

# PANORAMA

del comercio exterior

**COMERCIO EXTERIOR Y MERCADO DE DIVISAS PRESENTAN SÍNTOMAS DE RECUPERACIÓN TRAS "MESES PERDIDOS" POR CONFINAMIENTO**

*Paula Marie Mella*

**FUNDAMENTAR LOS SERVICIOS PARA LA PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES**

*Vladimir Pimentel Florenzán*

**LA OMC: ABOCADA A LA BÚSQUEDA DE UN NUEVO LIDERAZGO EN MEDIO DE UNA CRISIS SIN PRECEDENTES**

*Raúl O. Pérez*

**COMPENDIO DE NOTICIAS**

*de comercio internacional*

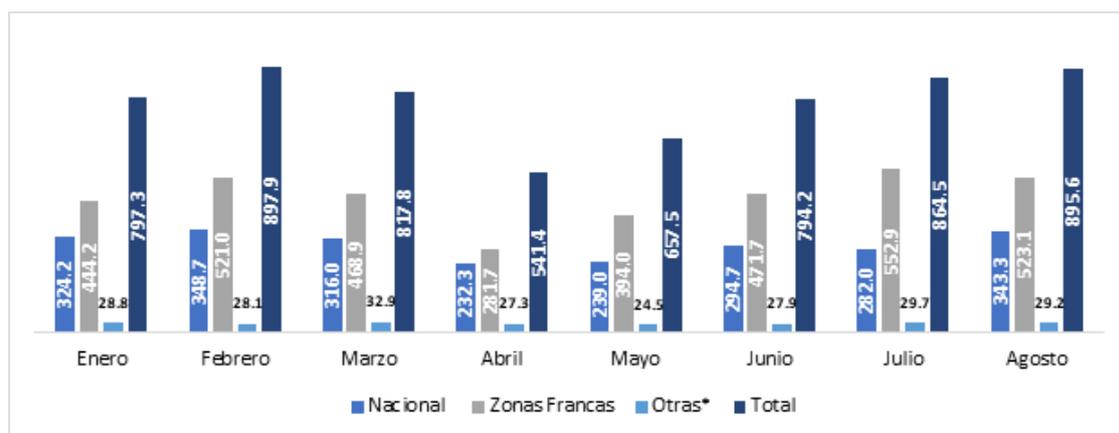
## Comercio Exterior y Mercado de Divisas presentan síntomas de recuperación tras “meses perdidos” por confinamiento

Paula Marie Mella

Luego de que en abril y mayo las exportaciones de bienes sufrieran los severos efectos económicos negativos de la crisis sanitaria y las medidas de respuestas para evitar el aumento de los casos de COVID-19, a partir de mayo empezaron a recuperarse, al igual que los ingresos por remesas familiares.. Sin embargo, los ingresos por turismo no lo hacen de la misma manera.

Para los meses de abril y mayo, las exportaciones de bienes declinaron en 6.2% por mes, siendo el valor medio mensual de estos meses 28.4% menor al valor medio mensual observado de enero a marzo.. Mientras que, en el primer trimestre del año, el valor medio por mes fue de USD\$ 837.6 millones, en abril y mayo cayó hasta USD\$ 599.4 millones. Sin embargo, desde junio hasta agosto, cuando se iniciaron las medidas de flexibilización, las exportaciones se recuperaron exhibiendo un monto medio mensual de USD\$ 851.4 millones, valor similar al experimentado a inicios del año.

**Gráfico 1. Evolución de las exportaciones de bienes por régimen**  
(En millones de \$USD, enero a agosto 2020)



\*\*Se refiere a las reexportaciones y admisiones temporales.

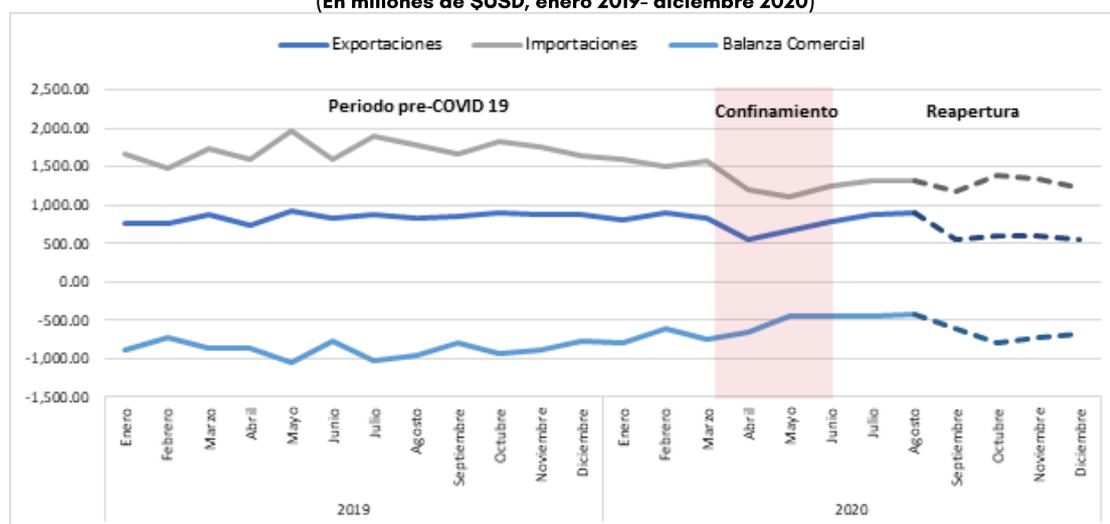
Fuente: Elaboración propia con información de la Dirección General de Aduanas (DGA).

Las exportaciones de zonas francas fueron las que más incidencia tuvieron en la recuperación. Desde junio hasta agosto, crecieron a una tasa media mensual de 11.0% y explicaron un 60.6% de la totalidad de las exportaciones. Por su parte, las exportaciones nacionales, las cuales significaron el 36.0% del total de las exportaciones entre junio y agosto, presentaron un crecimiento promedio mensual de 13.6%. En ese período, el resto de las exportaciones (reexportaciones y exportaciones bajo el régimen de admisión temporal) explicaron sólo el 3.4% del total y crecieron a una tasa media mensual de 6.2%.

En el siguiente gráfico, se observa que, tras la reapertura, tanto las exportaciones como importaciones se recuperaron, registrando tasas de crecimiento media por mes de 11.1% y 6.4%.

respectivamente. De igual forma se observa que entre junio y agosto, el déficit comercial promedio por mes fue menor que el experimentado en los meses donde las medidas de restricción económica fueron más severas, siendo estos desde la segunda semana de marzo hasta la tercera semana de mayo en donde iniciaron las medidas de flexibilización. El déficit promedio entre junio y agosto fue de USD\$ 443.0 millones, USD\$ 278.6 millones menos que en enero - marzo donde se registró un déficit promedio de USD\$ 721.6 millones, y USD\$ 112.1 millones menos que en abril y mayo donde el déficit promedio fue de USD\$ 555.1 millones.

**Gráfico 2. Evolución de las exportaciones y las importaciones de bienes, saldo de la Balanza Comercial y proyecciones por mes**  
 (En millones de \$USD, enero 2019- diciembre 2020)



Nota: las líneas punteadas son proyecciones propias

Fuente: Elaboración propia con información de la Dirección General de Aduanas (DGA).

Alineado con las proyecciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) sobre el comercio internacional en la región, para el 2020 el Observatorio de Comercio Internacional (ODCI) proyecta que las exportaciones de bienes registradas por la Dirección General de Aduanas (DGA), que explican cerca del 90.0% de las exportaciones dominicanas totales, se reducirán en USD\$ 1,511.9 millones, alcanzando unos USD\$ 8,567.3 millones o 14.9% menos que el valor de las exportaciones en el 2019. Para realizar estas proyecciones se asumió que: 1) la participación de las exportaciones dominicanas en las importaciones estadounidenses en el 2019 se mantienen constantes, siendo Estados Unidos el principal socio comercial de República Dominicana representando el 50.7% del total de las exportaciones dominicanas de bienes para este año; y, 2) siguiendo las proyecciones de la CEPAL, que las importaciones totales de Estados Unidos se reducirán en 32.0% comparadas con 2019.

De igual forma, el ODCI estima que las importaciones de bienes registradas por la Dirección General de Aduanas (DGA) alcanzarán USD\$16,003.0 millones, una reducción de más de USD\$ 4,600.0 que en el 2019. El resultado sería una reducción de USD\$ 3,102.2 millones en el saldo de la balanza comercial debido a una mayor disminución en las importaciones que en las exportaciones de bienes.

Asimismo, las remesas familiares recibidas han presentado señales de recuperación tras haber presentado disminuciones significativas en los meses de marzo y abril. En comparación con esos mismos meses del año anterior, las remesas familiares se redujeron en 27.2%. Sin embargo, desde mayo hasta agosto, se registró un desempeño muy positivo luego del confinamiento, exhibiendo un crecimiento promedio mensual de 23.8%.

El ODCI proyecta que para el 2020 las remesas familiares recibidas aumentarán en 8.8% respecto al 2019, aportando positivamente a la reanimación del mercado de divisas.

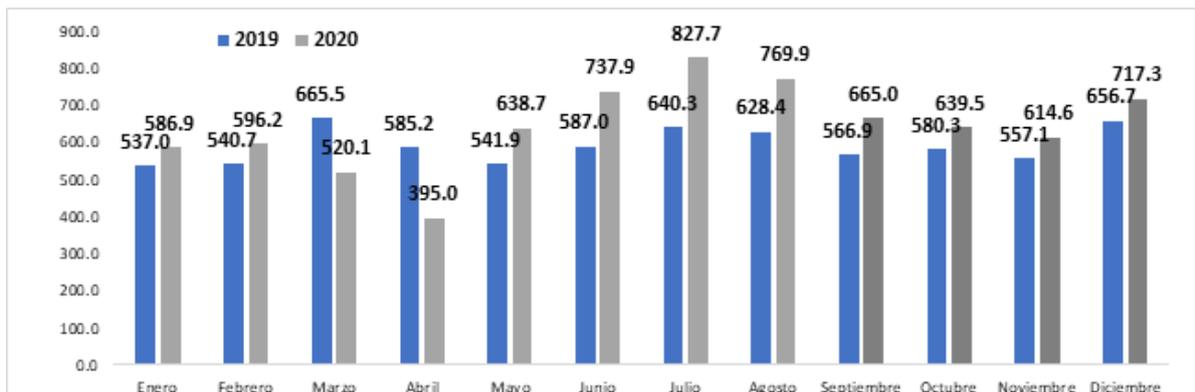
Ese comportamiento se debe principalmente al significativo crecimiento en las ayudas federales a las familias en Estados Unidos y a un mejor desempeño en meses recientes en el mercado laboral de ese país.

**Gráfico 3. Estimaciones de las exportaciones e importaciones de bienes y del saldo de la Balanza Comercial**  
(En millones de \$USD, 2019 y 2020)



Fuente: elaborado con información de la Dirección General de Aduanas (DGA).

**Gráfico 4. Remesas Familiares recibidas**  
(En millones de USD\$, enero 2019 - diciembre 2020)



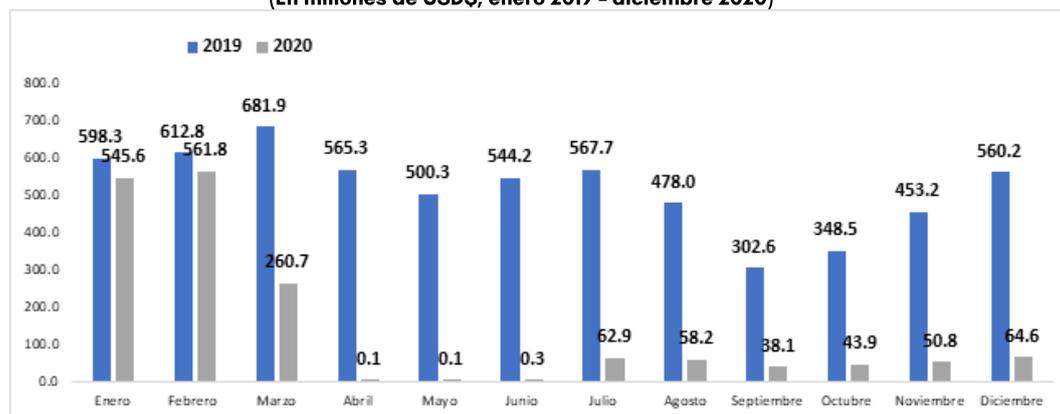
Fuente: Elaboración propia con información del Banco Central de la República Dominicana (BCRD) y estimaciones propias.

Sin embargo, los ingresos por turismo no demuestran señales de restablecimiento. Esta ha sido una de las causas principales de la depreciación del peso, donde hasta septiembre la depreciación nominal acumulada ha sido de 10.5%. En el siguiente gráfico se observan las estimaciones de los ingresos mensuales de divisas por concepto de turismo, la cual se fundamenta de dos supuestos: 1) tanto el gasto por turista como su estadía promedio es la media mensual de los tres últimos años previos al 2019, para no contemplar los efectos negativos en el turismo derivados de la crisis mediática negativa, y 2) el crecimiento de los arribos de extranjeros por vía aérea responde a los comportamientos promedio mensuales que han sido observados en los tres últimos años previos al 2019. Cabe destacar que, debido a las políticas económicas diseñadas para incentivar el turismo y la demanda sobre los recortes de precios que los hoteles y proveedores de servicios conexos, el gasto por turista estimado podría ser más elevado que el gasto efectivo.

Debido a las fuertes medidas de confinamiento respecto al cierre de fronteras y de las actividades

económicas relacionadas al turismo, se estima que los ingresos medios por turismo entre abril y junio fueron de aproximadamente tan solo USD\$ 146,892.3 dólares, cuando para el mismo periodo del año anterior eran de USD\$ 536.6 millones de dólares. Si bien es cierto que el comportamiento de los meses posteriores a estas medidas muestra cierta recuperación, igual señalan ingresos drásticamente menores al año 2019, promediando una reducción de 87.7% respecto a los mismos meses del año previo.

**Gráfico 5. Estimación de la evolución mensual de los ingresos de divisas por turismo**  
 (En millones de USD\$, enero 2019 - diciembre 2020)



Fuente: Elaboración propia con información del Banco Central de la República Dominicana (BCRD) y estimaciones propias.

De esta forma, aunque las exportaciones de bienes y las remesas hayan percibido signos de recuperación, los meses perdidos provocados por la pandemia ocasionaron pérdidas económicas significativas en los resultados estimados del 2020. Principalmente, la caída drástica de los ingresos por divisas es explicada por la disminución de los ingresos por turismo. Según estimaciones del ODCI, este componente disminuirá en cifras cercanas a un 80.0%.

En cuanto a las exportaciones de bienes y las remesas familiares recibidas, se estima que experimentarían una reducción aproximada de 15.0% y aumento 8.8% sobre el 2019, respectivamente. En este sentido, esta radical disminución de ingresos de divisas, que se estima sea de alrededor de un 27.0% contemplando las tres principales fuentes, presenta un gran desafío para la recuperación del crecimiento y el mantenimiento de la estabilidad macroeconómica respecto al mercado de divisas, puntualizando la necesidad de priorizar políticas destinadas a asegurar la recuperación de estos meses perdidos por el COVID-19.

**Gráfico 6. Estimación de los principales componentes del ingreso de divisas corrientes**  
 (En millones de USD\$, 2019 y 2020)



Fuente: Elaboración propia con información del Banco Central de la República Dominicana (BCRD) y estimaciones propias.



# Fundamentar los servicios para la promoción de exportaciones

*Vladimir Pimentel Florenzán[1]*

El proceso por el cual transita el Centro de Exportación e Inversión de la República Dominicana (CEI-RD), al de su nueva denominación como PRODOMINICANA[2], responde al énfasis de apuntalar hacia la eficientización de los servicios de promoción de exportaciones, para acelerar el ritmo de crecimiento del valor y el volumen exportado de bienes y servicios. Esto ante un conocido resultado insuficiente de la oferta exportable y a una realidad global que amerita redoblar los esfuerzos de internacionalización empresarial.

Desde hace décadas, la mayoría de economías a nivel global han dispuesto la creación de agencias especializadas para la promoción de exportaciones[3]. Esto ha sido en una dinámica histórica evolutiva, de la mano del proceso de globalización y la liberalización de mercados. El aprovechamiento de oportunidades de esa liberación y la necesidad de ampliar la relativamente limitada capacidad de consumo de los mercados locales, en relación a las tasas de crecimiento potenciales de la producción del sistema capitalista incidieron en el desarrollo y tecnificación de las actividades promocionales de las exportaciones.

En tal sentido, las metas principales que tienen estas entidades son:

- elevar el valor total exportado, agregar valor a las exportaciones,
- aumentar la cantidad de bienes y servicios exportados,
- ampliar el número de empresas involucradas en la actividad exportadora,
- ampliar y diversificar mercados, y
- fortalecer niveles de acceso a mercados.

En una perspectiva o conceptualización desde las ciencias económicas, podemos referir que las agencias de promoción de exportaciones están llamadas a cumplir con 3 macro enfoques, en torno a los cuales debe girar la oferta de servicios. Estos son:

- i. Promover la disposición de recursos para la oferta de bienes públicos.
- ii. Incidir de manera estratégica en la generación de externalidades positivas.
- iii. Ofrecer productos constantemente para la reducción de costos de información.

De lo anterior se puede inferir la oferta de servicios que este tipo de entidades ofrecen a sus clientes, los exportadores y los potenciales exportadores. De manera básica la oferta dispuesta se inscriben en los siguientes elementos:

[1] Economista, Profesor de INTEC. Asesor en PRODOMINICANA (CEI-RD).

[2] Esta es una tendencia global de identificar la agencia de promoción de negocios en relación con el nombre del país y de generación de sentido de pertenencia con la marca, en una oferta especializada de servicios. Ejemplos: ProChile, ProColombia, ProMéxico, ProNicaragua, PromPeru, ProCuba, ProESa, etc.. Igualmente en inglés los casos de: JETRO (Japón), KOTRA (Korea), entre otras.

[3] El enfoque que hacemos de promoción de exportaciones no integra (en esta oportunidad) el componente de las actividades de desarrollo productivo para las empresas exportadoras o con potencial exportador.

| MACRO SERVICIO              | AMBITO DE ACCION DEL SERVICIO  | IMPORTANCIA  |
|-----------------------------|--|--|
| Inteligencia comercial      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Divulgación de información</li> <li>Oferta de accesos a bases de datos relevantes</li> <li>Generación de contactos de negocios</li> <li>Oferta de información y análisis de mercados</li> <li>Aprovechamiento de oportunidades</li> </ul> | Garantía de toma de decisiones fundamentadas en evidencias para los negocios. Poder adelantar oportunidades. |
| Promoción de Negocios       | <ul style="list-style-type: none"> <li>Generación concreta de negocios</li> <li>Mercadeo y branding</li> <li>Promoción de inversión</li> </ul>   | Identificación puntual de negocios y posicionamiento de productos, marcas, empresas y país.                  |
| Desarrollo de exportaciones | <ul style="list-style-type: none"> <li>Formación, capacitación</li> <li>Asesoramiento exportador</li> <li>Coaching exportador</li> <li>Entorno exportador</li> </ul>   | Promover las capacidades y competencias para la actividad exportadora.                                       |
| Facilitación                | <ul style="list-style-type: none"> <li>Trámites y procedimientos</li> <li>Ventanillas Única (VUCE y VUI para el caso dominicano)</li> <li>Política comercial para negocios</li> </ul>  | Mejorar los tiempos y elevar la eficiencia para el proceso exportador.                                       |
| "Advocacy"                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Actividades de lobby y advocacy</li> </ul>  | Defensa y apoyo a los exportadores   |

Fuente: Fuente: Esquema basado en Centro de Comercio Internacional (ITC, por sus siglas en inglés). Disponible en: <https://www.intracen.org/itc/trade-support/developing-a-service-portfolio/>

Es evidente que los servicios ofrecidos deben contar con las vías adecuadas para llegar a los clientes de manera oportuna y con la calidad adecuada. A tales fines, los modos de entrega pueden ser:

- suministro de información;
- asesoramiento y consultoría;
- cursos, talleres o seminarios;
- documentos metodológicos de apoyo;
- guías y lineamientos;
- servicios específicos cobrados;
- servicios destacados en la página web y redes sociales; y
- servicios ofrecidos por las representaciones comerciales en el exterior.

Como toda entidad orientada en los servicios, la agencia está obligada a garantizar la medición de resultados para la oferta dispuesta en ese portafolio de servicios, para lo cual es altamente recomendado su permanente actualización. Esto así por el acelerado y cambiante mundo de los negocios.

En tal sentido, debemos medir:

- lo oportuno de los servicios que se están ofreciendo en el momento,
- el uso de los servicios ofrecidos y el tipo de cliente que los demanda,
- la eficiencia institucional al momento de prestar los servicios,
- conocer el nivel de satisfacción del usuario,
- el reconocimiento que adquiere la agencia y el impacto que generan los servicios en las exportaciones a nivel nacional e internacional, y
- el alcance de los servicios en factores del crecimiento y desarrollo económico, entre otros.

Finalmente, hay que destacar la importancia de la oferta oportuna de un servicio específico a cada exportador en particular, sobre lo cual el equipo técnico debe estar permanentemente monitoreando y evaluando. Esto dependerá de:

a) La realidad operacional interna (marcada por las fortalezas y debilidades) de la actividad exportadora, medida en la preparación para exportar del producto y la preparación organizacional para esta actividad internacional.

A tales fines, una herramienta de fácil uso y acceso gratuito está disponible para la realización de esta importante tarea. "CORE de Global Edge, es una herramienta de autoevaluación que le permitirá determinar la preparación de su empresa para expandir sus operaciones internacionalmente y determinar su capacidad para exportar un producto en particular"[4].

Coyuntura nacional e internacional y las perspectivas de ambos contextos para las empresas exportadoras (marcado por las oportunidades y las amenazas). En este punto, juega un factor preponderante la capacidad de retroalimentación y actualización de la agencia con sus clientes y las vías expeditas de acceso por parte de los clientes a esta fuente de información "inteligente."

[4] Enlace al CORE: <https://globaledge.msu.edu/tools-and-data/diagnostic-tools/core>

## **La OMC: abocada a la búsqueda de un nuevo liderazgo en medio de una crisis sin precedentes**

*Raúl O. Pérez[1]*

El pasado jueves 14 de mayo, el entonces director general de la OMC, el brasileño Roberto Azevedo, anunció sorpresivamente que abandonaba el cargo a partir del 30 de agosto, justo un año antes de que su mandato expirase. Indicó que esta era una decisión “personal” y “familiar”, y se mostró convencido de favorecería los “mejores intereses” de la organización.[2]

Sin embargo, lo cierto es que esta decisión llega en la coyuntura más delicada que atraviesa la OMC desde su fundación, añadiendo a la crisis actual de la entidad (y, por ende, del sistema multilateral de comercio), la titánica labor de escoger un nuevo director general. Una labor que requiere de un consenso que, precisamente en estos últimos años, se ha destacado por su ausencia en el seno de la organización.

### **Una crisis doble**

Esta crisis tiene, en primer lugar, una faceta institucional. Desde el inicio de la Administración Trump, los Estados Unidos se ha negado a renovar los jueces del Órgano de Apelación de la OMC, la segunda y definitiva instancia del sistema de solución de diferencias de la organización. Esto condujo a que, desde el 11 de diciembre de 2019, el Órgano quedara paralizado debido a la falta del número mínimo requerido de jueces vigentes para su funcionamiento. Sin la segunda instancia funcionando para la resolución de disputas comerciales, el sistema multilateral de comercio vive una incertidumbre jurídica peligrosa en donde existe el riesgo de que algunas naciones vean el campo libre para tomar decisiones unilaterales que afecten al comercio internacional.[3]

En segundo lugar, esta crisis tiene una dimensión política y económica. Desde el punto de vista político, el regreso de la retórica proteccionista (de lo cual Trump es el caso más icónico, pero no el único) expone al mundo a la posibilidad de que, en lugar de avanzar en los asuntos pendientes del libre comercio, se retroceda y se pierdan importantes logros. Este clima político contribuye a que, en medio de la crisis económica derivada de la pandemia por Covid-19, los países recurran a medidas de corte proteccionista para intentar recuperarse. El aumento de las restricciones a la exportación para garantizar los suministros esenciales durante la pandemia, reportado por la propia OMC[4], puede ser un indicio de una posible ola de medidas restrictivas adicionales en el esfuerzo de los países por recuperar sus respectivas industrias.

### **La elección de un nuevo director general**

Justo en el momento en el que el libre comercio necesita de una defensa más contundente, la OMC se encuentra sumida en crisis institucional. Es en este paradójico contexto que la institución deberá afrontar la selección de un nuevo director general.

[1] Asistente de investigación del ODCI.

[2] *Expansión*, “El jefe de la OMC, Roberto Azevedo renuncia a su cargo”, (14 de mayo de 2020; consultado el 29 de septiembre de 2020).

[3] Para una descripción más amplia y un análisis más profundo de esta situación, ver el artículo “La Solución de Disputas de la OMC en una encrucijada” del profesor Fantino Polanco, publicado en el *Panorama* no. 6. (Octubre-Diciembre 2019).

[4] OMC, “Export Prohibitions and Restrictions: Information Note”. (Abril 2020).

Esta elección, en estas circunstancias especiales, plantea una enorme dificultad. El proceso de selección consiste en una serie de consultas en las que se van eliminando a los diversos candidatos en una serie de rondas hasta seleccionar al director general. Este sistema de rondas y consultas tiene la particularidad de que las decisiones se toman por consenso y se recurre a la votación solo como último recurso. En condiciones normales, este proceso se toma unos nueve meses. Sin embargo, en esta ocasión el plazo propuesto es de apenas tres. Es decir, menos tiempo para reunir el consenso necesario precisamente en un momento donde el consenso es más difícil de conseguir

No obstante, a pesar de la dificultad de esta elección y el desafiante mandato que le espera al próximo incumbente, ha habido personas dispuestas a presentar su candidatura para sustituir a Roberto Azevedo. En concreto, se presentaron ocho candidaturas: Jesús Seade Kuri (México), Ngozi Okonjo-Iweala (Nigeria), Abdel-Hamid Mamdouh (Egipto), Tudor Ulianoschi (Moldavia), Yoo Myung-hee (Corea del Sur), Amina C. Mohamed (Kenia), Mohammad Maziad Al-Tuwaijri (Arabia Saudita) y Liam Fox (Reino Unido).[5]

Si bien la experiencia de los candidatos es diversa, todos tienen en común una vasta trayectoria en el mundo de la política internacional[6]. Jesús Seade, doctor en Economía, fue el negociador de México en la transformación del GATT[7] a la actual OMC, además de ser uno de los primeros directores generales adjuntos del organismo. Más recientemente, fue el jefe negociador por parte de México en la renegociación del NAFTA que dio como fruto el actual T-MEX. Ngozi Okonjo-Iweala es una reconocida experta en finanzas globales, dos veces ministra de finanzas de su país y con una larga trayectoria de ocupar posiciones de liderazgo en organismos multilaterales. Abdel-Hamid Mamdouh se desempeña actualmente como consultor, pero acumula una larga trayectoria, primero como negociador comercial de Egipto, y luego como oficial de la OMC, en la cual se desempeñó durante cerca de dos décadas en importantes posiciones. Tudor Ulianoschi, exministro de relaciones exteriores de su país, acumula una experiencia de más de 15 años como diplomático. Yoo Myung-hee, tras una larga carrera en el ministerio de comercio de Corea, es la primera mujer en ocupar la posición de ministra en esa dependencia gubernamental. Amina Mohamed, exministra de relaciones exteriores y comercio internacional en su país, fue la primera mujer en presidir una Conferencia Ministerial de la OMC (Nairobi, 2015). Mohammad Maziad Al-Tuwaijri, con experiencia previa de trabajo en la banca, fue ministro de Economía y Planificación y es actualmente ministro asesor de la Corte Real en asuntos económicos estratégicos locales e internacionales. Por último, Liam Fox, actualmente parlamentario, ha sido Secretario de Estado de Comercio Internacional y presidente de la Junta de Comercio.

[5] Al momento de escribir este artículo, ya habían sido eliminados los candidatos de México, Egipto y Moldavia en la primera ronda del proceso.

[6] Las informaciones sobre la experiencia de los candidatos provienen del portal de la OMC sobre el proceso de selección y de los siguientes artículos periodísticos: EFE, "Ocho candidatos, ninguno de ellos de la UE, competirán por dirigir la OMC" (8 de julio de 2020; consultado el 4 de octubre de 2020); y Silvia Amaro "WTO to select new leader at a time of crisis: here's who's on the list" NCBC News (9 de julio de 2020; consultado el 4 de octubre del 2020).

[7] Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio, por sus siglas en inglés.

Además de su experiencia y de sus propuestas para el futuro de la organización, existen otros factores que serán muy relevantes a la hora de reunir los apoyos necesarios entre los países miembros para ser elegidos. El primer elemento de peso será el papel de Estados Unidos. El gigante norteamericano ha manifestado en diversas ocasiones su malestar con la OMC y tratará de impulsar un candidato afín a sus intereses. Por lo tanto, es posible que Estados Unidos intente impulsar al candidato de México, Jesús Seade, con quien goza de buena sintonía debido al proceso de negociación del T-MEC. Sin embargo, existen dos reglas no escritas que indican, primero, que el cargo de director general se debe alternar entre las regiones del mundo y, segundo, que debe haber alternancia entre países desarrollados y en desarrollo en la dirección general del organismo. Es decir, ser latinoamericano es un peso en contra en la carrera por sustituir al brasileño Roberto Azevedo. Y la insistencia surgida especialmente en Europa sobre el respeto a esa rotación inclina la balanza hacia un candidato de un país desarrollado.

No obstante, esa misma regla no escrita es invocada desde otros sectores para reclamar que la dirección general sea para un candidato o candidata de África, la única región que no ha ostentado esa posición en toda la historia de la OMC. A esos reclamos se unen las voces que piden que se dé la oportunidad por primera vez a una mujer de presidir la entidad. Estos reclamos en conjunto dan como posible perfil a una próxima directora general mujer y africana, lo que favorece a las candidatas de Nigeria y Kenia.

Un último factor en juego es el peso de la Unión Europea, que no presentó ningún candidato, puede ser decisivo. El candidato que inspire la confianza de la Unión, en un contexto de duras tensiones comerciales que el bloque mantiene tanto con Reino Unido como con Estados Unidos, tendrá un respaldo que puede resultar crucial.

### **Reflexiones finales**

Sea cual fuere, el resultado final de este proceso debe responder a dos necesidades fundamentales. En primer lugar, la OMC debe salir fortalecida. No se puede permitir que la actual crisis se agrave. Porque de la fortaleza con la que salga de este proceso depende mucha de su capacidad de enfrentar los grandes desafíos que tiene por delante. En segundo lugar, el nuevo director o directora general del organismo debe tener las cualidades necesarias para sacar a la institución de esta crisis. Primero, debe tener una enorme capacidad de diálogo y de consenso. Segundo, debe tener la tenacidad y la creatividad necesarias para acometer con éxito las reformas que amerita la organización. Tercero, debe tener capacidad de innovación para proponer a los distintos países estrategias basadas en el libre comercio como motor de la recuperación económica post Covid-19. Y, por último, debe tener una enorme capacidad de comunicación para transmitir exitosamente al mundo la idea de que el libre comercio es parte de la solución y no del problema.

# NACIONALES

REPÚBLICA DOMINICANA



## Acuerdos



-Aplauden ratificación del Acuerdo de Asociación Económica con Reino Unido



-República Dominicana y China firman protocolo sanitario para exportación de aguacate

## Intercambio Comercial



-Exportaciones dominicanas cayeron 7.97% en el primer semestre



-Suiza pasó a ser destino principal de exportaciones dominicanas



-Las importaciones caen cerca de 26% al mes de agosto



-El comercio con el DR-Cafta se desaceleró en el segundo trimestre

## Rubros



-RD abre sus puertas al turismo con 19 vuelos



-República Dominicana: principal exportador de banano y cacao orgánico a la Unión Europea



-El turismo se desploma un 87,4 % en agosto en la República Dominicana



-Exportaciones dominicanas del primer cuatrimestre se concentraron en productos médicos

## Logística



-Firman acuerdo para mejorar la cadena logística de las aduanas dominicanas

Noticias

# INTERNACIONALES



## Agosto

-Navieras aplazan por tercera vez el reinicio de sus operaciones desde EE.UU.

-La onza de oro pulveriza máximos históricos, por encima de US\$2,034

-Comercio mundial ha sufrido caída sin precedentes desde la crisis de 2007-08

-La UE y EE.UU. acuerdan una reducción mutua de aranceles en sectores específicos

-La OMC se queda en su peor crisis sin capitán, que pasa a una multinacional



## Julio

-El índice de precios de los alimentos sube por primera vez en 2020

-Los candidatos a dirigir la OMC exponen sus proyectos

-El precio del oro sube a 1,926 dólares en un clima incierto



## Septiembre

-Bruselas da un primer paso para bajar aranceles y comenzar deshielo con EE.UU.

-La OMC da la razón a China en su disputa arancelaria con EE.UU.

# PANORAMA

## del comercio exterior

Es una publicación trimestral del Observatorio Dominicano de Comercio Internacional (ODCI) con la colaboración de la Dirección de Administración de Acuerdos & Tratados Comerciales Internacionales (DICOEX) del Ministerio de Industria, Comercio y Mypimes (MICM). Tiene como objetivo proveer información, análisis y reflexiones sobre temas de comercio internacional que son relevantes para la República Dominicana.

El Observatorio Dominicano de Comercio Internacional (ODCI) es un espacio académico-institucional permanente de investigación, creación de capacidades, prestación de servicios y comunicación estratégica en los temas vinculados con el comercio exterior y sus impactos socioeconómicos, nacionales y regionales.

El ODCI es facilitado por el Instituto Tecnológico de Santo Domingo (INTEC). Está al servicio del sector público, el sector privado y la sociedad civil en general de la República Dominicana.



Edificio CARIBALICO. Ave. Abraham Lincoln # 295. 1er. Piso.



odci@intec.edu.do



<http://odci.org.do/>



Tel: 809 567 9271 Ext.730/731/732/734



@ODCIRD



Observatorio Dominicano de Comercio Internacional

### Forman parte del ODCI



Asociación Dominicana  
de Exportadores, Inc.  
Abriendo Fronteras para el Sector Exportador

