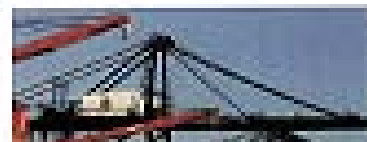


LA REPUBLICA DOMINICANA & LOS MERCADOS INTERNACIONALES



HORACIO ALVAREZ
ASESOR DE EXPORTACION
RD. AGOSTO 27, 2011

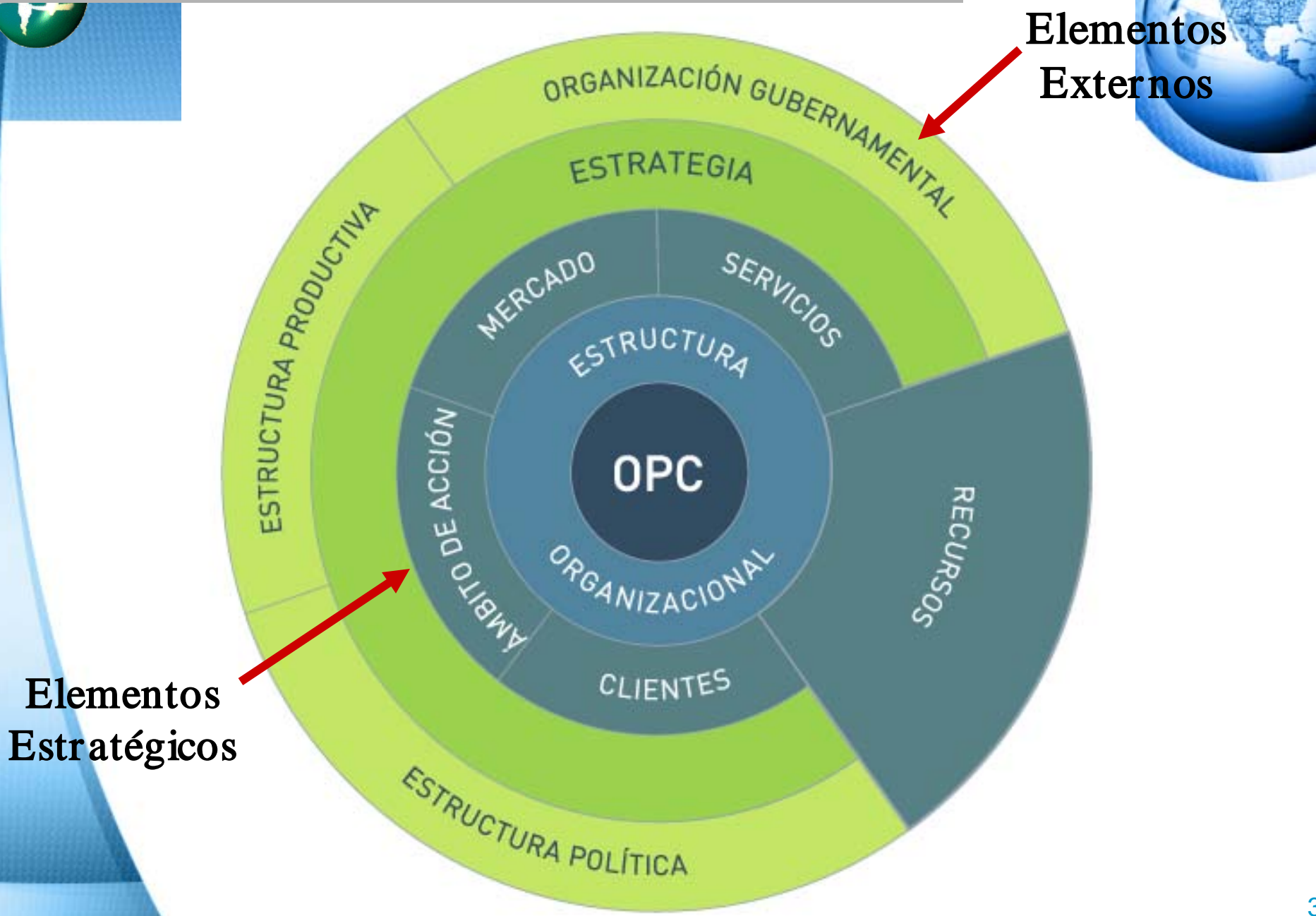


Productos de Calidad Mundial



CEI-RD
Centro de Exportación e Inversión
de la República Dominicana

ELEMENTOS CENTRALES DE LAS OPCs



Elementos Externos

Elementos Estratégicos



ELEMENTOS CENTRALES DE LAS OPCs. (Cont...)

Para Garantizar el Éxito en la Implementación de la Estrategia Nacional de Exportación de todas las OPC a nivel Mundial es de Vital Importancia que haya un Conocimiento Total, Compromiso y Cumplimiento Ineludible de Todos los Integrantes de la OPC sobre la Misión y la Visión de la Institución. (Desde el Funcionario del Más Alto Nivel hasta el Empleado Más Humilde)



Interrelación Especial Entre la OPC y la Estrategia Nacional de Exportación

- **Ajustes de Metas Nacionales Vs Metas Institucionales**
- **Amplio Rango de Interrelación de las Instituciones Nacionales y las Estrategias de la OPC**
- **Estrecha Interrelación de las Autoridades Gubernamentales Vs la Autoridad e Influencia de las Instituciones Directamente Vinculadas a la Exportación**
- **Implementación de Apropriadas Herramientas para Lograr Cambios Positivos para la Evaluación de las Estrategias de la OPC**



Implementación de Estrategias de OPC

Programa de Trabajo Necesario para la implementación de la Estrategia debe incluir:

- **Un Presupuesto (Racional y Objetivo)**
- **Justo a Tiempo**
- **Recursos Humanos/ Conscientes con la Responsabilidad Departamental**
- **Debe ser Flexible / Rápidos Ajustes a Cambios según las Circunstancias**



Razones Básicas para Exportar



- ✓ **Rentabilidad**
- ✓ **Competencia**
- ✓ **Diversificación de Riesgos**
- ✓ **Economía de Escala**
- ✓ **Crecimiento de Ventas**
- ✓ **Incremento de Beneficios**
- ✓ **Generación de Divisas**
- ✓ **Aumentar el Horizonte del Mercado**
- ✓ **Disminuir Dependencia de Posible Depreciación de la Moneda.**
- ✓ **Aprovechar Ventajas Locales Vs. Competencia Internacional.**
- ✓ **Divisas para Importar**
- ✓ **Compensar Sesgo Antiexportador**
- ✓ **Productos con Mayor Valor Agregado**



Visión & Misión CEI-RD



Visión

- **Convertir a la República Dominicana en el primer país de la región para la inversión extranjera orientado a transformar el modelo de desarrollo económico con la atracción de inversiones con categoría de clase mundial y ser líderes de las exportaciones en Latinoamérica, mejorando la calidad de vida de la sociedad dominicana, a través de:**
- **Gente motivada, comprometida y con disposición al aprendizaje continuo.**
- **El uso de tecnología innovadora.**
- **Los más altos estándares medioambientales.**
- **Fortalecimiento de nuestra infraestructura educativa.**
- **La promoción de una sociedad multicultural.**

Misión

Somos una Institución con excelencia para promover las exportaciones y la inversión extranjera orientada a apoyar las necesidades del sector exportador no tradicional y atrayendo inversiones de capitales con avanzados procesos tecnológicos que contribuyan a elevar la base del conocimiento y el nivel de vida de la sociedad dominicana.



Estrategia del CEI-RD



EL PLAN ESTRATÉGICO DEL CEI-RD, esta focalizado en dos vertientes: una orientada al fomento y promoción de las exportaciones y otra dirigida fundamentalmente hacia la promoción y desarrollo de las inversiones. aunque es preciso destacar que las estrategias tanto para un caso como para otro; deben estar completamente diferenciadas.

En tal sentido, consideramos pertinente señalar que en el CEI-RD para fines de que nuestro país; pueda insertarse apropiadamente dentro del contexto de las nuevas corrientes económicas a nivel mundial; ha procurado por todos los medios, conocer a plenitud los principales modelos económicos que han demostrado ser exitosos en los países con desarrollo superior, y hemos procedido a realizar una evaluación exhaustiva de esos modelos con el objetivo de seleccionar aquellos instrumentos y herramientas de mayor utilidad y que al mismo tiempo hayan aportado beneficios reales a sus respectivos países.



Estrategia del CEI-RD (Cont...)



DENTRO DE ESOS MODELOS POR PAÍS, PODEMOS MENCIONAR: IRLANDA, KOREA, TAIWÁN Y CHILE, ENTRE OTROS. SIN EMBARGO, ES PRECISO INDICAR QUE EN TODOS ESTOS MODELOS SIN EXCEPCIÓN; HEMOS ENCONTRADO UN DENOMINADOR COMÚN Y/O FACTORES QUE SIEMPRE HAN ESTADO PRESENTES, Y SON LOS SIGUIENTES:

1. Amplios programas de capacitación y entrenamiento integral de los recursos humanos. obviamente, esto implica un alto grado de PIB total ha sido destinado al sector de la educación.
2. Vastos y adecuados proyectos de innovación tecnológica; sustentados sobre idóneos y funcionales programas de investigación y desarrollo.
3. Modernos y objetivos marcos legales y/o jurídicos en todos sus sectores: productivos, manufactureros y comerciales, de bienes y servicios.



4. Una gran campaña imagen-país, complementada con un real apoyo interinstitucional de los sectores prioritarios gubernamentales y privados.
5. Continuidad y/o seguimiento permanente de todos los planes, proyectos y programas de cada uno de los gobiernos de turno.
6. Un alto grado de concienciación de la población a todos los niveles desde el mas encumbrado funcionario o ejecutivo hasta el mas simple o humilde empleado público o privado de contribuir a que el país cuente con un gran crecimiento y desarrollo de sus exportaciones y sus inversiones.
7. Un elevado presupuesto destinado al fomento y promocion de las exportaciones y las inversiones.



Estrategia del CEI-RD



EN LO RELATIVO AL PLAN OPERATIVO DE FOMENTO Y PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES; ESTE DEBERÁ ESTAR SUSTENTADO SOBRE DOS (2) PILARES FUNDAMENTALES:

- 1. Un Diagnostico de la Oferta Exportable; es decir, poder saber con cuales productos, su calidad, presentación, homogeneidad, cantidad y precio.**
- 2. Estudio de la demanda exterior, que consiste en conocer objetivamente en cuales mercados y con cuales productos debemos realizar nuestro Plan Estratégico, para penetrar apropiadamente los mercados internacionales.**

Estas dos acciones deberán ser realizadas todos los años por República Dominicana, de manera permanente, a fin de mantener actualizada la estrategia de penetración de mercados.



Propuesta de un Plan Nacional de Desarrollo de la Actividad Productiva Exportadora de la RD



Este Plan Deberá estar Sustentado sobre los 4 Aspectos Siguietes:

- I. Reestructuración de la Plataforma Productiva Exportadora. Reformas a las Estructuras Físicas, Financiamiento, Servicios y del Sistema Arancelario**
- II. Programa de Promoción de Exportaciones (Diagnóstico de la Oferta Exportable/ Demanda Exterior).**
- III. Marco Legal (Ley # 84-99) y Reformas Complementarias que Requiere el Sector Exportador.**
- IV. Esquema de Disponibilidad de Recursos Financieros para la Inversión y la Modernización del Sector Exportador.**

Desglose I

- a. Identificación, Evaluación y Eliminación de Barreras Arancelarias**
- b. Barreras No-Arancelarias**



- c. Aumentar la Capacidad Exportadora**
- d. Evitar por Todos los Medios Exportar Impuestos**
- e. Implementar Políticas Macroeconómicas que Eliminen Totalmente el Sesgo Antiexportador.**
- f. Aumentar la Productividad y Eficiencia de Todos los Sectores Productivos.**
- g. Desarrollar un Modelo Marca-País.**



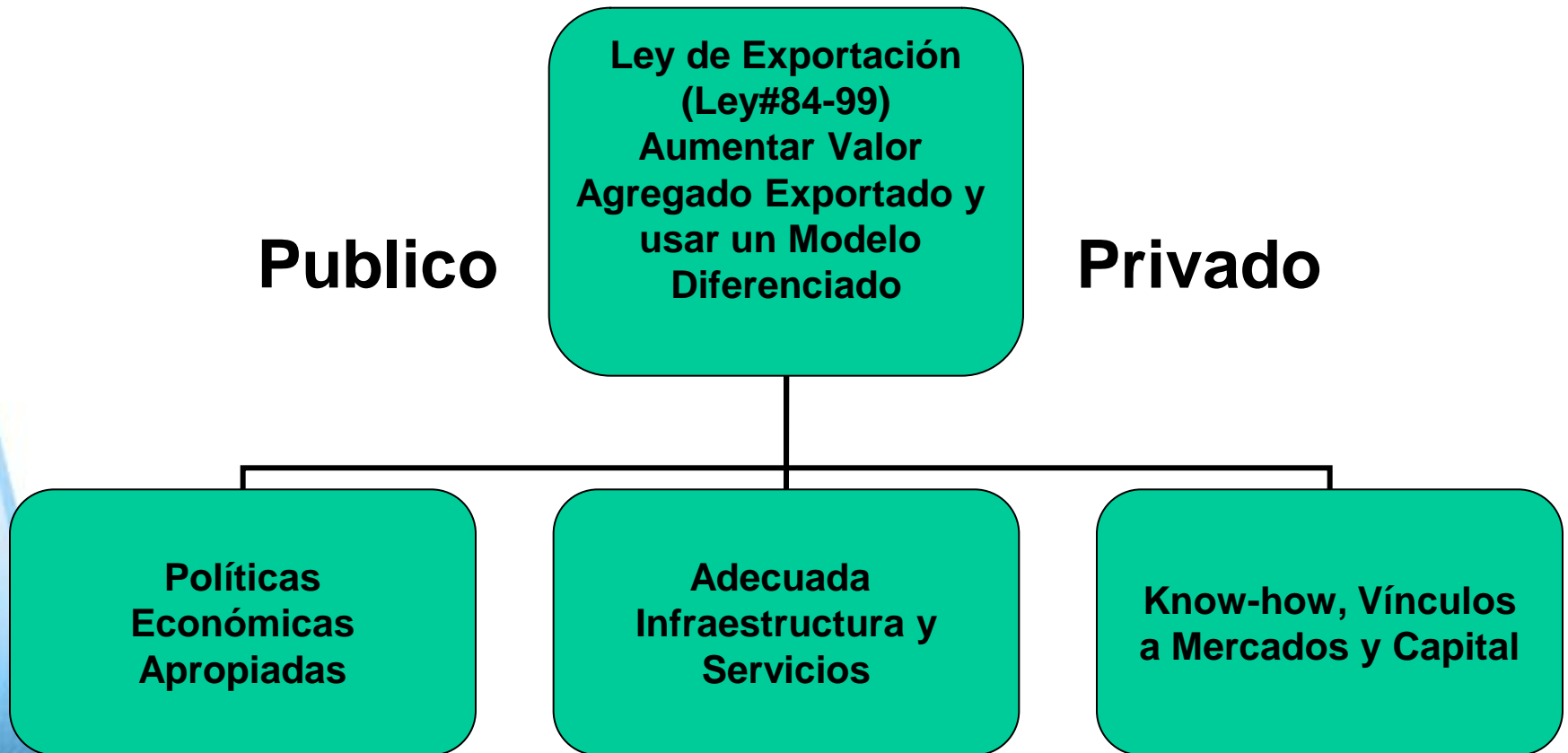
Formulación de la Estrategia



- **Definición Clara de Objetivos que el Estado Persigue para el Sector**
- **Adopción de un Plan Nacional de Desarrollo Estableciendo como Prioridad con las Exportaciones**
- **Necesidad de Contar con las Reformas Económicas Estructurales**

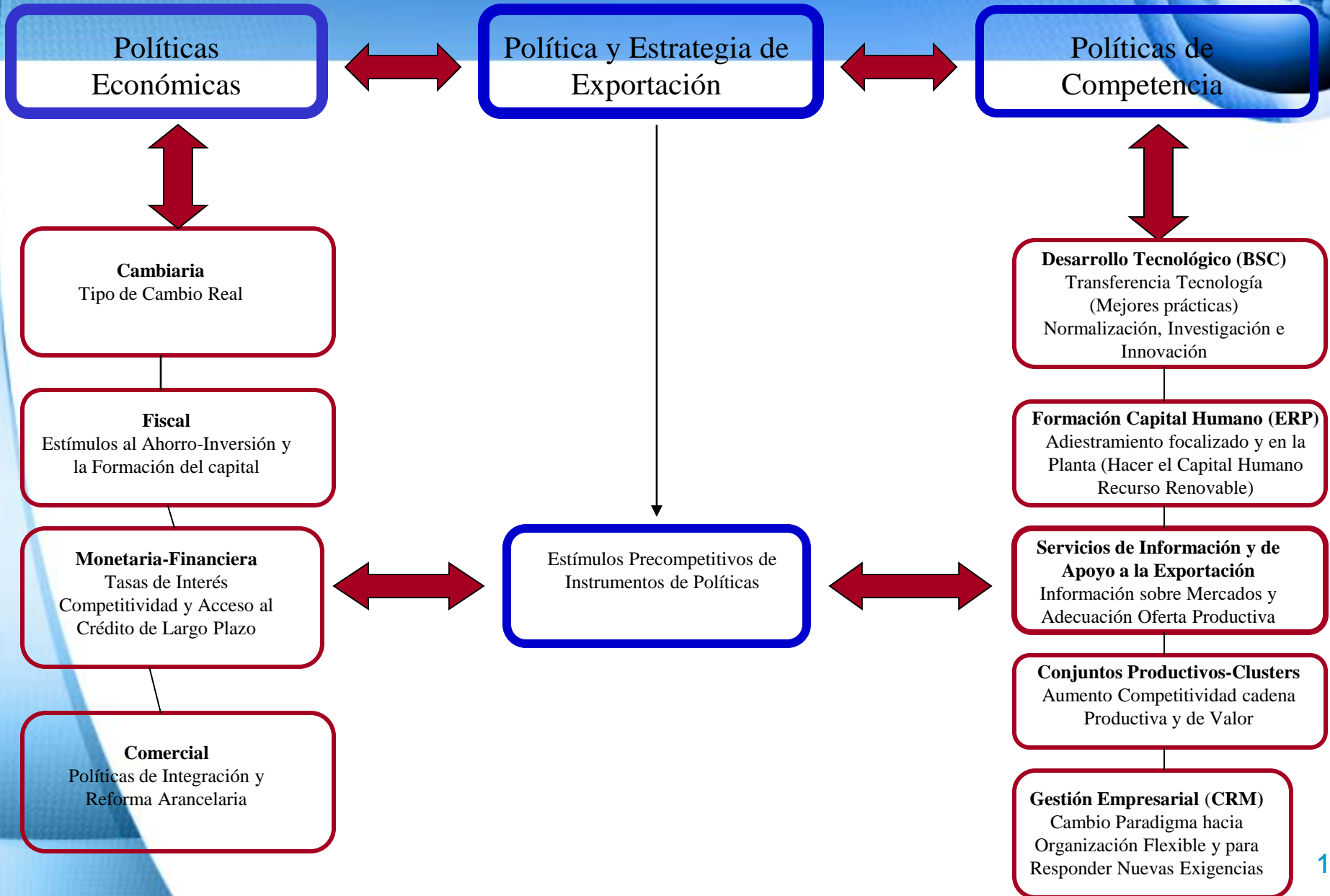


Requisitos para el Fomento de Exportaciones





MODELO EXPORTADOR A SER IMPLEMENTADO





SECTORES PRIORITARIOS DE EXPORTACIÓN

Alimentos y Bebidas

Productos Procesados
Productos Agrícolas
Productos Orgánicos

Industrial

Metalmecánica
Artículos de Piel
Muebles
Materiales de Construcción
Productos de Belleza
Productos Farmacéuticos

Bienes Culturales

Artesanías
Audiovisuales
Pinturas y
Esculturas

Servicios

Consultoría de Negocios y Técnica;
Desarrollo de Software y Mantenimiento; Call Center, Traducción e Interpretación; Desarrollo de Páginas Web y Mantenimiento;
Comunicación, Animación y Relaciones Públicas. Entrenamiento en Tecnología de la Información y en Clustering. Construcción e Ingeniería; Servicios Médicos: Cirugía estética, reducciones de peso, etc
Servicios de: Hotelería, Informática, Enfermería, Plomería, Mecánica Automotriz, Ebanistería, Doméstico, etc.

“Cluster”: Modelo

Aplicación Economía de Escala > Eficiencia > Rentabilidad > Competitividad > Desarrollo Local y Regional > Creación de Riquezas > Desarrollo Económico y Social Población.

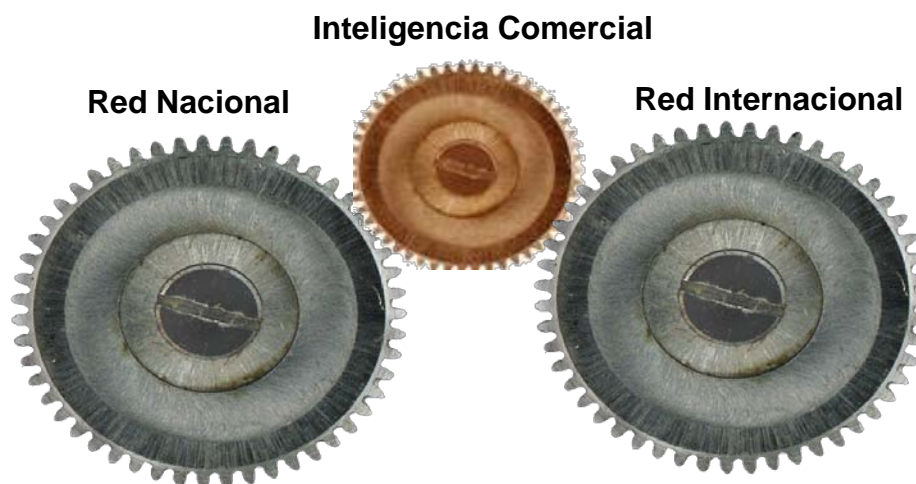


Plan Estratégico Nacional Exportador



Cadena de Valor Agregado

Proceso de Desarrollo Exportador



Servicios Red Nacional:

- Información
- Asesoría
- Capacitación
- Asistencia técnica

Servicios Corporativo:

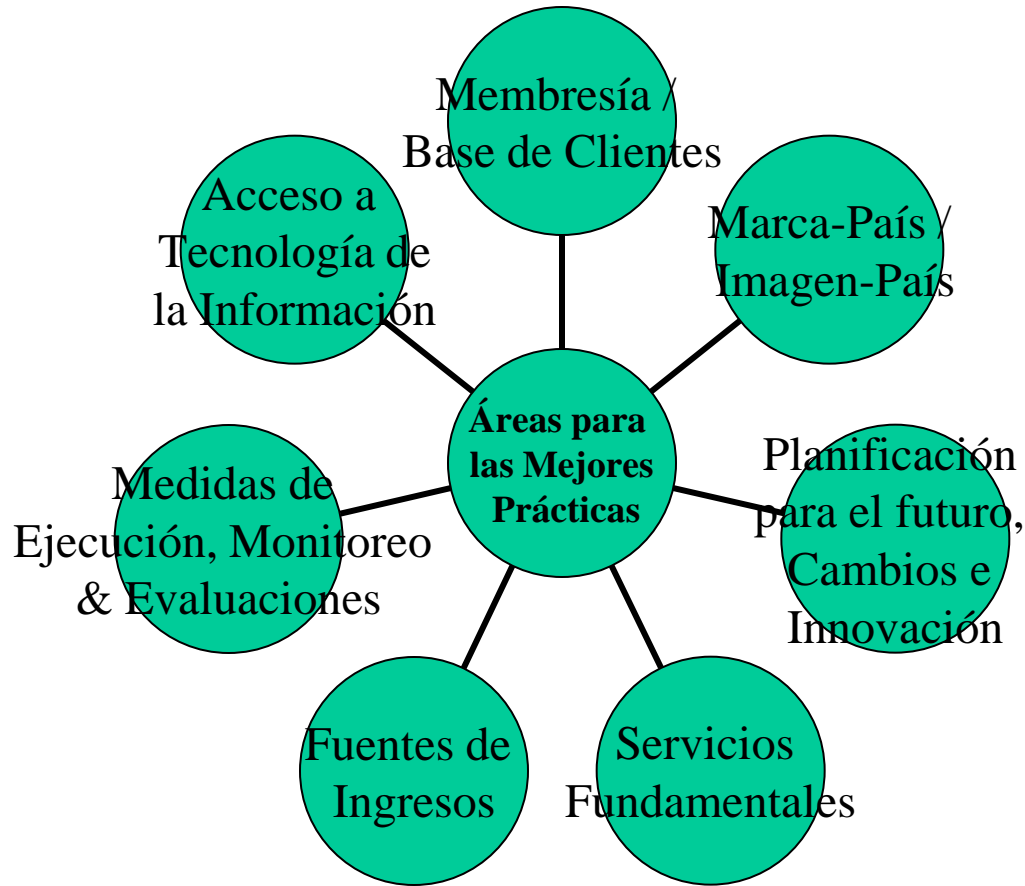
- Armado de proyectos
- Coordinación
- Seguimiento y evaluación

Servicios Red Externa:

- Agendas de negocios
- Eventos Internacionales
- Promoción de oferta exportable
- Mediación comercial



Áreas para las Mejores Prácticas





Plan y Programa de Exportación

- **Análisis del Potencial Exportador**
- **Análisis del Producto en el Mercado Objetivo mercado**
- **Análisis de Competitividad.**

Programa de Descentralización de la Cultura Exportadora

- **Formación de Promotores de Comercio Exterior**
- **Entrenamiento de Capacitadores en Comercio Exterior**
- **Desarrollo de una Nueva Oferta Exportable en Base a la Biodiversidad**



La Regla Básica (IPCE)

- ▶ **Identificar lo que Desea el Mercado**
- ▶ **Producir para el Mercado a Precios Competitivos**
- ▶ **Comercializar Mejor que la Competencia (Calidad/ Presentación y Precio)**
- ▶ **Entregar a Tiempo y Dar Seguimiento**



Elementos Básicos para una Empresa Exportar

En Base a éstas Consideraciones es Preciso Establecer, que una Empresa para Exportar, debe Superar los 4 Elementos Prioritarios Siguietes:

- ✿ **Capacidad Física de Exportación**
- ✿ **Capacidad Económica de Exportación**
- ✿ **Capacidad Administrativa de Exportación**
- ✿ **Conciencia Exportadora**



Actualmente el CEI-RD está Implementando los Proyectos Siguietes:

- **Realización de Estudio/Encuesta sobre Identificación de Barreras y Obstáculos y Necesidades de Capacitación.**
- **Desarrollo de un Plan Marca-País / Imagen-País**
- **Diseño y Ejecución de un Portal de Exportación (E-Learning/ E-Commerce).**
- **Diagnóstico de las Ventajas Comparativas y Competitivas de los Sectores de Exportación: Agrícolas, Agroindustrial e Industrial.**
- **Construcción y Funcionamiento del Instituto de Innovación de Competitividad Empresarial (IICE)**
- **Fomento y Desarrollo del Sector MIPYMEs**
- **Certificación Internacional de las Exportaciones Dominicanas**
- **Establecimiento de Normas ISO-9000 (Calidad), 14,000 (Medio Ambiente) y 17025 (Análisis e Investigación de Lab.)**
- **Diseño e Implementación de un Apropiado Calendario de Ferias, Misiones y Exposiciones Internacionales.**
- **Aplicación BSC, CRM y ERP para dar Seguimiento y Medición a estos Proyectos.**



Factores de Éxito en la Cultura Exportadora



- **Buenas Prácticas Agrícolas y Agroindustriales**
- **Buenas Prácticas de Manufactura y Mercadeo**
-
- **Adecuación de Oferta exportable**
- **Programas de Calidad**
- **Programas de Capacitación**
- **Fortalecimiento de Asociatividad**



Elementos Claves de la Cultura Exportadora



Mejora Continua y Excelencia





¿Cómo Fomentar la Cultura de Internacionalización?



Reducir Brechas

- **Conocimiento**
 - Comercio
 - Mercadeo Internacional
 - Producción
 - Generación de Experiencias

- **Información**
 - Monitoreo de la Demanda: Tendencias de Importación y Consumo.
 - Monitoreo de la Competencia

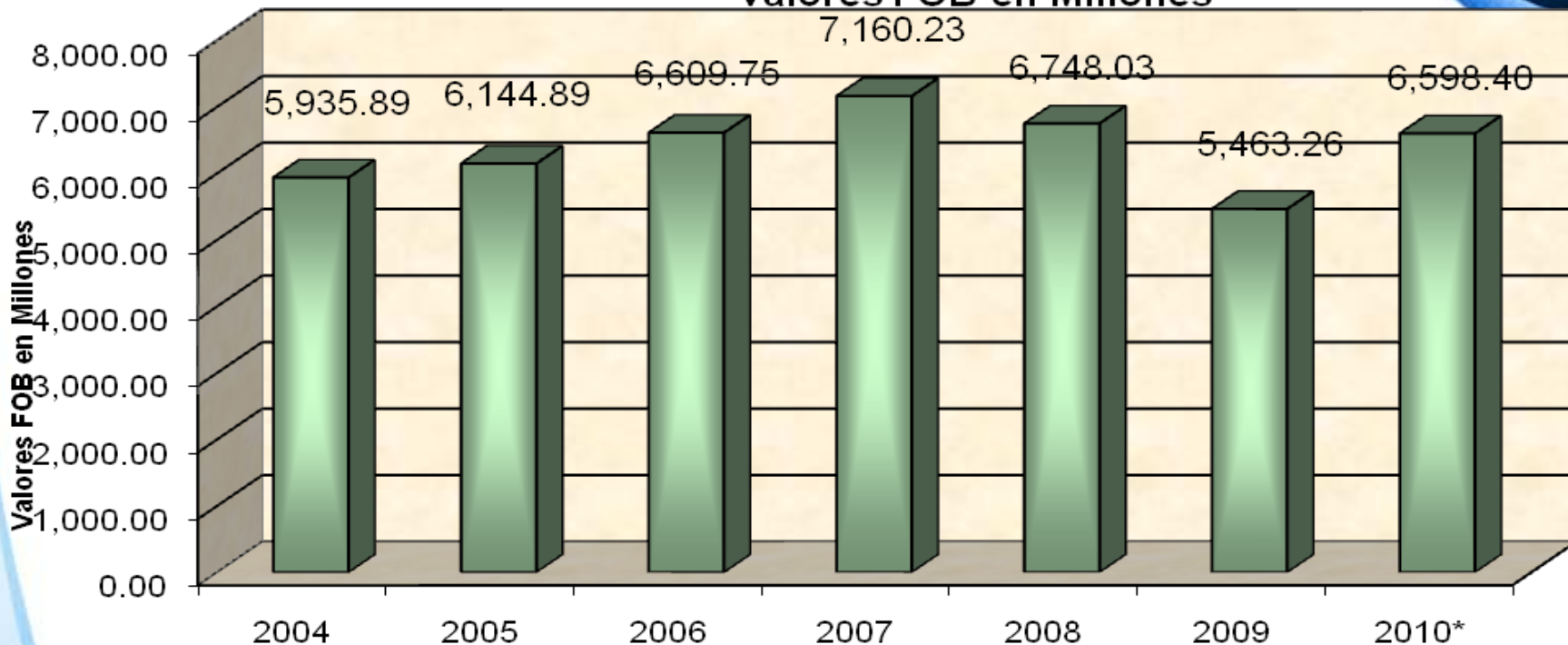
- **Producción**
 - Fortalecimiento de las Cadenas Productivas
 - Encadenamientos e Incremento del Valor Agregado





**Exportaciones Totales de República Dominicana
Enero-Diciembre 2004-2010**

Valores FOB en Millones



*Cifras sujetas a rectificación
Fuente: Estadística DGA, BCRD y CEI-RD

- En el año 2007 alcanzamos el tope máximo de US\$7, 160 Millones .
- Disminución del 2008 y 2009 .
- Recuperación basada en los Sectores Mineros, Productos no Tradicionales, Orgánicos, Dispositivos médicos, fármacos y Sector de Zonas Francas.



Conclusiones de Exportación



- ☑ Estrategias Claras, que incluyan Alianzas con Entes Especializados.
- ☑ Cambio de Mentalidad: Implementación y Fomento de Clusters
- ☑ Aplicación de Nuevas Herramientas, tales como: Evaluación de Objetivos en función de Indicadores de Medición, Fomento y Promoción: Fair-Trade, Inteligencia de Mercado, Geomática, etc.
- ☑ Incrementar por todos los Medios El Valor Agregado Nacional de Todos los Productos.
- ☑ Comprender y Aceptar el Reto, Mediante el Mejoramiento y Monitoreo Permanente de las Estrategias de Exportación Vigente
- ☑ Imagen – País / Marca País
- ☑ Información Comercial (Cuáles son Nuestros Clientes / Cuales son sus Necesidades).



Conclusiones de Exportación

Información Comercial (Cuáles son Nuestros Clientes / Cuales son sus Necesidades).

Estrategias y Nuevos Instrumentos (Indicadores de Gestión/Medición: Balanced Score Card/BSC, Customer Relationship Management/CRM, Enterprise Result Project/ERP)

Benchmarking (Incluyendo Principalmente los Diferentes Elementos que Deben ser Tomados en Cuenta por los Países Fuera de la Red de las OPC's, para Lograr un Trabajo Eficaz de Servicios en el Exterior).

Tipología de la Red Exterior: Fórmulas para Optimizar su Eficiencia. (Portal de Exportación: E-learning & E-Commerce)



Sistema de Cadena de Suministro



Herramientas e Instrumentos de Apoyo al Sistema de Cadena de Suministro

Retos para Lograr una Mayor Competitividad ...



- Cambio de mentalidad de parte de la alta gerencia, así como de los niveles operativos en términos de las nuevas maneras de negociar con proveedores y clientes.



- Enfocarse en métodos estratégicos y de largo plazo.



- Inversión en entrenamiento que permita a los gerentes y personal hacer uso de mejores practicas.



Pensamiento de Peter Drucker Sobre SCM



“La logística surge como la última frontera de la Competitividad.

Cuando los ingenieros han logrado la máxima eficiencia en la producción y los responsables del mercado han alcanzado el máximo en el arte de vender y distribuir bienes, sólo queda mejorar los flujos desde el proveedor hasta la fábrica y desde la fábrica hasta el consumidor final.”



Aporte de la Logística de Distribución Regional a la de Exportadores Dominicanos

Objetivo:

- Hallar Funcionalidad entre la Logística de Distribución y de Exportación.

Factores Determinantes

- Desarrollar Infraestructura y Servicios Portuarios / Aeroportuarios.
- Disponer de Mayor Número de Frecuencias Marítimas y Aéreas.
- Desarrollar Infraestructura Institucional para Logística de Exportación.
- Mejorar Competitividad de la Cadena Logística de Exportaciones.



Los cinco ejes temáticos de SCM, bajo los cuales se desarrolla este programa empresarial

1. Empresas y Política Comercial;
2. Estrategia de Exportación;
3. Fortalecimiento de las Instituciones de Apoyo al Comercio;
4. Inteligencia Comercial y
5. Competitividad de los Exportadores.

El CEI-RD; cuenta con la licencia oficial para impartir los módulos de capacitación correspondientes; con los cuales las empresas pueden hacer más efectiva su gestión de compras internacional y de la cadena de suministro, el cual es un factor crucial para lograr mayor competitividad y éxito, en los mercados nacionales e internacionales.



MODELO SCM

Empresas &
Política
Comercial

Estrategia de
Exportación

**Ejes Temáticos
del Programa
Cadena de
Suministro**

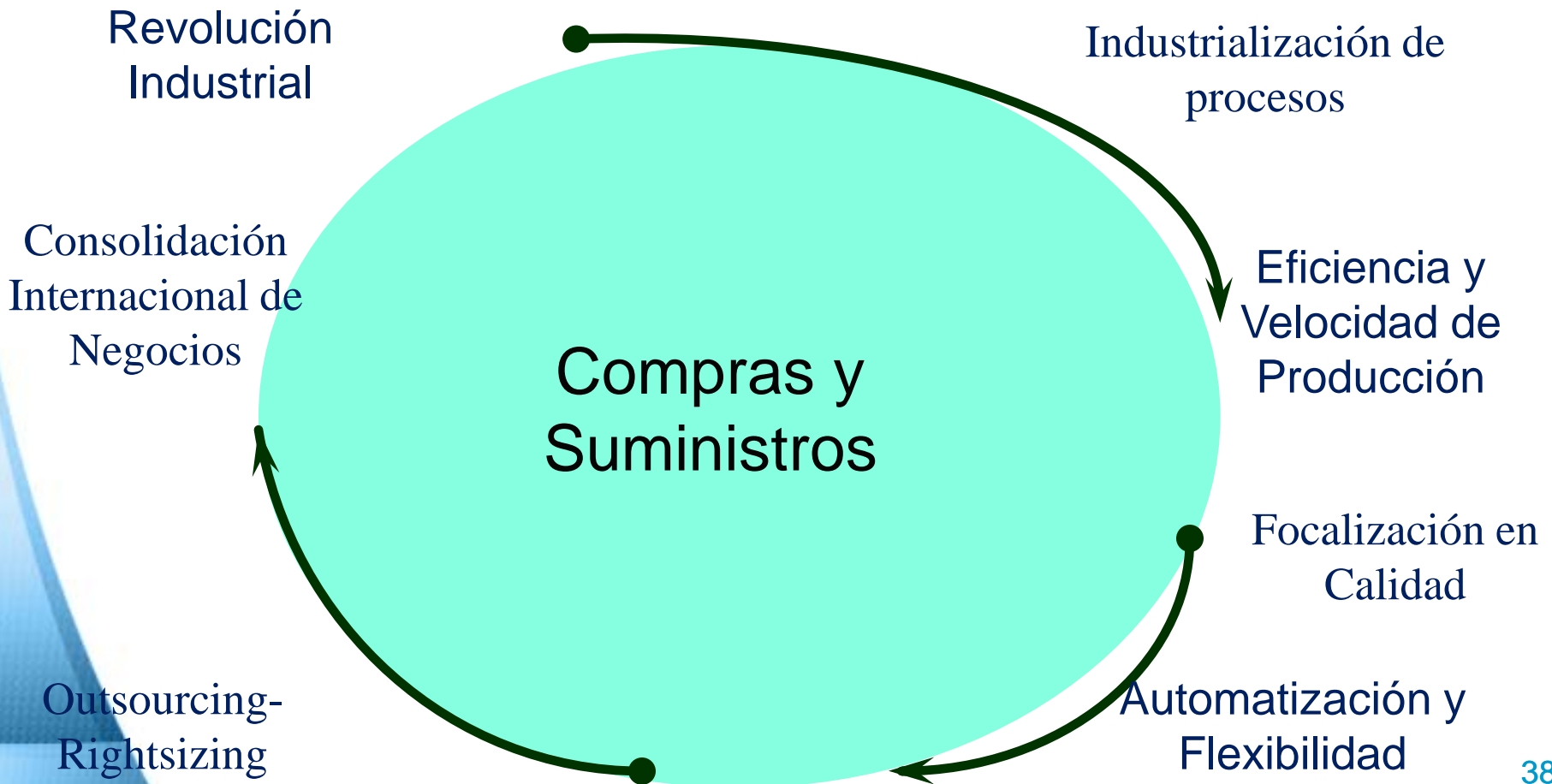
Competitividad
de los
Exportadores

Fortalecimiento
de las Inst. de
Apoyo al
Comercio

Inteligencia
Comercial

Por qué SCM ?

La Evolución Productiva ...



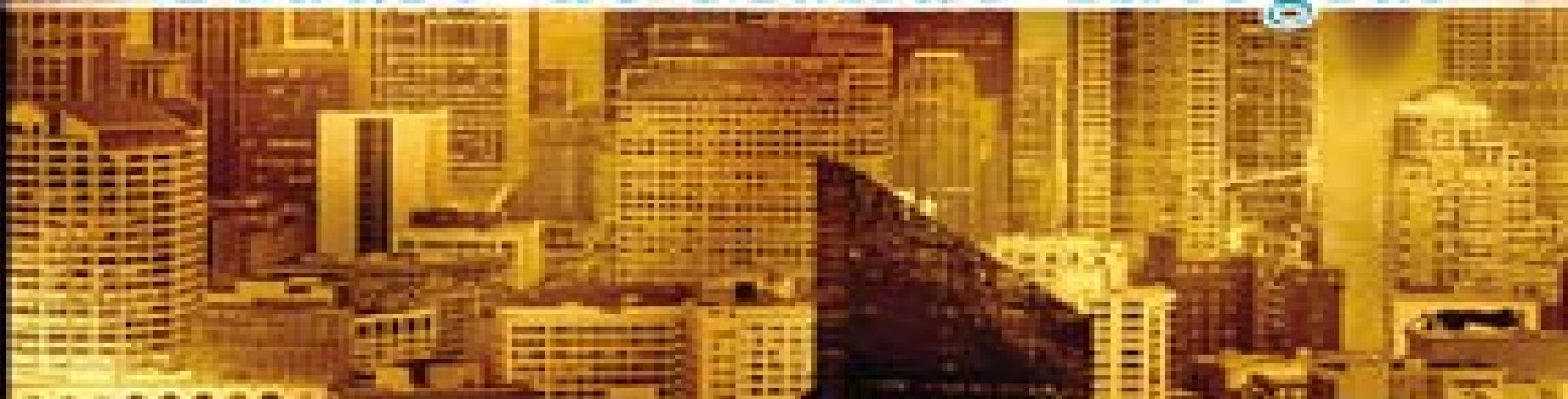
51

MANAGERIAL SERIES



BALANCED SCORECARD

Cuadro de Mando Integral





Modelo SCM A Nivel Empresarial/ Individual

Empresas

Incremento Excelencia Operacional.

- Reducción costos, mitigación del riesgo y optimización del desempeño en la Cadena de suministros.
- Reenfoco en áreas que produzcan ROI a Corto plazo meta estratégica a largo plazo.

Mejorar la respuesta y satisfacción al cliente

- Acelerar el tiempo de respuesta y el ciclo de tiempo .
- Entregar servicios consistentes y soluciones de calidad.

Individuos

Entrenamiento de alta calidad

- Proyectos basados en aplicaciones prácticas (conocimiento & habilidades adquiridas)

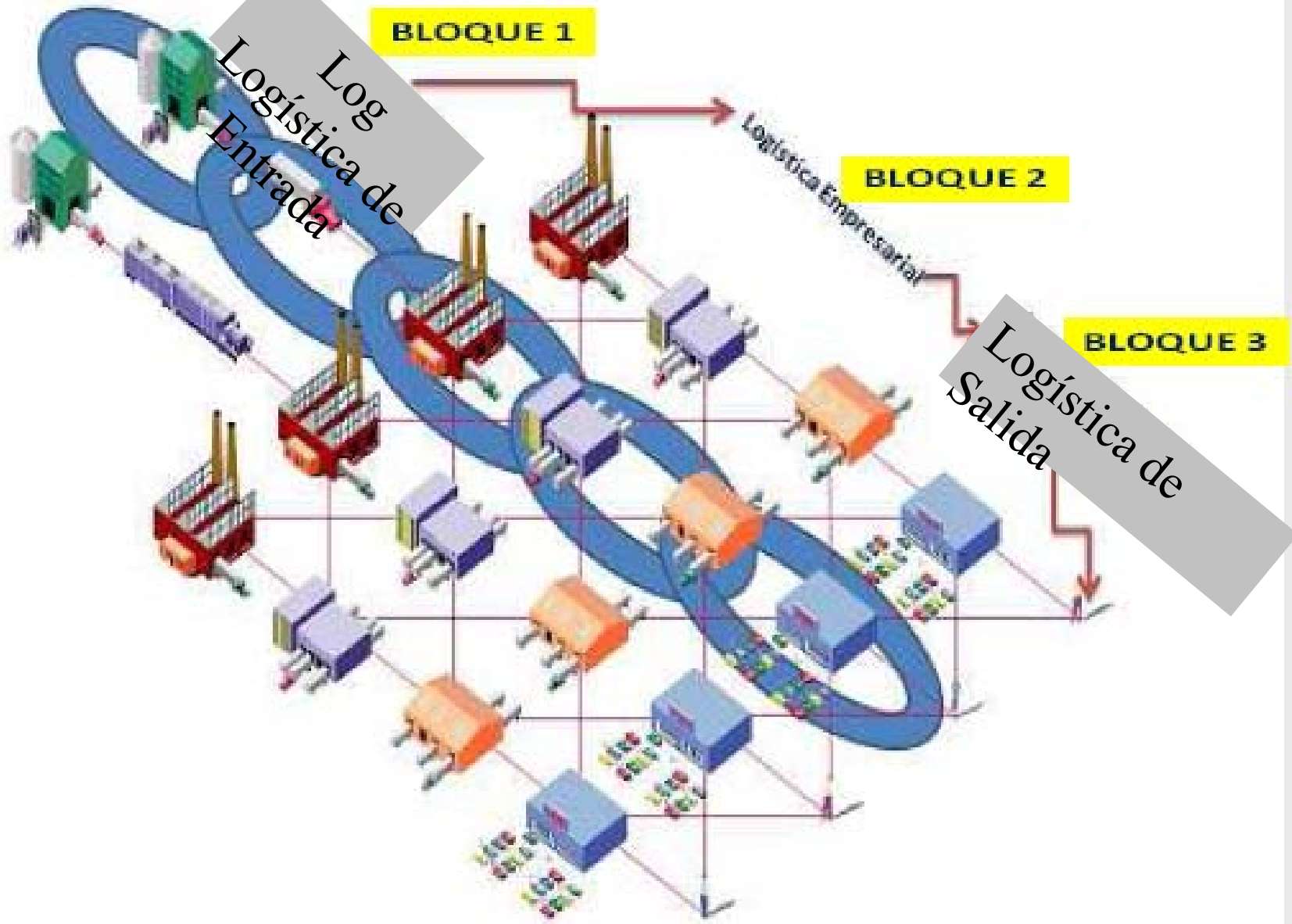
Acreditación de calificaciones profesionales

- Validación CCI/ONU (materiales y certificados /diploma internacional)

Ganancia de éxito

- Certificados y diplomas del CCI en IPSCM son reconocidos y tienen soporte de la red de institutos miembros alrededor del mundo.

Cadena de Abastecimiento de Exportaciones





- 1. Centros de Distribucion.**
- 2. Sistemas de Almacenamiento.**
- 3. Sistemas de Movimientos de Materiales.**
- 4. Sistema de Información.**
- 5. Procedimientos Operativos.**

Sistema SCM

Modelo Logístico para
el Acceso de Exportadores a Nuevos Mercados.



Economic Resources Project (ERP)



Customer Relationship Management (CRM)



Establece objetivos S.M.A.R.T

E **S** **pecifico**

M **EDIBLE**

A **L** **CANZABLE**

R **EALISTA**

CON **T** **TIEMPOS**

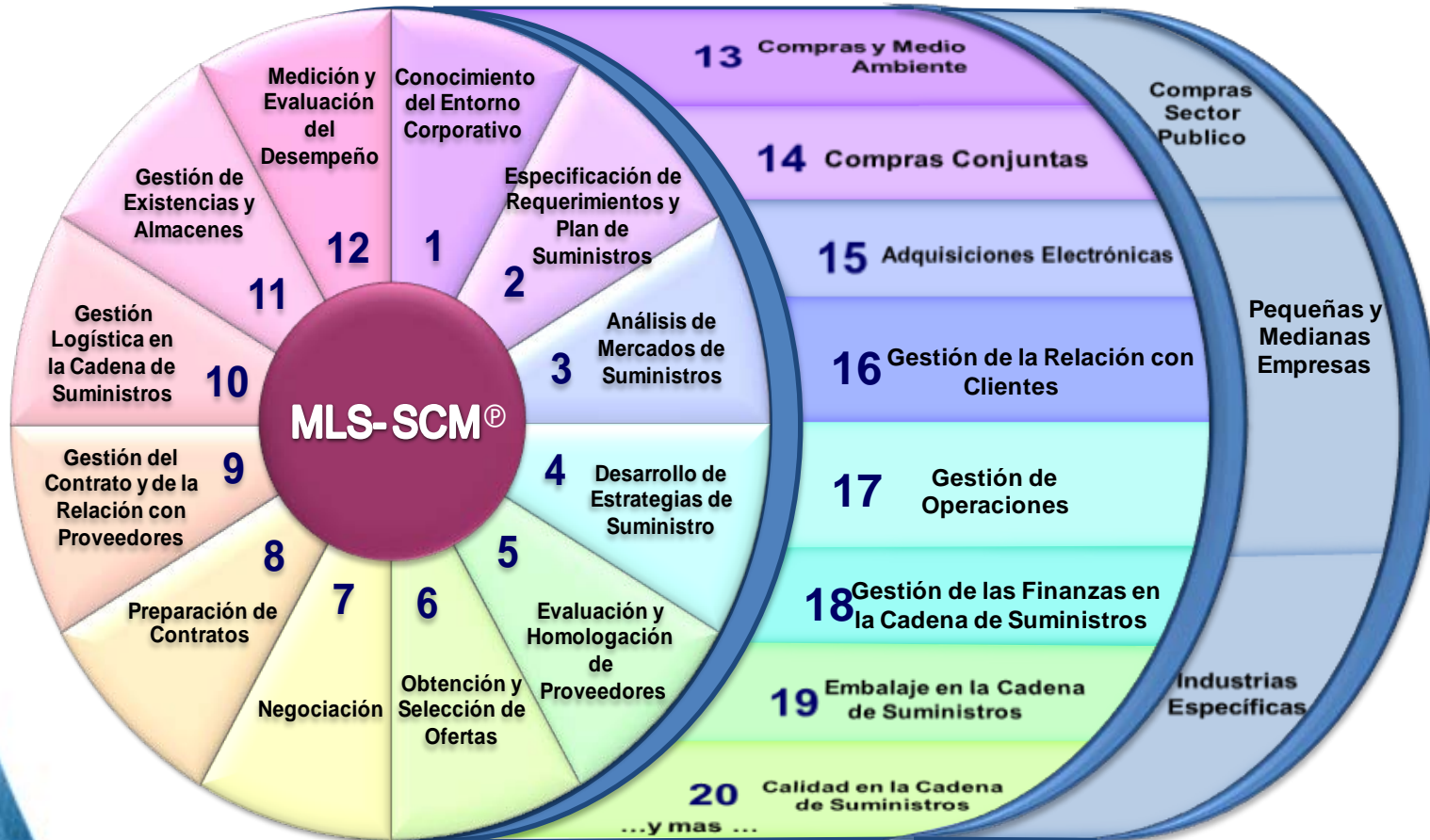




Módulos de Capacitación de la Cadena de Suministros



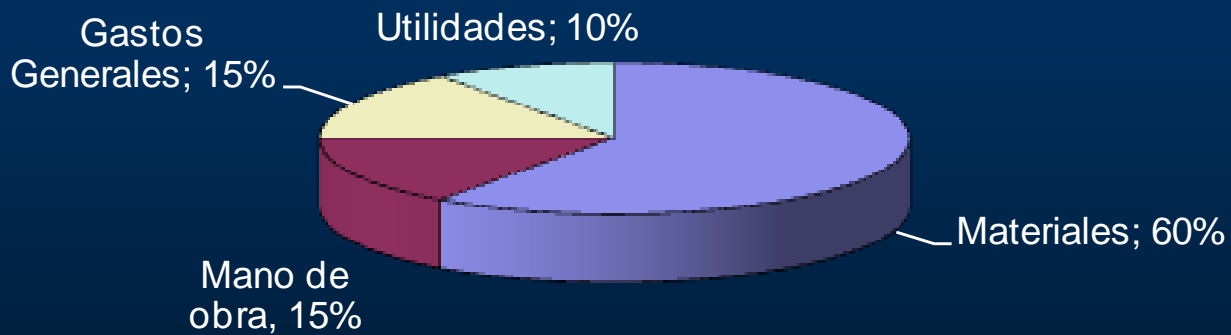
Cobertura: Toda la Cadena de Suministros





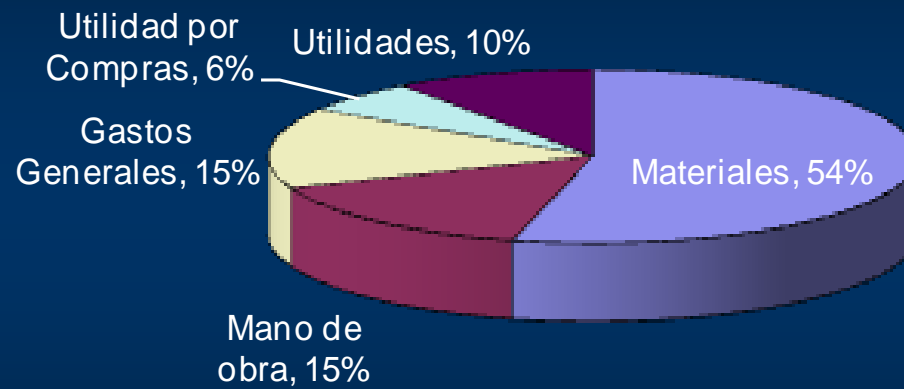
Estructura de Costos

- Sin SCM





Potencial Estructura de Costos ... - Con SCM





Logros de SCM a la Fecha



- ❖ 135 Instituciones Activas en 55 países
- ❖ Mas de 1,000 instructores activos & altamente calificados
- ❖ Mas de 30,000 personas capacitadas por estos instructores desde 2001. En su mayoría profesionales del sector privado.
- ❖ Evaluaciones de los participantes muy positivas
- ❖ Historias de éxito muestran un buen impacto a niveles empresariales
- ❖ 20.000 exámenes tomados por mas de 3.000 candidatos alrededor del mundo.
- ❖ Redes Globales & Regionales



Centro Cuesta Nacional/ República Dominicana

- Ha implementado este Sistema de Calidad desde el año 1994; que le ha permitido aumentar significativamente el ahorro de sus operaciones en alrededor de un 40%
- La identificación de un sistema de Abastecimiento como una fortaleza corporativa, dentro de la planeación estratégica de la empresa; les ha facilitado el trayecto hacia la competitividad y precisamente lograron su certificación de ISO-9001/2008 el año pasado de AENOR.
- Mejora en desempeño logística (mayor cumplimiento de entregas) mejorada en un 60-65%
- Cumplimiento de la compra de consumibles en un 100% en los últimos años y un extraordinario crecimiento en sus ventas.



NOW LOGISTICS, INC



Empresa de logística fundada hace mas de una década que opera en la industriosa Región del Cibao, en las facilidades de la Zona Franca Espailat ubicada en la ciudad de Santiago de los Caballeros.

Esta empresa ha sido precursora en el sector de Zonas Francas al desarrollar una cartera de servicios de logística y administración de inventarios especialmente diseñado para cada cliente , soportado por una plataforma tecnológica que proporciona visibilidad al cliente y permite el manejo costo -efectivo de su cadena de suministros. Sus servicios no se limitan al sector de las Zonas Francas ya que cuentan con las facilidades de un Almacén Fiscal (Bonded Warehouse) para brindar servicio al Mercado Doméstico.

Esta empresa fue la pionera en establecer el sistema outsourcing en compras y abastecimientos justo a tiempo en líneas de producción al sector empresarial de la región norte.



Creadores de valor añadido que no solo presentan una solución para mover productos de un punto a otro sino que también impactan los resultados de sus clientes al reducir los costos operativos, los tiempos de proceso, el espacio de almacenamiento dentro de las plantas y las tareas administrativas entre otros.

El Tratado de Libre Comercio ha creado apertura para las operaciones logísticas conectando a los E.U. con la República Dominicana y Haití; NOW a su vez ha creado redes de alta eficiencia para llegar directamente a los almacenes, centros de distribución y tiendas de productos terminados; mediante la implementación del mecanismo “Northbound”; tanto para los clientes locales como internacionales, permitiendo así que estos puedan responder a los cambios en la demanda de manera oportuna y alcanzando ahorros sumamente significativos a través de la economía de escala que le ofrece la empresa.



SCM - Conclusiones

Lograr la consolidación y posicionamiento de las empresas exportadoras dominicanas; a nivel de competencia mundial, es una tarea que debe estar sustentada en un **“Sistema Modular de Formación y Aprendizaje”**, tomando en cuenta todos los elementos de la globalización, como son: innovación, tecnología de punta u otros instrumentos, que nos permitan estar en consonancia con la era actual del conocimiento.

Este programa con validez internacional, que cuenta con una estructura de presentación didáctica y práctica, que se desarrolla con una metodología interactiva y participativa, así como suplementos, ejercicios, juegos de negocios y simulaciones, permite que las empresas puedan lograr mayor eficiencia y rentabilidad, alcanzando ahorros significativos de hasta más de un 100% en sus operaciones, lo que garantiza en forma óptima e ineludible su mayor competitividad



Marca - País



Estrategia Marca- País



Estrategia Marca País

República Dominicana
"Lo Tiene Todo"





Plan Sectorial Comercio/Exportación MARCA - PAIS



a.- Promover las Exportaciones dentro del Contexto EMP

b.- Posicionamiento del Sector (Dominicana Exporta)

c.- Captación de Recursos y Fondos

d.- Identificación de Prioridades

e.- Productos de Calidad Superior

f.- RD Suplidor de Clase Mundial

g.- Certificación Productos/Marcas

h).- El Cacao como punta de lanza





Marca- país



Plan Sectorial Inversión

- a).- Atracción de la Inversión dentro del contexto EMP
- b).- Posicionamiento del Sector (Invest in the DR)
- c).- Captación de Recursos y Fondos
- d).- Identificación de Prioridades
- e).- Investigar la Situación Competitiva, Opiniones, Dirección y Necesidades de los Segmentos que Contribuyen al área de las Inversiones.
- f).- Posicionar Productos de Alto Valor
- g).- Locacion (Nearshore)
- h).- Clima de Negocios
- i).- Manufactura
- f).- ITES-SOFT
- g).- Infraestructura
- i).- Energía
- j).- Carreteras
- h).- Convenios Internacionales (DR-CAFTA-USA EPA – EU)



Marca- país



***EMP* Síntesis:**

La marca o imagen país, es una Estrategia de Competitividad que busca mejorar el perfil y la percepción del país en el exterior para que coincida con su realidad, generando confianza y conocimiento, que permita alcanzar más y mejores oportunidades en materia comercial, inversión y turismo.



Conclusiones Marca País



El recién finalizado Foro Marca País 2011 arrojó conclusiones que habrán de marcar el camino hacia la inserción de la República Dominicana de una manera ventajosa en el mercado internacional, consolidando la solida posición alcanzada hasta ahora en el sector turístico y ampliando sus potencialidades en los sectores del comercio, la exportación y la atracción de la inversión extranjera hacia nuestra nación.

El proceso culminó luego de una serie de planteamientos e intercambios de ideas y opiniones dirigidas por el Director Ejecutivo del CEI-RD licenciado Eddy Martínez Manzueta que dieron como resultado un acuerdo para la formación de un Comité Gestor que trabajará los criterios y términos de referencia y estará compuesto por 25 miembros, 10 del sector público y 15 del sector privado, entre éstos la sociedad civil, que analizarán la forma en que se procederá para identificar o definir la esencia, un elemento que con sólo mencionarlo identifique a República Dominicana. Los integrantes de esta Comité serán representantes de cada una de las fuerzas vivas de la sociedad dominicana, incluyendo el sector gubernamental, el empresariado, las asociaciones profesionales y gremiales, el sector académico y las ONG, entre otros.



INVERSIONES



INVERSIONES



Gerencia de Promoción de Inversión Extranjera Invest in the DR es la división que se encarga de la promoción y el estímulo a la inversión extranjera en la República Dominicana mediante todas las vías posibles. El equipo a cargo de esta misión tiene la responsabilidad de proveer un conjunto de servicios de apoyo de carácter confidencial, comprensivo y gratuito para todos los inversionistas. Ofrece una asistencia personalizada así como consejos legales, orientándolos durante todo el proceso de inversión y también brindándoles el servicio de “aftercare” una vez instalados en el país.



Estrategia Gerencia de Atracción IED (New Business)

La Gerencia de Negocios tendrá como Misión: *“La captación estratégica de inversión extranjera directa en Manufactura, Contact Centers & BPO, Dispositivos médicos, Proyectos Estratégicos, Desarrollo de Software y Tecnología mediante la promoción proactiva del país como su principal destino para invertir, con la finalidad de lograr un impacto en el desarrollo económico nacional a través de la generación de más y mejores empleos, la transferencia de tecnología y conocimiento y la responsabilidad social, mejorando así nuestro posicionamiento internacional con respecto a otros países.”*



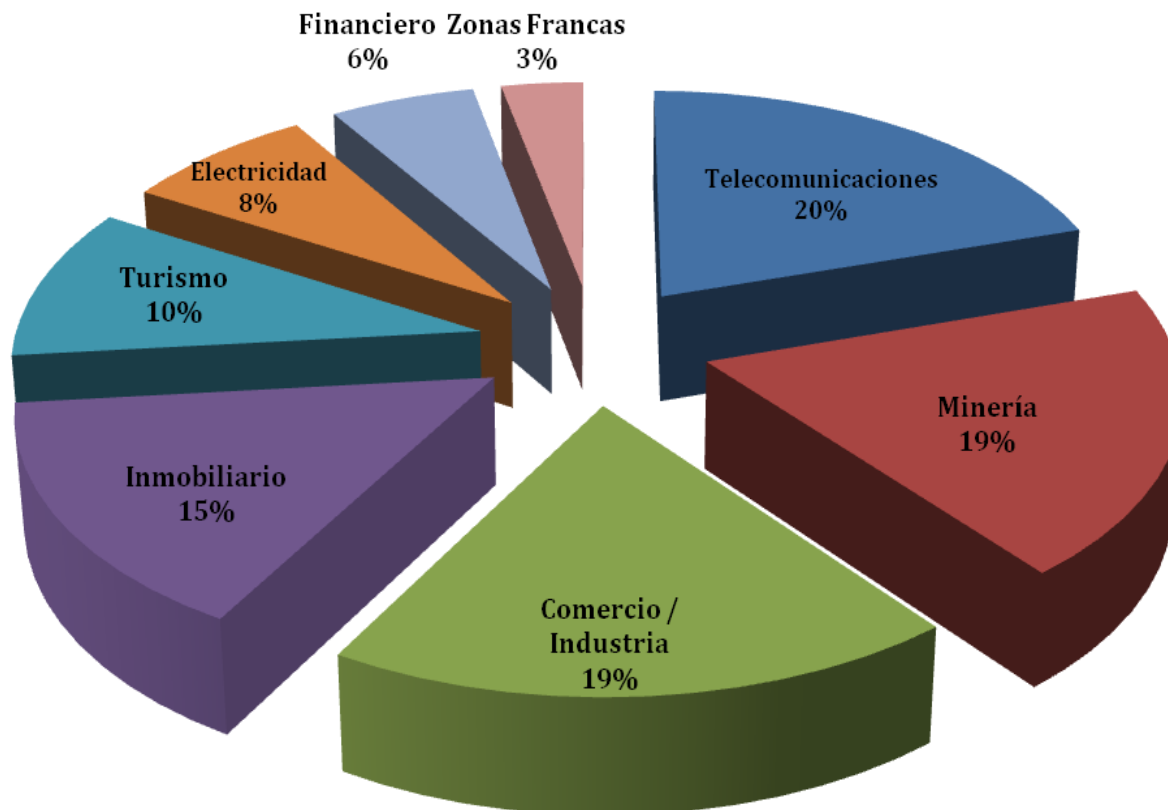
Inversión Extranjera

Objetivos (IED):

Contribuir con la captación de inversión extranjera directa en Manufacture Call Centers, Dispositivos médicos, Proyectos Estratégicos, Desarrollo de Software y Tecnología mediante la promoción proactiva del País, como su principal destino para invertir; con la finalidad de lograr un impacto en el desarrollo económico a través de la generación de más y mejores empleos, la transferencia de tecnología y conocimiento y la responsabilidad social, mejorando así, nuestro posicionamiento internacional con respecto a otros países.

Análisis de la Inversión por Sectores

Participación Sectorial de la Inversión Extranjera Directa
Enero-Diciembre, 2010 (%)

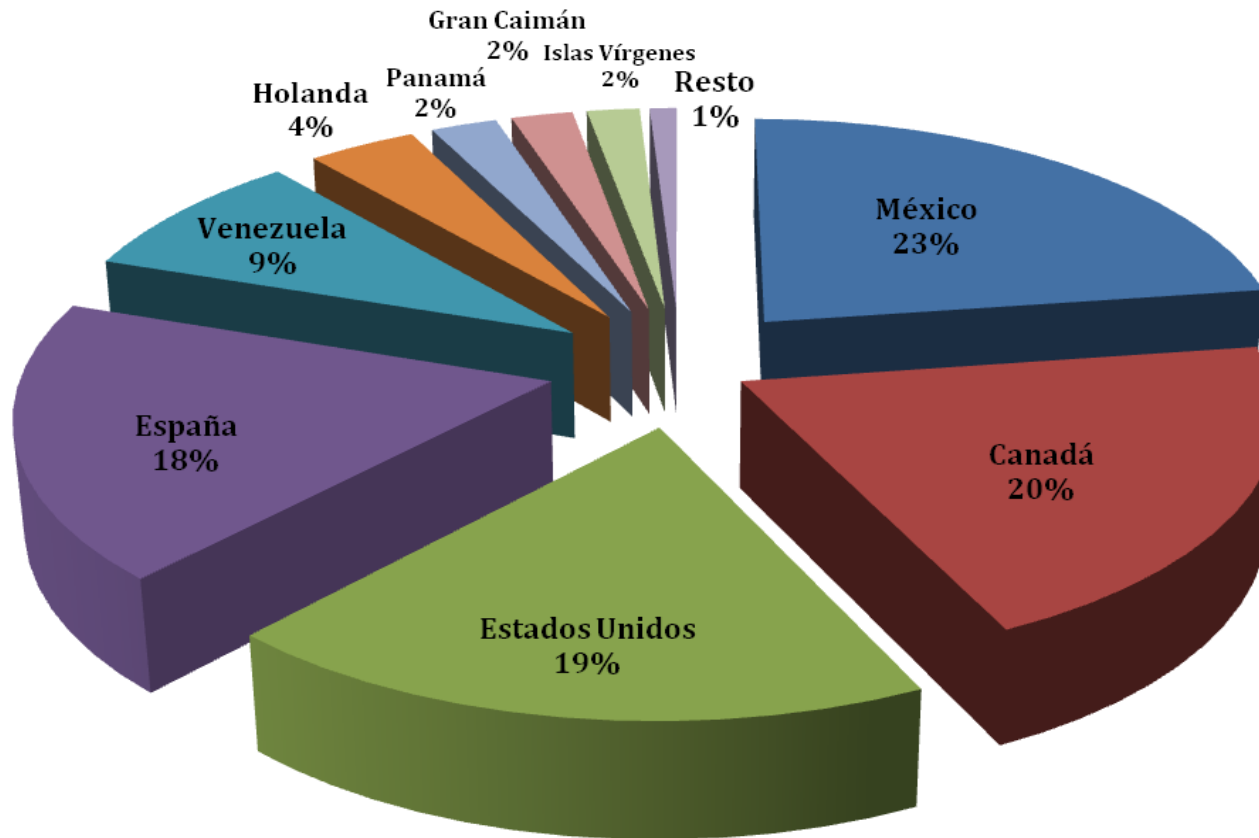


Fuente: Banco Central de la República Dominicana.
(* Cifras preliminares sujetas a ratificación.



Análisis de la Inversión por Países

Participación de los Principales Países de Origen de la Inversión Extranjera Directa
Enero-Diciembre, 2010 (%)



Fuente: Banco Cenral de la República Dominicana.

(*) Cifras preliminares sujetas a ratificación



Flujos de Inversión Extranjera Directa en la República Dominicana 2000-2010*

(Valores en Millones de US\$)

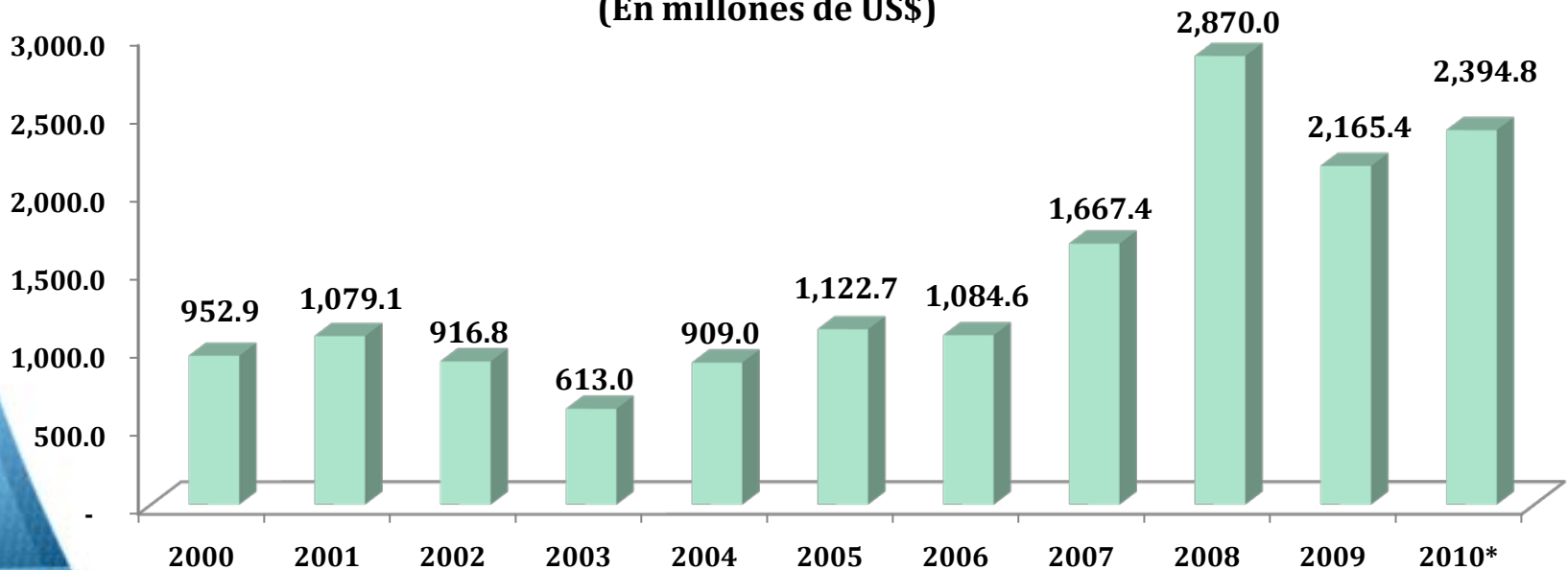
Años	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010*
IED	952.9	1,079.1	916.8	613.0	909.0	1,122.7	1,084.6	1,667.4	2,870.0	2,165.4	2,394.8

Fuente: Banco Central de la República Dominicana

(*) Cifra preliminar sujeta a ratificación. Este valor incluye préstamos al sector privado destinados a proyectos de inversión.

Flujos de Inversión Extranjera Directa en la República Dominicana 2000-2010*

(En millones de US\$)





Conclusiones de Inversión



- **La Inversión Extranjera Directa en la República Dominicana se ha mantenido, a pesar de las crisis económicas y financieras recientes y el decrecimiento de las grandes economías del mundo, como uno de los pilares de la economía dominicana, con montos que superan en los últimos años los USD\$2,000 millones anuales.**
- **Generación de miles de empleos directos, en los sectores productivos más dinámicos, desde infraestructura, telecomunicaciones, servicios /turismo, energía, manufactura, financiero, zonas francas, entre otros.**
- **Posicionándonos entre los países con mayores captaciones de IED en la región de Latinoamérica y el mayor receptor en la región del Caribe.**
- **Muchos proyectos y programas desarrollados por el CEI-RD han aportado a mantener flujos mayores de IED con proyectos de calidad y alto impacto económico nacional.**
- **Podemos destacar el “Gabinete de Inversiones de Proyectos Estratégicos”, el cual encabeza el Presidente, Dr. Leonel Fernández, con fines de aprobar y agilizar aquellos proyectos estratégicos para el desarrollo del país; así como la “Ventanilla Única de Inversión Extranjera”.**



REFLEXION

- “En el Pasado si Uno Hacía el 75% de las Cosas Bien Hechas, Uno era Bueno en lo que Hacía. Hoy en Día, si Uno Hace el 99% de las Cosas Bien Hechas; Todavía Hay Otro en el Mercado que las Puede Hacer Mejor.”

CEO de una empresa de la NYSE



**MUCHAS
GRACIAS!!!**

Santo Domingo, República Dominicana