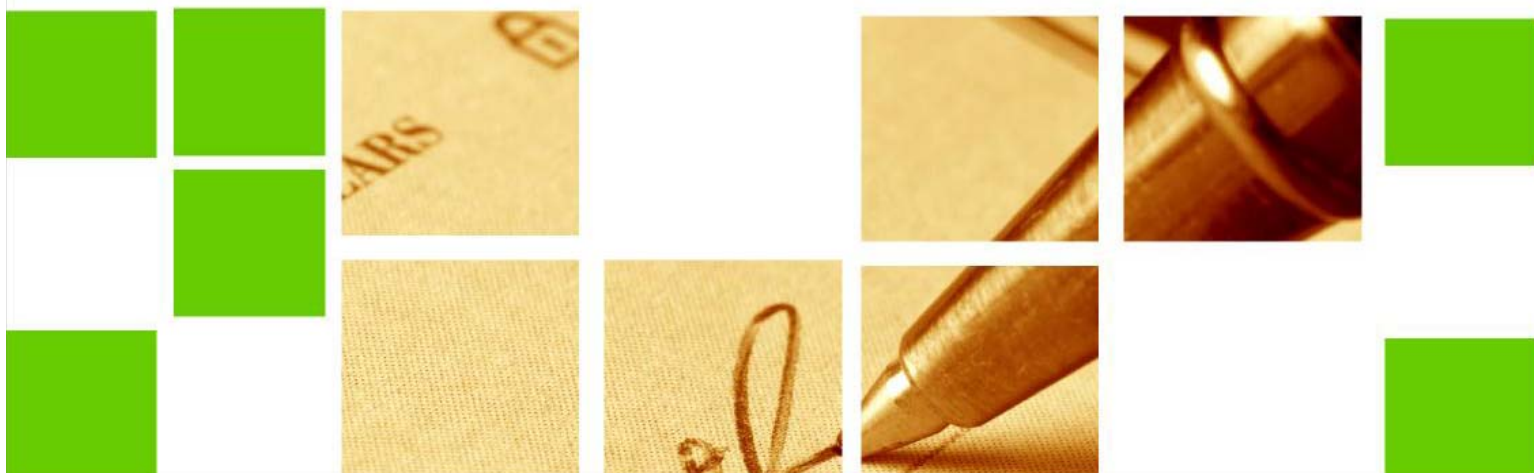


# Relaciones Comerciales y de Cooperación Estados Unidos y República Dominicana



**Enero 2008.-**

**Gerencia de Inteligencia de Mercados  
Sub-Gerencia Mercado al Exportador**



## TABLA DE CONTENIDO

<u>RELACION COMERCIAL Y DE COOPERACIÓN ENTRE ESTADOS UNIDOS Y REPÚBLICA DOMINICANA</u>	<u>1</u>
<u>1. EXPORTACIONES DOMINICANAS CON DESTINO A LOS ESTADOS UNIDOS</u>	<u>1</u>
<u>2. IMPORTACIONES PROCEDENTES DE ESTADOS UNIDOS</u>	<u>2</u>
<u>3. INVERSIÓN DIRECTA PROVENIENTE DE ESTADOS UNIDOS</u>	<u>2</u>
<u>4. ESTRATEGIA DE NEGOCIACIÓN</u>	<u>4</u>
<u>5. IMPORTANCIA DEL DR-CAFTA</u>	<u>6</u>
<u>6. POBLACIÓN DOMINICANA EN LOS ESTADOS UNIDOS</u>	<u>7</u>

## **RELACION COMERCIAL Y DE COOPERACIÓN ENTRE ESTADOS UNIDOS Y REPÚBLICA DOMINICANA**

Tradicionalmente, la República Dominicana ha mantenido importantes relaciones de comercio e inversión con los países de América del Norte, se destaca Estados Unidos como principal socio comercial con que cuenta el país. El intercambio comercial de República Dominicana con Estados Unidos se ha incrementado en los últimos años.

El mercado de Estados Unidos ha sido históricamente el principal destino de las exportaciones dominicanas. Los productos de origen dominicano, principalmente el azúcar ha gozado de cuotas preferenciales en el exigente mercado estadounidense. En años recientes, con un comercio internacional más libre y con menores barreras proteccionistas y arancelarias, el ritmo de las exportaciones nacionales y que tienen por destino los Estado Unidos ha sido ascendente.

La República Dominicana es el quinto (5to) socio comercial de los Estados Unidos en América Latina.

Aproximadamente la mitad de las importaciones dominicanas a septiembre del 2007, fueron provenientes de Estados Unidos. Esto denota la gran importancia del mercado estadounidense en las actividades de comercio internacional llevadas a cabo por la República Dominicana.

El intercambio comercial bilateral entre Estados Unidos y República Dominicana durante el 2007 se cifró en US\$ 6,894.71 millones (incluyendo las exportaciones de las zonas francas).

### **1. Exportaciones Dominicanas con destino a los Estados Unidos**

Durante el 2007, las exportaciones totales ascendieron a US\$ 4,112.17 millones, lo que significó un incremento de 31% con relación al 2006, las exportaciones de zonas francas representan el 85.4% (US\$ 3,514.78 millones) y las nacionales el 14.5% (US\$ 597.39 millones).

Con respecto a los productos nacionales, casi todos los principales productos de exportación a Estados Unidos han aumentado en cuanto al valor exportado tales como: ferróniquel (52.5%), cigarros hecho a manos (29.13%), aguacates (14.76%), cervezas (3.12%), entre otros.

Del lado de las zonas francas, el incremento del valor de las exportaciones estuvo motivado por los productos más importantes: aparatos para transfusión de sangre, cigarros hechos a manos, sabanas desechables, sostenes, pantalones de algodón para hombres, partes para teléfonos, aretes de oro, entre otros.

**Principales Productos Nacionales y de Zonas Francas**  
**Exportados a los Estados Unidos**  
**Enero-Diciembre 2007**  
**(Valores en Millones de US\$)**

	<b>Nacionales</b>		<b>Zonas Francas</b>	
<b>Ítem</b>	<b>Producto</b>	<b>Valor</b>	<b>Producto</b>	<b>Valor</b>
<b>1</b>	Ferróniquel	302.71	Aparatos Para Transfusión de Sangre	260.55
<b>2</b>	Azúcar Crudo de Caña	92.84	Cigarros Hechos a Mano	209.56
<b>3</b>	Cervezas	22.76	Sabanas Desechables	122.75
<b>4</b>	Cigarros Hecho a Manos	19.31	Brassieres (Sostenes)	99.79
<b>5</b>	Cacao en Grano Tipo Sánchez	15.44	Pantalones de algodón p/hombres	95.76

Fuente: Sub-Gerencia de Estadísticas (CEI-RD)

## **2. Importaciones procedentes de Estados Unidos<sup>1</sup>**

A septiembre de 2007, el valor de las importaciones dominicanas procedentes de Estados Unidos ascendió a un valor de US\$ 2,782.5 millones.

Los principales productos importados fueron: derivados del petróleo, maíz, harina de semillas de habas, (frijoles) de soja (soya), automóviles de cilindrada superior a 1.500 cm<sup>3</sup>, pero inferior o igual a 3.000 cm<sup>3</sup>., teléfonos móviles (celulares) y los de otras redes inalámbricas, entre otros.

## **3. Inversión Directa proveniente de Estados Unidos**

El crecimiento económico exhibido por la República Dominicana en los últimos años, tienen en uno de sus componentes catalizadores los flujos de inversiones procedentes del resto del mundo. Ese mismo crecimiento y las condiciones de estabilidad macroeconómica se convierten al mismo tiempo en factor determinante para la atracción de inversiones.

<sup>1</sup> Los valores de las importaciones solo están disponibles enero-septiembre del 2007.

Para describir el punto del clima de negocios cabe mencionar las palabras del ex embajador Norteamérica Hans H. Hertell “he aprendido un principio clave: lo que es bueno para una sociedad sana y dinámica es bueno para los negocios. Cuando se protege el medio ambiente, prospera el turismo y surgen nuevas oportunidades de negocios. Cuando el Poder Judicial es verdaderamente independiente las reglas del juego económico son claras e iguales para todos, la administración pública son eficientes y profesionales, las inversiones pueden prosperar”<sup>2</sup>.

Si se observa la inversión extranjera registrada para el año 2006, Estados Unidos mantiene la supremacía con un monto de US\$ 671.54 millones, representando el 56% del total.

Durante el período correspondiente 2000-2006, la inversión total acumulada registrada en la República Dominicana originaria de los Estados Unidos es de US\$ 2,361.19, es decir, el 39% del monto global recibido por el país, durante el período analizado.

**Flujo Sectorial de IED  
Proveniente de Estados Unidos 2006  
(Valores en Millones US \$)**

<b>SECTOR / TOTAL</b>	<b>2006*</b>
	<b>671.54</b>
Turismo	4.29
Comercio / Industria	38.08
Telecomunicaciones	320.68
Electricidad	61.60
Financiero	57.08
Zonas Francas	72.56
Minería	0.00
Inmobiliario	117.24
Otros	0.00

(\*) Cifras preliminares, sujetas a revisión

Fuente: Banco Central de la República Dominicana

<sup>2</sup> Hans H. Hertell, Embajador de Estados Unidos en la República Dominicana, discurso pronunciado ante la Cámara Americana de Comercio el 23 de enero, 2002.



Fuente: Banco Central de la República Dominicana

#### 4. Estrategia de Negociación

- Puede pensarse que los negociadores norteamericanos son prepotentes, poco sofisticados e incluso ingenuos en sus planteamientos. Su estilo de negociación quizá no guste, pero no por ello debe subestimarse. Por algo son los número uno.
- Las empresas norteamericanas son bastantes accesibles. Incluso el contacto en frío puede funcionar. Antes de concertar la entrevista es habitual proporcionar catálogos e información sobre la empresa. Los sectores muy competitivos, se pueden llegar a pedir ofertas previamente para ver si está en precio y no perder el tiempo en una entrevista personal.
- La profesionalidad es la característica más valorada. Debe acudir con un buen material promocional, hacer una presentación eficaz y utilizar un equipo comercial de primer nivel. No hay que olvidar que en las empresas estadounidenses los puestos de ventas son los que tienen más prestigio. A los vendedores no se les valora por su formación o experiencia profesional sino por los resultados conseguidos en los últimos meses.
- El lenguaje debe ser directo y claro –tell it like it is, (“dilo como es”), es una expresión muy utilizada-. Las respuestas indirectas o poco claras pueden interpretarse como desconfianza o falta de sinceridad.

- Se sienten cómodos en una situación de confrontación y les gusta utilizar técnicas intimidatorias del tipo take it o leave it (“lo tomas o lo dejas”). Una expresión que refleja esta actitud es If you can not take the heat, stay out of the kitchen (“si no soportas el calor, quédate fuera de la cocina”).
- Su estrategia militar de ganar la guerra aún a costa de perder algunas batallas también se refleja en los negocios. Pueden cambiar de táctica en un break de diez minutos. Hay que estar preparados para responder rápidamente. Las negociaciones se centran en el concepto de rentabilidad: una propuesta es buena si se genera beneficios para la empresa (bottom line) y, mejor todavía, si éstos se consiguen a corto plazo.
- La posición de salida no es muy lejana a la que se espera conseguir. Las pocas concesiones que se realizan tienen lugar, más bien, al final de la negociación. El hábito de regatear el precio no está muy extendido.
- El ritmo de la negociación es muy rápido en comparación con otras culturas –el tiempo se valora mucho (time is money)-. Incluso hay ventas que se cierran en la primera entrevista. En negociaciones más largas pueden ceder en algún punto con tal de llegar a un acuerdo lo antes posible y pasar a otro asunto.
- Los negociadores suelen tener un elevado nivel de autoridad para la toma de decisiones y esperan que la otra parte también tenga. Se sienten defraudados si su interlocutor tiene que consultar las condiciones de una operación cuando regrese a su país.
- Las decisiones de primer nivel las toma el Director General, conocido como CEO (Chief Executive Officer, pronunciado Si-Ou) con el acuerdo del borrador of Directors (Consejo de Administración). En los asuntos de menor trascendencia la decisión recae en los cuadros medios responsables de los distintos departamentos (managers).
- Los acuerdos se plasman en contratos muy detallados. En Estados Unidos existe un ambiente muy legalista y de tendencia al litigio. Es muy habitual recurrir a los tribunales o amenazar con ello. Por este motivo, es aconsejable contratar los servicios de un bufete norteamericano, ya que un contrato redactado adecuadamente, ofrece mayores garantías frente a las posibles amenazas legales.
- En ocasiones, es preferible no negociar a través de un borrador de contrato sino con un resumen de aspectos esenciales del contrato que no obliguen a las partes (Summary of Terms o SOT), preparado bajo la supervisión de un abogado norteamericano.
- Cuando ya existe una relación comercial aprecian mucho que se les informe, incluso ejerciendo cierta presión, sobre nuevas ofertas, lanzamiento de nuevos productos, otros planteamientos estratégicos, etc.

## **5. Importancia del DR-CAFTA**

El Tratado de Libre Comercio entre Centroamérica, República Dominicana y Estados Unidos de Norte América representa para República Dominicana una oportunidad y un reto. Oportunidad porque Estados Unidos es la primera economía del mundo, y es nuestro principal socio comercial.

Las exportaciones a Estados Unidos representan el 70 % de las exportaciones totales del país. Las importaciones provenientes de Estados Unidos equivalen al 43% de nuestras importaciones totales, esto significa que ellos son uno de nuestros principales proveedores. El valor total del intercambio comercial entre República Dominicana y Estados Unidos es de US\$ 9,356.8 millones, esto representa el 53% del intercambio total de la República Dominicana.

Es un reto porque se dispone de una mayor oferta de productos y servicios, esto significa que el país debe competir y disponer de una oferta de productos de calidad en el mercado. Asimismo, es preciso establecer estándares en los diferentes productos que se destinan al mercado internacional.

Centroamérica junto con República Dominicana es el segundo mercado de exportación de Estados Unidos en Latinoamérica después de México. Estados Unidos exporta anualmente a la región más de US\$15 billones, ocupando el décimo lugar de sus exportaciones a nivel mundial. El DR-CAFTA representa para Estados Unidos un mercado más grande que Rusia, India e Indonesia juntas.<sup>3</sup>

En términos particulares, la República Dominicana es el sexto socio comercial de Estados Unidos en Latinoamérica y el Caribe.

---

<sup>3</sup> Ver Información general sobre el DR-CAFTA y el comercio con Estados Unidos en [www.amchamguate.com](http://www.amchamguate.com).

## **6. Población Dominicana en los Estados Unidos**

De acuerdo a informaciones del censo de población de los Estados Unidos en el año 2000, de los 285 millones de habitantes que viven en ese país, un 12.4% son hispanos, esto significa una población superior a los 35 millones de personas<sup>4</sup>.

La población dominicana en los Estados Unidos pasó de 520,121 habitantes en 1990 a 1,041,910 en el 2000, según informaciones del censo de población convirtiéndose en el cuarto grupo más grande de hispanos, después del mexicano, del puertorriqueño, y de los cubanos. Se estima que, con las tasas actuales de crecimiento, la población dominicana alcanzará a la población cubana antes del año 2010, convirtiéndose en el tercer grupo de población hispana más grande en el país<sup>5</sup>.

La fuente principal del crecimiento dominicano continúa siendo la inmigración. Entre 1990 y 2000, cerca de 300,000 dominicanos emigraron a los Estados Unidos.

La concentración más grande de dominicanos continúa estando situada en el Estado de New York, el cual era anfitrión de 617,901 dominicanos en el año 2000; seguido por New Jersey, con 136,529; La Florida, con 98,410; Massachusetts, con 69,502; Rhode Island, con 24,588; Pennsylvania con 13,667; y Connecticut con 12,830 habitantes dominicanos<sup>6</sup>.

---

<sup>4</sup> Proyecto de Investigación de Mercado, Promoción de Productos Étnicos Dominicanos e Instalación de puntos de negocios en la ciudad de Nueva York, by: CEI-RD, Santo Domingo, Agosto 2005.

<sup>5</sup> Dominicans In The United States: A Socioeconomic Profile, 2000, By: Ramona Hernández, City University of New York and Francisco Rivera, Columbia University.

<sup>6</sup> Dominicans In The United States: A Socioeconomic Profile, 2000, By: Ramona Hernández, City University of New York and Francisco Rivera, Columbia University.

# Anexos

