadelfia, Nueva York, Boston). En el caso de cargas completas de un punto A hasta un punto B el precio fluctúa entre los \$2,800 a los \$3,200 dependiendo de la ciudad de destino. En cuanto a envíos parciales (LTL) el precio por paleta desde Miami hasta estas ciudades del Noreste puede ser entre US\$150 y US\$175. Algunos carriers cobran sus tarifas por cajas y valúan las mismas por peso; por ejemplo las cajas o sacos de 40 a 50 libras pueden costar US\$3.50 y las cajas 10 a 15 libras pueden costar entre US\$1.25 y US\$1.40. En el caso de los aguacates, para poner otro ejemplo, los transportistas cobran entre US\$2 y \$2.30 por caja desde Miami hasta los puntos antes mencionados.

viii. Canales de distribución y comercialización de los productos.

En la cadena de distribución y comercialización de los productos agrícolas en Nueva York participan los siguientes actores: importadores directos, distribuidores mayoristas, medianos y pequeños distribuidores, rutereros (“Jobbers”), departamentos de compra de cadenas de supermercados, agentes (“brokers”) y minoristas, entre los

cuales se destacan los supermercados independientes, las bodeguas, delis y los vendedores callejeros.

Los importadores pueden hacer las veces de distribuidores/mayoristas o pueden vender el producto a distribuidores y/o mayoristas del área o a cadenas de supermercados con centros de acopio. Por lo general ganan entre US\$0.50 y US\$1.50 por caja, libre de gastos. El margen de ganancia del importador es de un 15-20% del precio actual de ventas y sirve al importador/mayorista para cubrir el manejo y costo de ventas del producto. La comisión del mayorista, la que puede ser estimada en aproximadamente 5-10%.

La mayor concentración de mayoristas se encuentra en la Terminal de Mercado de Nueva York en Hunts Point. El mayorista por lo general cobra 18% -20% de comisión por el manejo de los productos que distribuye, muchos de los cuales recibe a consignación. La mayoría tiene sus propias flotillas de camiones de distribución.

En la Terminal de Mercado convergen grandes y pequeños distribuidores, incluyendo los “*Jobbers*” que adquieren productos de los diferentes almacenes para distribuir a millares de fruterías, bodegas, restaurantes, supermercados, etc. Los ruteros hablan el mismo idioma que los clientes y conocen bien el mercado étnico. Un gran número de ruteros son coreanos, pero hay un alto porcentaje de dominicanos. Su margen de ganancia varía entre US\$1 a US\$3 por caja.

Los distribuidores que no están en el mercado terminal mueven grandes volúmenes de productos con sus propias flotillas. Sus clientes incluyen hoteles, restaurantes, supermercados e instituciones (escuelas, hospitales, cárceles, etc.). Su margen de ganancia puede ser del 20-30% del valor de venta de los productos.

En lo referente a las cadenas de supermercados, estas tienen sus propios centros de acopio. Compran la mayoría de sus productos frescos directamente de los productores norteamericanos y rara vez actúan como importadores. También reciben productos de distribuidores, mayoristas y de importadores directos generalmente de Chile y México. Para obtener su ganancia aumentan hasta un 70% del precio de adquisición de los productos.

Los productores dominicanos tienen mejor oportunidad de vender sus productos en los supermercados independientes (no de cadena). En estos supermercados se pueden encontrar los productos típicos de muchos países del mundo. Existe una organización que agrupa a cientos de estos supermercados en Nueva York, la National Supermarket Association (NSA), fundada por un grupo de dueños de supermercado de origen dominicano.

Las bodegas usualmente tienen en sus anaqueles lo básico en cuanto a frutas y vegetales: plátanos, yuca, bananas, lechuga, tomates y aguacates. Cientos de bodegas son propiedad de dominicanos. Las fruterías, por su parte, tienen una amplia oferta de productos frescos de todo tipo. Sus dueños son en su mayoría coreanos.

Finalmente, los *brokers* que pueden o no ser parte de la cadena de distribución, conectan a los compradores y vendedores a cambio de una comisión; generalmente no asumen ningún riesgo sino que solo aportan su trabajo y conexiones. A veces asumen la facturación del producto de sus clientes. Su margen de ganancia es de US\$0.25 y US\$0.50 por caja. Si cobran por comisión, esta es generalmente de un 5%.

III. Disposiciones legales y procedimentales aplicables al comercio de los productos objeto de este estudio.

Existen varios productos cuya entrada no está admitida en todos los puertos de los Estados Unidos. Estos son la Batata, el Ñame, los Cítricos y los Frijoles. En el caso de los Cítricos, la entrada de los productos escogidos (naranjas, mandarinas, limones amarillos y limones persas) está permitida en los puertos del Atlántico Norte, incluyendo Nueva York/New Jersey. En el caso de los Frijoles (ejotes) aunque la entrada por el puerto de Nueva York/New Jersey y otros puertos del Atlántico Norte está permitida, la importación está prohibida por diversos otros puertos. En lo que se refiere al Ñame y la Batata, la importación no está actualmente permitida a territorio continental de los Estados Unidos porque no se ha realizado el Análisis de Riesgo de Plagas (ARP) correspondiente.

Para la importación de los productos escogidos se necesita un permiso de importación del Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal (APHIS). Solamente están exceptuados de este requisito los cocos secos, las raíces de jengibre y la sábila. Asimismo, los productos deben estar acompañados de un certificado fitosanitario emitido por el Departamento de Sanidad Vegetal de la Secretaría de Estado de Agricultura dirigido al APHIS, certificando que las frutas o vegetales están libres de plagas y enfermedades y que se conforman con las regulaciones fitosanitarias de los Estados Unidos.

Determinados productos requieren de un tratamiento fitosanitario antes de su exportación a los Estados Unidos, otros requieren tratamiento en los Estados Unidos antes de ser liberados en las aduanas, especialmente si se encuentran plagas o insectos durante la inspección. De los productos escogidos en este estudio se exige tratamiento fitosanitario a los Molondrones, las Vainitas Largas Chinas y las habichuelas en sus vainas. Los Molondrones deben ser objeto del tratamiento fitosanitario T101-p-2 debido a la presencia en República Dominicana del Gusano Rosado (*Pectinophora gossypiella*). Las habichuelas (ejotes) requieren el tratamiento T104-a-1 debido a la presencia de varias plagas cuarentenarias, únicamente cuando se destinan a un puerto del Atlántico Sur de los Estados Unidos, como Florida. Las Vainitas Largas Chinas requieren el tratamiento T101-k-2. Los Mangos requieren de un tratamiento hidrotérmico (con agua caliente) en una instalación en la República Dominicana y supervisado por un inspector federal de los Estados Unidos debido a la presencia en RD de la Mosca Caribeña de la Fruta.

Todos los productos están sujetos a inspección en las aduanas de los Estados Unidos. No obstante, para la yautía/malanga aplica un procedimiento de inspección expedita

por ser un producto con alto volumen y bajo riesgo. En el caso de los Ajíes (todas las variedades), las Berenjenas (largas y regulares), las Vainitas Chinas Largas y las Vainitas Chinas o de Arveja (*snow peas*), incluidos en la Alerta de Importación 99-14, estos serán detenidos automáticamente en las aduanas para ser inspeccionados por plaguicidas mediante un análisis de laboratorio. Para exportar estos productos sin caer en la detención automática es preciso tener una aprobación de la FDA, la cual se consigue comprobando en cinco envíos consecutivos la ausencia de pesticidas mediante cinco (5) análisis de laboratorio realizados por un laboratorio privado aprobado por la FDA en los Estados Unidos. El mismo procedimiento aplica a los importadores dominicanos que están listados en la Alerta de Importación 99-05 por incumplimientos pasados de las normas y reglas aplicables a la importación.

Existen otras regulaciones que deben ser observadas a la hora de planear la exportación de los productos a los Estados Unidos, estas regulaciones tienen que ver con el empaque, etiquetado, envasado y cajas de madera utilizadas para el transporte de los productos. Asimismo, deben observarse las disposiciones de registro previo de la Ley de Bioterrorismo del 2002, los límites de tolerancia de presencia de plaguicidas y pesticidas establecidos por la Agencia de Protección del Medioambiente de los Estados Unidos (EPA) y las disposiciones de marcado de origen del DR-CAFTA y el nuevo reglamento de etiquetado de país de origen (COOL Act).

Especial atención debe prestarse a las normas de calidad y grados de aplicación voluntaria establecidas por el USDA y las normas obligatorias establecidas por las Órdenes de Comercialización Agrícola. En lo relativo a estas últimas, deben observarse normas de calidad para los tomates, aguacates y naranjas que entren en determinadas épocas por la Florida. En el caso de los aguacates (excepto los aguacates Hass, Fuerte, Zutano, and Edranol) la importación por Nueva York/New Jersey (y el resto de los Estados Unidos) está sujeta al cumplimiento de requisitos de tamaño, color y madurez en cargamentos de aguacates mayores de 55 libras.

IV. Diagnóstico de la oferta nacional y análisis FODA con respecto a la demanda en el mercado de Nueva York.

Para el diagnóstico de la oferta de productos agrícolas dominicanos se realizaron entrevistas a 45 productores y/o exportadores de los productos agrícolas con mayor demanda en el mercado de Nueva York. A partir del resultado de las entrevistas, el cual se detalla en el estudio, y la información obtenida en el curso de las investigaciones se realizó el siguiente análisis FODA:

FORTALEZAS	
(i) Producción.	Clima cálido y estable durante todo el año, propicio para la agricultura de productos tropicales.
	Micro-climas donde los productos no tropicales pueden ser producidos.
	Extensos terrenos con invernaderos.
	Tierra fértil, más que en otras islas del Caribe.
	Los productos dominicanos tienen buen sabor.

(ii) post-producción.	Buenas telecomunicaciones.
	Proximidad a puertos / aeropuertos.
(iii) transporte.	Buena infraestructura de calles y carreteras.
(iv) comercialización y mercadeo.	Proximidad a los mercados.
	Éxito comprobado de otros productos tradicionales y no tradicionales, como las frutas orgánicas, los vegetales orientales, los cigarros, el cacao, etc.
	Éxito de la industria turística (más de 4 millones de visitantes anualmente), lo que ayuda a un reconocimiento positivo de la marca República Dominicana dentro de los Estados Unidos.
	Formación de clústeres de competitividad.

DEBILIDADES	
(i) producción	Costos de producción de los cultivos son elevados con relación a la competencia.
	Costo de insumos elevados (fertilizantes, plaguicidas, otros).
	Financiamiento disponible de forma limitada y con muy altos intereses.
	En el caso de los vegetales de invernadero, baja productividad (rendimiento) en los cultivos.
	Falta de Seguro Agrícola en el sub-sector.
	Carencia de una cadena de infraestructuras y procedimientos que aseguren la integridad de la cadena de frío en los vegetales.
(ii) post-producción	Falta de infraestructuras adecuadas en plantas de clasificación y empaque, principalmente en el caso de los vegetales.
	Insuficiencia de laboratorios fitosanitarios.
	La mala calidad del empaque y embalaje.
	Interrupciones del servicio eléctrico que resultan en rompimiento de la cadena de frío.
(iii) transporte	Dependencia excesiva del transporte aéreo, lo que sube los costos de los productos y por tanto su precio, disminuyendo la competitividad de los productos.
	Costos de transporte marítimo elevado en algunos casos debido a la falta de un volumen en la producción.
(iv) Comercialización y mercadeo	Muy pocos embarques semanales desde República Dominicana a la costa Noreste de los Estados Unidos (Nueva York y Filadelfia).
	Falta de conocimiento de las expectativas del mercado y de los importadores en aspectos tales como calidad, presentación y empaque. Los exportadores dominicanos pueden tener una percepción sobre calidad que no se corresponde con la percepción del mercado.
	No se mantiene una presencia u oferta de productos todo el año, a diferencia de otros países competidores.
	La presencia de productos dominicanos en <i>trade-shows</i> dentro de los Estados Unidos es limitada. Como consecuencia la República Dominicana no se reconoce como exportadora agrícola por muchos líderes de la industria.
	Debilidad en la coordinación de la política nacional de exportación. Se realizan esfuerzos fragmentados entre varias agencias gubernamentales (SEA, CEI-RD, DICOEX).
	Percepción en la industria de falta de comprensión de la ética comercial entre exportadores – importadores, en el sentido consistencia y confiabilidad de las ofertas.

	Historia pasada de detenciones de productos en las aduanas por incumplimiento de las regulaciones internas de los Estados Unidos relativas a la importación de productos, lo cual ha creado una percepción negativa de los productos que persiste entre los oficiales de aduana.
	Carencia de instrumentos adecuados de investigación de mercado y gestión de apoyo al proceso de comercialización en el mercado meta. Otros países competidores cuentan con oficinas comerciales que defienden los intereses de los exportadores frente a los importadores en caso de conflictos (sobre precio, calidad, cumplimiento de obligaciones, etc.)
	Percepción pesimista, aun sin no es justificada, de los productores sobre las posibilidades de éxito en la inserción de sus productos en el mercado.

AMENAZAS	
(i) producción	Desastres naturales que afectan las cosechas.
(ii) comercialización y Mercadeo.	La percepción en el mercado de que los desastres naturales destruyen las cosechas (aun sea exagerada) da una reputación a la República Dominicana de fuente insegura para la importación de los productos.
	En el mercado de frutas y vegetales la República Dominicana no se percibe como un país competidor versus otros países latinoamericanos. En los ojos de los consumidores e importadores el país de origen es un componente importante de la calidad. Los dominicanos no se han unido para trabajar en esfuerzos de comercialización conjunta para desarrollo de marca-país.

A pesar del poderoso México, otros países como Colombia, Ecuador, Perú, Guatemala, y Chile se han posicionado como proveedores emergentes de peso de productos tropicales. Mientras el tiempo pasa, mas países tienen la oportunidad de asegurarse la cautividad del mercado para sus productos, como está pasando con la piña de Costa Rica.

OPORTUNIDADES	
(i) producción.	Hay lugar para mejoría significativa en la productividad de los invernaderos dominicanos. Pueden adoptarse modelos de productividad de Canadá, Holanda, España e Israel.
(ii) comercialización y mercadeo.	Ningún otro país del Caribe tiene tanta capacidad para desarrollar su marca-país como la República Dominicana. Hay una oportunidad para tomar el liderazgo.
	Agroturismo: oportunidad de sacar provecho del enorme éxito del país en el sector turismo para desarrollar el concepto de agroturismo. Muchos productos dominicanos ya se ofrecen a los turistas en los resorts, y podrían ser promovidos allí para crear el reconocimiento de marca-país. Los productores agrícolas y empresarios turísticos pueden colaborar en campañas de promoción cruzada beneficiosa para ambos grupos.
	La presencia significativa de dominico-americanos en la cadena de distribución de alimentos, principalmente en supermercados y bodegas, los cuales están en la disposición de comprar productos dominicanos siempre que sean competitivos en precio, calidad, presentación, y que el volumen sea consistente.
	Tamaño del mercado: el área de Nueva York representa un enorme mercado de consumidores de alrededor de 31 millones de personas, gran porcentaje de los cuales son hispanos.

	Mercado nostálgico para productos compuesto por dominicoamericanos, con más de 650,000 habitantes.
	Producción de frutas y vegetales con éxito en los diversos tipos de sub-mercados del área de Nueva York (<i>mainstream</i> , étnico, tropical y orgánico). Por ejemplo los ajíes, donde vimos que la República Dominicana tiene presencia en 8 de las 15 terminales de mercado importantes de los Estados Unidos y hay oportunidad de crear una marca-país.

V. Recomendaciones sobre alternativas para atender obstáculos institucionales y técnicos para el comercio de productos agrícolas y agroindustriales al mercado de nueva york.

Recomendaciones a corto plazo.

- i. **Énfasis en nueve (9) productos con mayor potencial inmediato.** Se recomienda concertar esfuerzos para optimizar la oferta de los 9 productos con mayor potencial inmediato recomendados en este estudio. El objetivo debe ser asistir a los productores y exportadores en aspectos tales como mejoría de la calidad del empaque y la presentación final de los productos, aumento de volumen para disminuir el costo producción, planificación de la siembra de acuerdo con la demanda estacional del mercado, construcción adecuada del precio de venta, evaluación de alternativas de transporte y logística, esfuerzos de *match-making* con importadores, distribuidores mayoristas y minoristas de la Ciudad de Nueva York, y finalmente, entrenamiento sobre los fundamentos de ética comercial y prácticas de negocios en el mercado objetivo.

Si bien a la fecha la exportación de estos productos no alcanza volúmenes comparables con otros países de América, los mismos tienen potencial de crecimiento y la demanda es suficiente si la oferta es buena. Para ilustrar las oportunidades que ofrece el mercado, se realizó un ejercicio de lo que representaría en términos económicos la penetración de un 5% de dicho mercado para la piña, papaya, aguacate, mango, tomate cherry, tomate plum, pimientos morrones y otros ajíes. De acuerdo a este ejercicio la penetración de 5% del mercado de los Estados Unidos sería de US\$246,933,768.

- ii. **Entrenamiento.** Debe continuarse el proceso de capacitación de los exportadores dominicanos sobre como enviar un producto que cumpla con las expectativas de los consumidores norteamericanos y de los miembros de la cadena de distribución y venta en Nueva York. El entrenamiento debe enfocarse en los siguientes aspectos:
 - a. **Entrenamiento sobre empaque de los productos.** El mercado exige que los exportadores tengan materiales de empaque de buena calidad, obtenidos al mejor costo posible. Es preciso saber qué tipo de caja se necesita para cada producto y que calidad es la utilizada por sus competidores. Sugerimos la preparación de cursos-talleres sobre empaque y embalaje de productos y la importancia mercadológica de la presentación y arte de los empaques de exportación. Recomendamos la participación de los fabricantes locales de cajas, los exportadores, los acopiadores, representantes de

los productores y las autoridades competentes en los entrenamientos, y como producto final un documento guía para cajas de exportación que especifique calibres, usos y otros detalles de calidad de uso en el mercado objetivo.

b. Planificación estratégica de cosechas. Debe entrenarse a los productores en la planificación de las cosechas para que su producto llegue al mercado en la época de alta demanda. En lo relativo a los exportadores, el objetivo es logren ofrecer consistencia en la oferta estacional para que los importadores puedan contar confiadamente con productos determinados durante ciertos periodos del año.

c. Presentación y calidad de los productos. Los productos destinados al mercado de Nueva York deben ser de tamaño uniforme dentro del empaque, deben estar frescos, libres de tierra y otras impurezas, y el empaque debe tener la presentación adecuada. Recomendamos ofrecer un taller que incluya los usos del mercado en relativo a la presentación de productos, y las normas de calidad y grados establecidos por el AMS.

d. Técnicas de manejo de los productos para su transporte al exterior. Sugerimos que se ofrezcan talleres sobre las técnicas de manejo recomendadas para cada producto, es decir, aspectos como temperatura de almacenamiento, humedad relativa, manejo, producción o sensibilidad al etileno, etc.

e. Conducta de negocios entre comerciantes de productos agrícolas y agroindustriales en Nueva York. Es preciso resolver o evitar los conflictos éticos actuales que están creando precedentes negativos para las exportaciones agrícolas dominicanas. El entrenamiento debe analizar las quejas de importadores en temas como cumplimiento de la promesa hablada, puntualidad, constancia y regularidad de los envíos, etc.

f. Cumplimiento de regulaciones. En vista de la naturaleza dinámica de las regulaciones norteamericanas aplicables a la importación y comercio interno de alimentos, deben realizarse entrenamientos continuos en temas actuales o nuevos, como son la aplicación de los usos y reglamentos de rastreabilidad de los productos, la aplicación de la Ley Federal de Mercancías Agrícolas Perecederas (*The Perishable Agricultural Commodities Act of 1930 -PACA-*), el uso de insecticidas y pesticidas residuales de cara a las tolerancias de la Agencia de Protección Medioambiental de los Estados Unidos (EPA), la Ley de Bioterrorismo del 2002, las Órdenes de Comercialización y normas de calidad voluntarias del AMS; las técnicas de exportación de productos para los cuales existe un Alerta de Importación de la FDA, etc.

g. Precio de los productos. Los exportadores deben estar al tanto de los precios actuales de venta de sus productos en los mercados mayoristas del mercado objetivo. Los productores y exportadores deben instruirse en el análisis de las variaciones de precio de los productos durante el año para identificar cuáles son los periodos estacionales en que los precios son más altos y tratar de ajustar la producción de acuerdo dichos periodos.

iii. **Oficina de ayuda a los exportadores en la Terminal de Mercado Hunts Point.** La puesta en funcionamiento de una oficina de inteligencia de mercado en este punto neurálgico, donde se localizan los 3 grandes mercados de abastos (frutas, vegetales, carnes, pescados y mariscos) de la Ciudad de New York, tendría los siguientes objetivos:

a. Coordinación de reuniones exploratorias de negocio entre exportadores dominicanos y empresas mayoristas y distribuidores locales con asiento en Hunts Point y pequeños distribuidores del área;

b. Certificación de exportadores dominicanos en colaboración con la SEA y la JAD después de completar un programa de entrenamiento y certificación de importadores del área tri-estatal en cuanto a buenas prácticas comerciales, integridad y capacidad de pago. Esta certificación serviría de sello de confianza entre las partes a la hora de entablar relaciones comerciales.

c. Certificación de importadores, mayoristas y distribuidores de Nueva York, de acuerdo a la depuración de su historial de crédito y reputación en el mercado.

d. Talleres regulares de trabajo mediante seminarios en línea (*webminars*) sobre temas como empaque, técnicas de presentación del producto (*merchandising*), planificación estacional estratégica de productos basada en las necesidades del mercado de negocio a negocio, nuevas regulaciones de la industria, etc.;

e. Creación y actualización continua de un portal web bilingüe donde se publiquen: tendencias y oportunidades del mercado; regulaciones vigentes y nuevas de la industria; estadísticas sobre el desempeño de productos agroindustriales importados; experiencias de compañías exportadoras dominicanas y compañías importadoras del área de Nueva York, incluyendo lecciones aprendidas; y un directorio de importadores, mayoristas y distribuidores localizados en el área de Nueva York, entre otras informaciones.

f. Promoción de los productos dominicanos a través de publicidad en diferentes medios como “*tastings*” de productos dominicanos en supermercados y *delis*, y puesta en operación de estrategias precisas para cambiar precepciones negativas existentes sobre productos o productores agrícolas dominicanos;

g. Planificación de servicios de mercadeo cruzado dirigido a los consumidores que unifique los temas de “alimentación saludable”, “turismo dominicano” y “productos dominicanos”;

h. Cooperación con otras agencias gubernamentales para la creación de un modelo de marca – país en cuanto a productos frescos del agro se refiere.

- iv. **Creación del Programa de Certificación de Excelencia.** Recomendamos la creación de una unidad nueva de *Exportación Comercial de Alimentos Agrícolas y Agroindustriales* en la Secretaría de Estado de Agricultura –SEA- para establecer un Proceso de Certificación de Excelencia de los productos agrícolas.
- v. **Incremento de esfuerzos gubernamentales para promoción de las exportaciones.** Recomendamos un plan concertado para la consecución de los siguientes objetivos:
- a. Incrementar la participación de productores dominicanos con capacidad de exportar en eventos internacionales de la industria.
- b. Promoción del agroturismo para la creación de marca-país y marca-regional. Recomendamos en este contexto utilizar el modelo que otros países han utilizado exitosamente de promover a las industrias de su país por región.
- c. Atracción de inversionistas de la industria que puedan ayudar a penetrar no solo los mercados del este de Estados Unidos sino de toda la nación norteamericana. Compañías como Del Monte, Chiquita, Calavo, Mission y otras traerían sus tecnologías de producción y empaque a parte de su vasta experiencia en la distribución de los distintos productos.
- d. Iniciar campaña en medios de la agroindustria norteamericana que circulan en el área de Nueva York, como por ejemplo “*The Packer*” y “*The Produce News*”.

Recomendaciones a mediano plazo

- vi. **Plan para refrigerar la industria del transporte agrícola.** La cadena de frío debe ser mantenida desde la finca hasta el centro de empaque (si este no se encuentra dentro o cerca de la finca) y desde el centro de empaque hasta el puerto o aeropuerto de transporte hacia el extranjero. Se propone evaluar la posibilidad de otorgar facilidades fiscales a aquellos individuos que importen unidades “*thermo King*” para refrigerar los camiones que serán utilizados en el transporte de los productos a ser exportados. Este aspecto es sumamente importante para la competitividad del sector agrícola nacional ya que muchos productos no están llegando en buenas condiciones al mercado.
- vii. **Solicitud de Análisis de Riesgos de Plagas para Batata y Ñame.** Se recomienda que el Estado dominicano realice los procedimientos necesarios para solicitar a las autoridades norteamericanas el Análisis de Riesgo de Plagas con el objetivo de que sea permitida la entrada de la Batata y el Ñame al territorio continental de los Estados Unidos.
- viii. **Creación de clústeres de exportadores.** Sugerimos la formación de grupos de exportadores del mismo modo que se han conformado clústeres de productores.

Estos se enfocarían en la optimización de alternativas para la exportación de productos en general, trabajando en temas como empaque, etiquetado, presentación de productos, transporte interno en República Dominicana, opciones de transporte marítimo y aéreo, promoción de marca-país, etc.

ix. **Facilitación del transporte marítimo.** El incremento de las opciones de transporte marítimo hacia el noreste de los Estados Unidos es un factor determinante en el futuro de la competitividad de los productos agrícolas dominicanos, ya que esta es la vía más barata y que ofrece mejores oportunidades para conservar la cadena de frío. Actualmente la oferta de transporte marítimo a los principales puertos de Estados Unidos es deficiente. El Estado Dominicano debe intensificar sus esfuerzos para remover los obstáculos existentes al desarrollo del transporte marítimo e incentivar las inversiones en el área.

x. **Acceso a créditos y financiamiento.** Tener acceso a crédito y financiamiento se presenta como una necesidad desde la etapa de planificación de la cosecha hasta el momento de venta de los productos en el extranjero.

xi. **Tecnificación de la industria.** Los exportadores deben tener acceso a internet, teléfono, e-mail, fotografía digital, fax y todos los medios de comunicación modernos como forma de mantener un buen flujo de información entre él y sus clientes de ultramar.

xii. **Protección de los recursos naturales.** Durante las entrevistas realizadas a exportadores dominicanos salió a relucir la preocupación por la degradación de los suelos, la deforestación y la contaminación del agua. Recomendamos que las instituciones dedicadas al comercio y la producción agrícola coordinen sus esfuerzos dentro un plan de protección medioambiental concebido y administrado por la Secretaría de Estado de Medioambiente de la República Dominicana.

VI. Propuesta de alternativas tecnológicas para establecer mecanismos de consultas de mercado e intercambio de información en línea.

i. Información a ser intercambiada en línea.

Tomando en consideración la información electrónica actualmente disponible a los productores, recomendamos la creación de un portal bilingüe dedicado exclusivamente a proveer información relativa a la exportación de productos agrícolas y agroindustriales. La industria agroalimentaria en Estados Unidos, sobre todo en Nueva York, es sumamente dinámica, por lo que sugerimos que este portal contenga la siguiente información:

a. *Noticias de la industria.* Información sobre nuevas regulaciones que afecten las exportaciones a Estados Unidos, los movimientos de los países competitivos, las tendencias de consumo, los acontecimientos relacionados con compañías que son clave para los miembros de la cadena de suplidores, etc.

b. *Actualizaciones de tendencias del mercado.* Artículos relevantes de publicaciones de circulación en Estados Unidos tales como *The Packer, Produce Business, Produce News*, y otras.

c. *Historias de éxito* de iniciativas de exportadores dominicanos.

d. *Información sobre entrenamientos* ofrecidos por cualquiera de las entidades gubernamentales envueltas en la promoción del comercio exterior.

e. *Enlaces* a documentos, investigaciones y otras fuentes de información en temas como: Planificación de la producción, desarrollo de invernaderos y producción orgánica; Normas de empaquetado, etiquetado, calidad de los alimentos, seguridad (inocuidad) de los alimentos, tratamientos sanitarios y otros procedimientos de acuerdo con lo exigido por las autoridades federales norteamericanas; Procedimiento de entrada de mercancías en las aduanas de los Estados Unidos; Información actualizada sobre opciones logísticas y precios de transporte local e internacional; Información sobre las prácticas y usos comerciales en Estados Unidos, incluyendo la negociación de contratos de importación-exportación, el conocimiento de embarque, factura pro-forma, orden de compra, la póliza de seguro, la carta de crédito, etc; Información sobre prevención y resolución de conflictos entre comerciantes de ambos países (exportadores-importadores); Opciones de financiamiento a la producción.

f. *Enlaces* a tipos de cambio monetario y explicación de los riesgos que implican las transacciones en moneda extranjera y a actividades de promoción a las exportaciones.

g. *Calendario de trade-shows* dentro de los Estados Unidos disponibles a los exportadores dominicanos para la promoción de sus productos.

h. *Enlace a mecanismos de consulta de mercado.* Esto incluye investigación actual o histórica de precios de los productos en el mercado mayorista en Estados Unidos, consultas sobre volúmenes de importación.

i. *Enlaces* a toda la información descrita en el punto anterior, disponible actualmente a los productores y exportadores en los sitios web del CEI-RD, DICOEX, la SEA y el CNC.

h. *Enlaces externos* a las agencias federales reguladoras de los Estados Unidos envueltas en la importación de productos agrícolas.

j. En caso de atender las recomendaciones sobre la creación de un Programa de Certificación: Información sobre el significado, beneficios y forma de obtención de Certificación de Excelencia de los Productos; Información sobre el significado, beneficios y forma de obtención de Certificación de Exportadores y Certificación de Importadores; Servicios de “Match-making” entre importadores americanos y exportadores dominicanos.

ii. Objetivo de consultas de mercado

Las consultas de mercado se harían enseñando al usuario a utilizar los instrumentos de investigación provistos por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos a través de la página electrónica sobre *Fruits & Vegetables Market News* del Servicio de Comercialización Agrícola (<http://marketnews.usda.gov/portal/fv>), el cual en lo adelante llamaremos portales del “market news”.

El portal del “Market News” ayuda al productor a crear un reporte de precio de ventas de frutas y vegetales de cualquiera de los mercados terminales monitoreados por es USDA: Miami, Filadelfia, New York, Boston, Atlanta, etc., para cualquier producto seleccionado (mango, tomate, espárragos, etc.) y durante cualquier periodo seleccionado (diario, mensual, anual). El reporte creado mostrará el precio de ventas (con sus altas y bajas) para cada variable, estas variables incluyen: tipo de empaque (cartón de 35 lbs., cartón 1 1/9 bushels, etc.), variedad específica del producto, país de origen, tamaño y color.

Otro tipo de consulta de mercado que se puede crear es el reporte de movimiento. Este tipo de reporte muestra los volúmenes comercializados en el país por cada tipo de fruta o vegetal en sus diferentes variedades, incluyendo tanto los volúmenes de las importaciones como el movimiento interno de rubros producidos en los Estados Unidos.

ENLACES NACIONALES:

- Ministerio de Industria y Comercio: www.mic.gov.do
- Ministerio de Relaciones Exteriores: www.serex.gov.do
- Ministerio de Hacienda: www.finanzas.gov.do
- Ministerio de Economía, Planificación y Desarrollo: www.stp.gov.do
- Ministerio de Medio Ambiente: www.medioambiente.gov.do
- Ministerio de Agricultura: www.agricultura.gob.do
- Ministerio de Trabajo: www.set.gov.do
- Ministerio de Turismo: www.sectur.gob.do
- Consultoría Jurídica del Poder Ejecutivo: www.consultoria.gov.do
- Banco Central de la República Dominicana: www.bancentral.gov.do
- Centro de Promoción de Exportaciones e Inversiones: www.ceird.gov.do
- Comisión Nacional de Negociaciones Comerciales: www.cnncc.gov.do
- Dirección General de Aduanas: www.dga.gov.do
- Instituto de Telecomunicaciones, INDOTEL: www.indotel.org.do

ENLACES INTERNACIONALES:

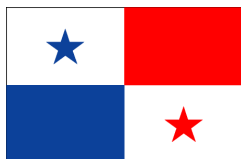
- ✓ Oficina del Representante Comercial de los Estados Unidos (USTR): www.ustr.gov
- ✓ Ministerio de Comercio Exterior de Costa Rica: www.comex.go.cr
- ✓ Ministerio de Economía de El Salvador: www.minec.gob.sv
- ✓ Ministerio de Economía de Guatemala: www.mineco.gob.gt
- ✓ Ministerio de Economía de Nicaragua: www.mific.gob.ni
- ✓ Secretaría de Industria y Comercio de Honduras: www.sic.gob.hn
- ✓ Secretariado de la Comunidad del Caribe (CARICOM): www.caricom.org
- ✓ Ministerio de Economía y Finanzas de Panamá : www.mef.gob.pa
- ✓ El Portal de la Unión Europea: http://europa.eu/index_es.htm

ORGANISMOS INTERNACIONALES:

- Organización Mundial del Comercio (OMC) : www.wto.org
- Fondo Monetario Internacional: www.imf.org
- Banco Mundial: www.bancomundial.org/
- Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo: www.undp.org/spanish
- Banco Interamericano de Desarrollo: www.iadb.org
- Comisión Económica para América Latina (CEPAL): www.eclac.org
- Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD): www.unctad.org
- Consejo Monetario Centroamericano: www.secmca.org
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico: www.oecd.org



MIC
MINISTERIO DE
INDUSTRIA Y COMERCIO
REPÚBLICA DOMINICANA



DIRECCION DE COMERCIO EXTERIOR Y ADMINISTRACION DE TRATADOS COMERCIALES

Dirección: Av. 27 de Febrero No. 209, Ensanche Naco, Santo Domingo, República Dominicana 10123.

Teléfono: 809-567-7192. Fax: 809-381-8076.

Dirección electrónica de contacto: manuel.rodriguez@mic.gob.do

Página Web: <http://www.mic.gob.do/comercioexternior/>

Para Consultas: consultas@mic.gob.do