



EL PLAN NACIONAL DE COMPETITIVIDAD SISTÉMICA Y EL SECTOR AGROINDUSTRIAL EN LA REPÚBLICA DOMINICANA: Énfasis en Mango

Andrés van der Horst Alvarez – Director Ejecutivo
Consejo Nacional de Competitividad
Santo Domingo, República Dominicana
Junio 2008



Plan Nacional de Competitividad Sistémica

- Plantea una **visión estratégica del desarrollo** : competitividad e innovación.
- El DR-CAFTA representa el “boleto de entrada” al juego de la **hipercompetencia global**, por sí solo no le garantiza que sea un jugador exitoso.

En otras palabras, para jugar con éxito se requiere de una **estrategia de “juego” de competitividad sistémica** y de **jugadores de clase mundial** que eleven las capacidades competitivas de las empresas, sectores productivos, gobierno y del país en su conjunto.



Inserción de la República Dominicana a la Economía Global

ESTRATEGIA TRIDIMENSIONAL



¿POR QUÉ?

En la nueva economía global, la RD como país de “industrialización tardía” **no puede darse el lujo de llegar tarde a la era del conocimiento.** Si no se monta ahora no tiene posibilidades de un crecimiento competitivo sustentable y un desarrollo humano.

Porque la apertura **no se mueve en una economía internacional perfecta.** Tiene imperfecciones, hay competencia desleal, por lo que se deben tener mecanismos de defensa.

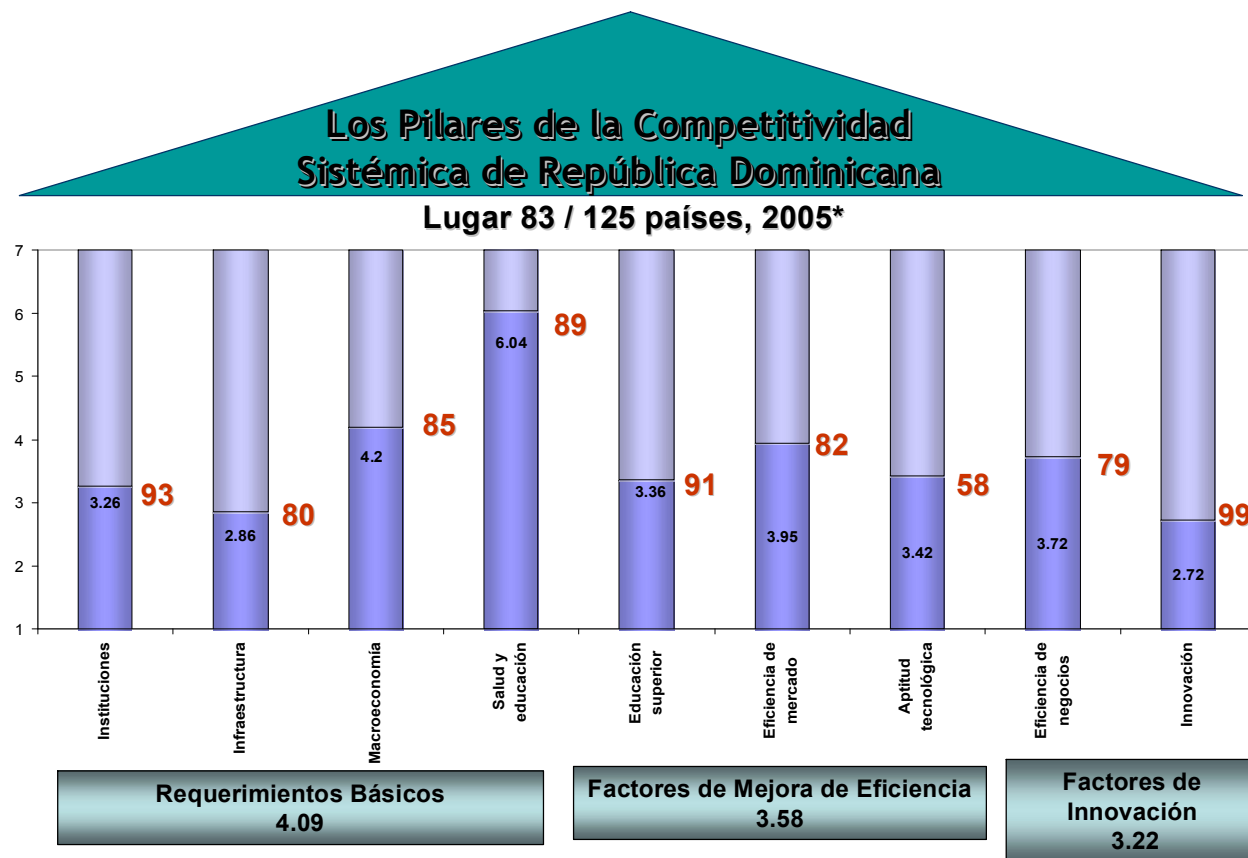
Por que la apertura con el DR-CAFTA representa el “boleto de entrada” al juego de la hipercompetencia global, sin embargo, por sí solo no le garantiza que sea un jugador exitoso, **requiere de una estrategia, un PLAN.**



Pilares de la Competitividad Sistémica de la República Dominicana

▪ La República Dominicana se ubica en el lugar 83 de 125 países en términos de Competitividad Sistémica, 19 lugares más que en 2005 (Lugar 102/117)

▪ 35% de mejoría relativa



Nota: El número fuera de la columna corresponde a la posición respecto a los 125 países.

La escala de 1 a 7 corresponde al score del Global Competitiveness Index.

*Informe del 2006-2007, con datos de 2005.

La competitividad se define como el proceso de formación o acumulación del Capital Sistémico que se constituye con los 10 capitales de la competitividad como los pilares fundamentales que sustentan un crecimiento pleno del PIB per cápita en una economía abierta a la competencia internacional.



Visión 2020





Modelo de Competitividad Sistémica: 6 niveles y 10 capitales de competitividad





¿QUÉ ES UN CLUSTER PARA EL CNC?



- Crear sinergias
- Nuevas articulaciones
- Confianza para generar capital social
- Fuerte asociatividad



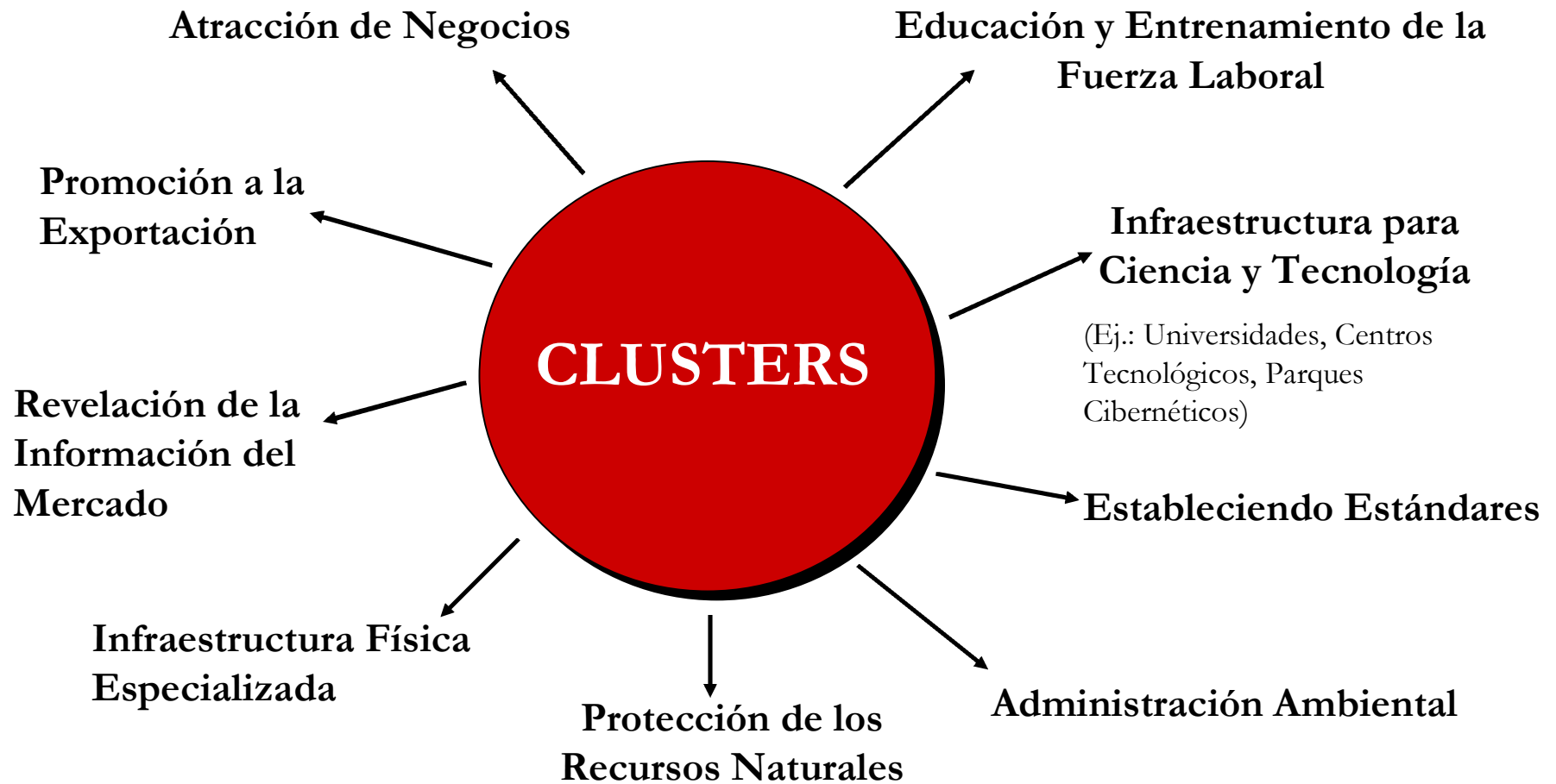
Objetivos:

- Evolucion de Competidores a Coopetidores
- Aprovechar oportunidades del mercado interno





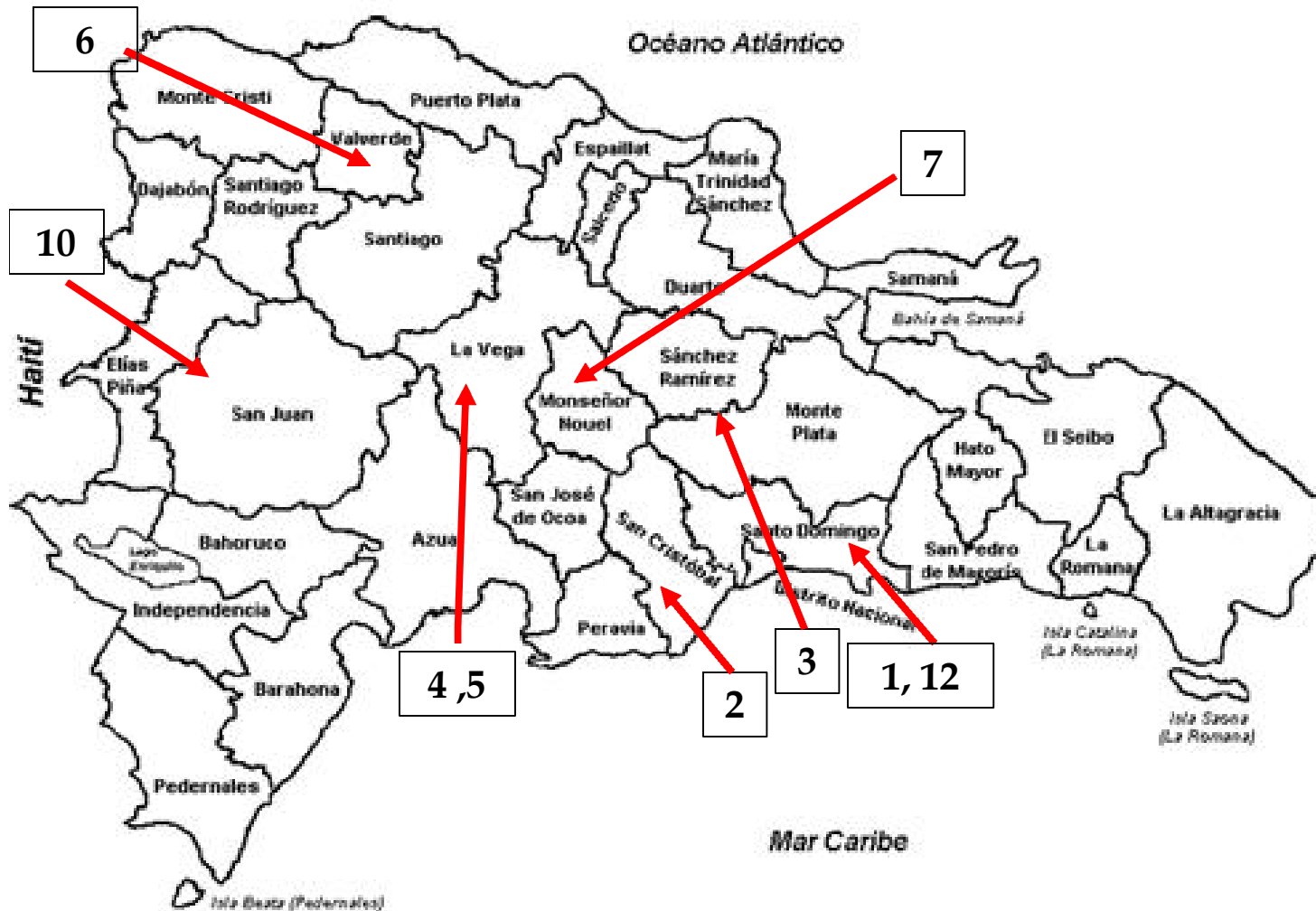
CLUSTERS Y POLÍTICA PÚBLICA



- Los Clusters proveen un marco para **organizar la implementación** de la inversión y políticas públicas hacia un desarrollo económico sostenible



UBICACIÓN GEOGRÁFICA CLUSTERS DE AGRONEGOCIOS



1. Mango
2. Aguacate
3. Piña
4. Vegetales Orientales
5. Café de Jarabacoa
6. Banano
7. Cacao
8. Orgánicos
9. Invernaderos
10. Lechosa
11. Apícola
12. Viveristas
13. Acuacultores



CLUSTER DE AGRONEGOCIOS Y LA COMPETITIVIDAD EN LA CADENA GLOBAL DE VALOR



Desarrollo Segmentos
Hortifrutícola y
Orgánico:

Banano- aguacate-
mango-piña-tabaco



LA IMPORTANCIA ESTRATÉGICA DEL SECTOR AGRONEGOCIOS





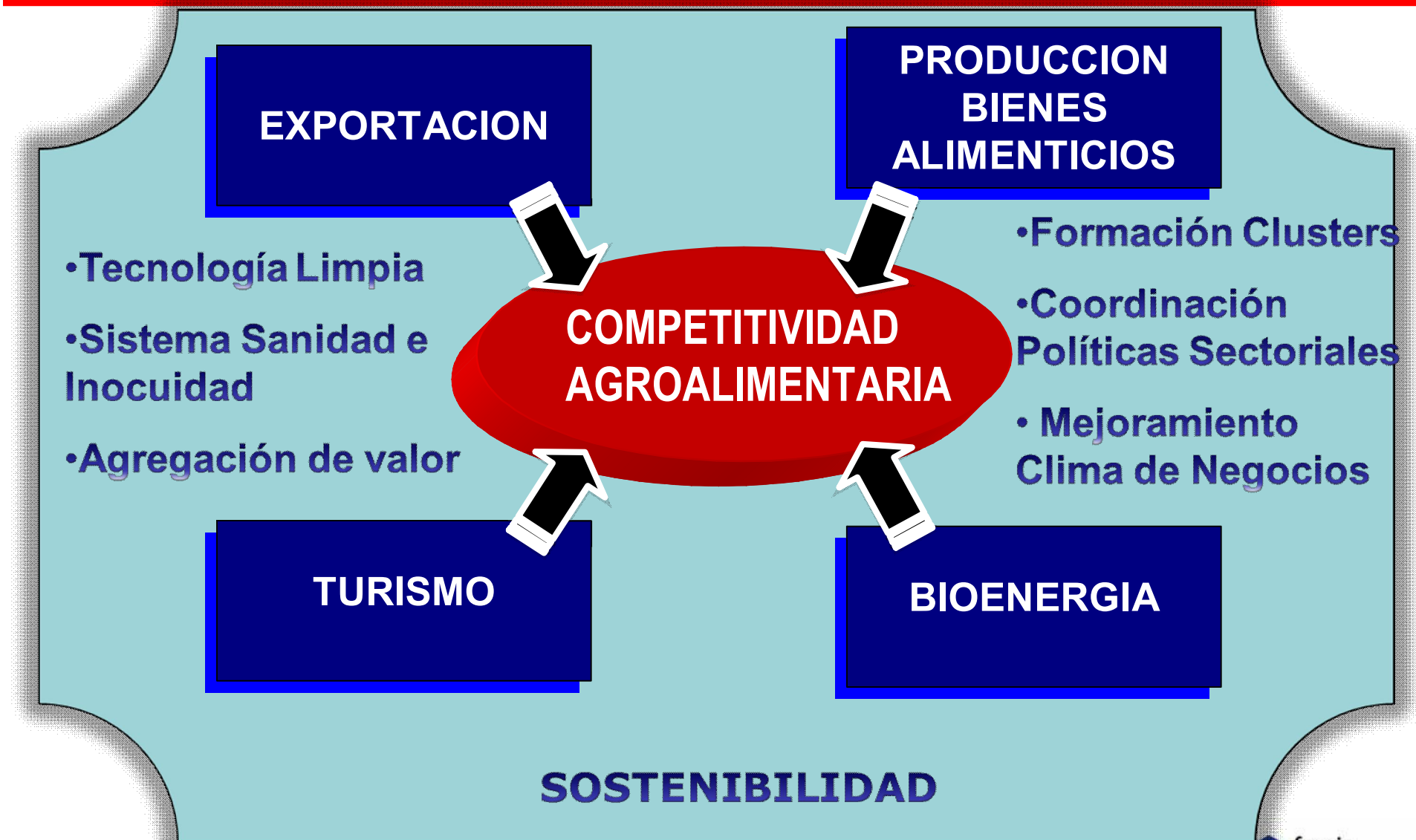
ESTRATEGIA COMPETITIVA SECTOR AGRONEGOCIOS

NIVEL MACRO





EJES BÁSICOS PARA LA COMPETITIVIDAD AGROALIMENTARIA





IMPLEMENTACIÓN DEL PNCS-RD

¿Qué sigue?

Reuniones con los Sectores.

¿Qué necesitamos?

Fortalecimiento del CNC



Estrategia de Competitividad Rural de la República Dominicana, 2008-2020

Elaboración

- Proceso **participativo y de consenso**.
- Propiciar un **entendimiento común**.
- Impulsar la **cooperación entre el sector privado y el gobierno** (alianza estratégica).
- Identificar **reformas institucionales y políticas** (para mejorar el nivel de competitividad).



Estrategia de Competitividad Rural de la República Dominicana, 2008-2020

OBJETIVOS

1. Promover la transformación productiva de la economía rural, tanto de las actividades agrícolas como las no agrícolas, con el fin de crear las bases competitivas que permitan articular sustentablemente las unidades territoriales rurales a los mercados dinámicos nacionales e internacionales.
2. Fortalecer las capacidades de la población rural para la generación de empleos e ingresos sobre bases asociativas y mejorar sus condiciones de vida.
3. Modernizar la institucionalidad del sector rural para asegurar la sostenibilidad del proceso de desarrollo competitivo.



Declaración de la misión y visión estratégicas

MISIÓN

Crear la base competitiva de las actividades productivas agrícolas y no agrícolas que permita articular sustentablemente las unidades territoriales rurales a los mercados dinámicos.

VISIÓN

Una sociedad rural que participa activa y equitativamente en la dinámica económica nacional e internacional, acorde con sus recursos territoriales, en beneficio del desarrollo local, regional y nacional.



Baja calidad de vida

Insuficiente generación de empleo

**BALANZA COMERCIAL DEFICITARIA
=BAJA COMPETITIVIDAD**

Altos costos de producción

Baja calidad

Ineficiencia

No innovación

No conformidad

- Desperdicio de recursos
- Deseconomías de escala
- Escasa competencia

- Investigación insuficiente
- Apropiación insuficiente

- Marco normativo no desarrollado
- Organismos de EC no confiables
- Marco reglamentario no armonizado

Sistemas de gestión no normalizados

•Baja articulación (clusters, CP)

•Instituciones no desarrolladas

DEBIL ARTICULACION PUBLICO -PRIVADA (Dispersión, inercia)





Mejor Calidad de Vida

Mayor generación de empleo

**SE REDUCE EL DEFICIT DE LA BALANZA COMERCIAL
=AUMENTA LA COMPETITIVIDAD**

Se reducen los costos de producción

Alta calidad

Mayor eficiencia

Mayor innovación

Mayor conformidad

- Reducción Desperdicios
- Economías de escala
- Competencia desarrolla

- Mayor Investigación
- Mayor Apropiación

- Marco normativo desarrollado
- Organismos de EC mas confiables
- Marco reglamentario convergente

**Sistemas de gestión
normalizados**

**• Mayor articulación
(clusters, CP)**

**• Instituciones
desarrolladas**

ARTICULACION PUBLICO -PRIVADA (Enfoque, Priorización, Recursos)





ELEMENTOS DE APOYO TRANSVERSALES



Sistema Nacional de Calidad

ESTRATEGIA PARA EL DESARROLLO DEL SNC

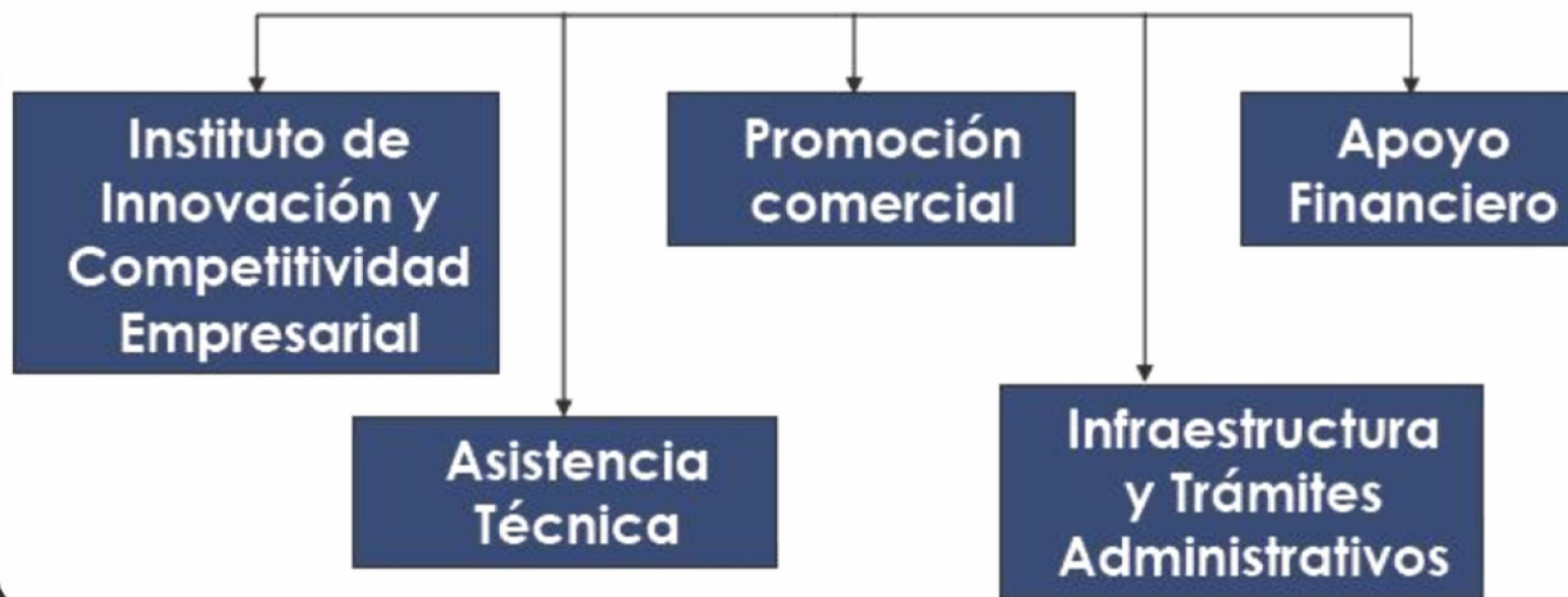




Estrategia Integral y Competitiva de Fomento a las Exportaciones

Una política integral de fomento a las exportaciones debe tener como objetivo central consolidar una inserción activa y competitiva de la República Dominicana en la economía mundial, coherente con los objetivos de crecimiento económico y bienestar social planteados en la Política de Desarrollo del presente Gobierno.

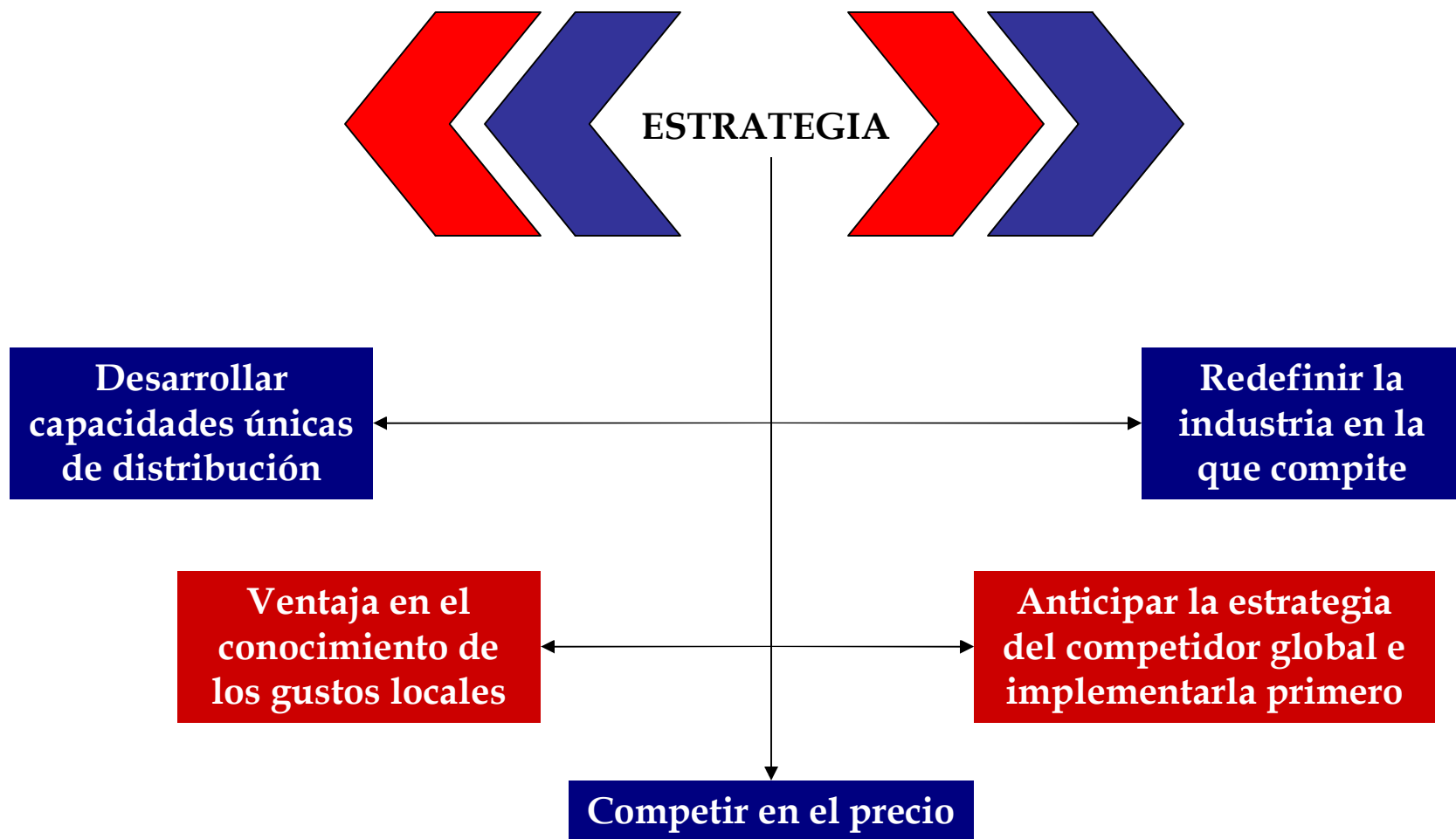
PILARES DE LA POLÍTICA DE PROMOCIÓN DE EXPORTACIONES





RESPONDER PROACTIVAMENTE AL DR-CAFTA

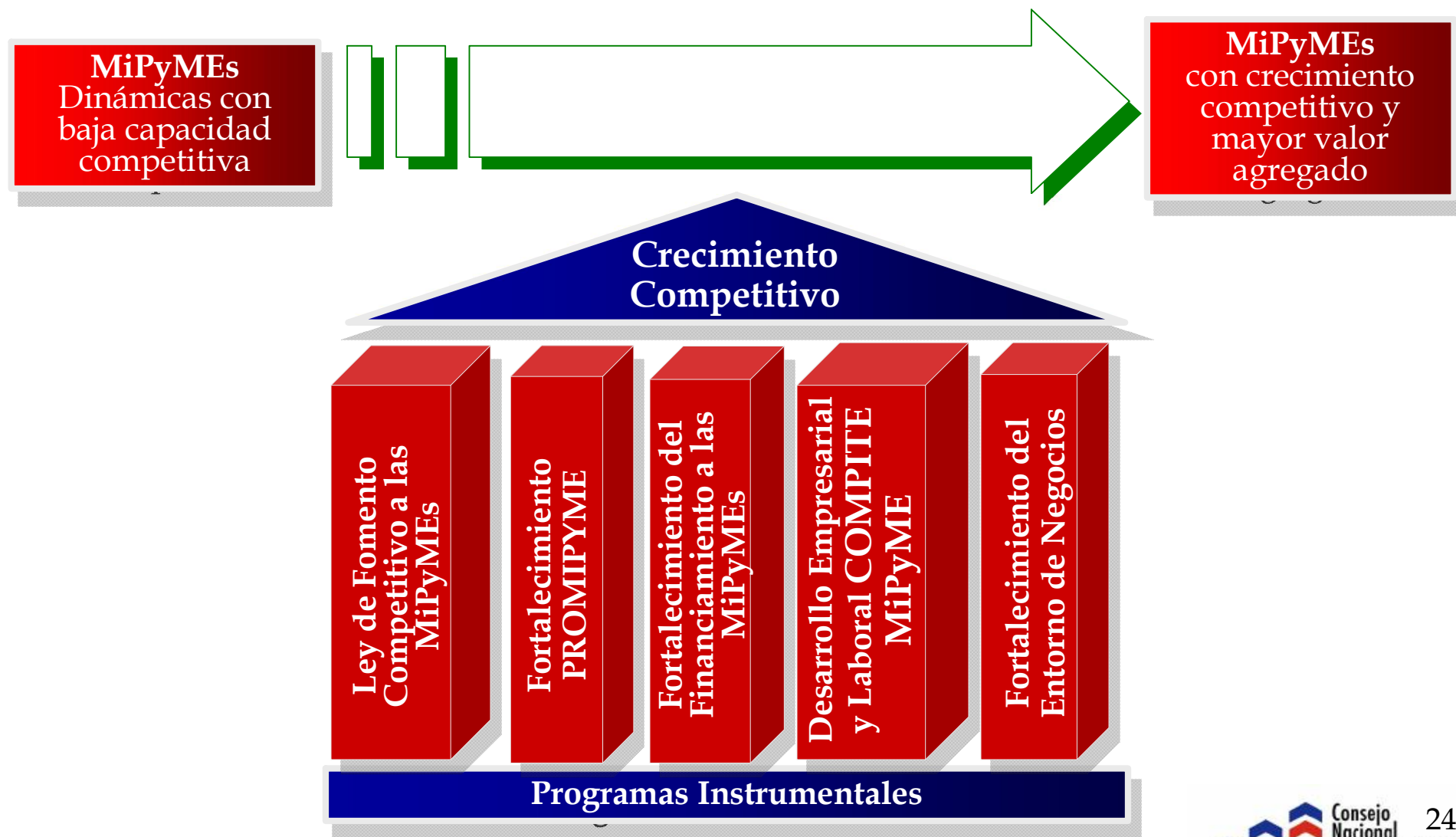
(Estrategias De Supervivencia De Compañías Locales)



Source: "Competing with Giants: Survival Strategies for Local Companies in Emerging Markets" by Niraj Dawar and Tony Frost, Harvard Business Review, March – April 1999.

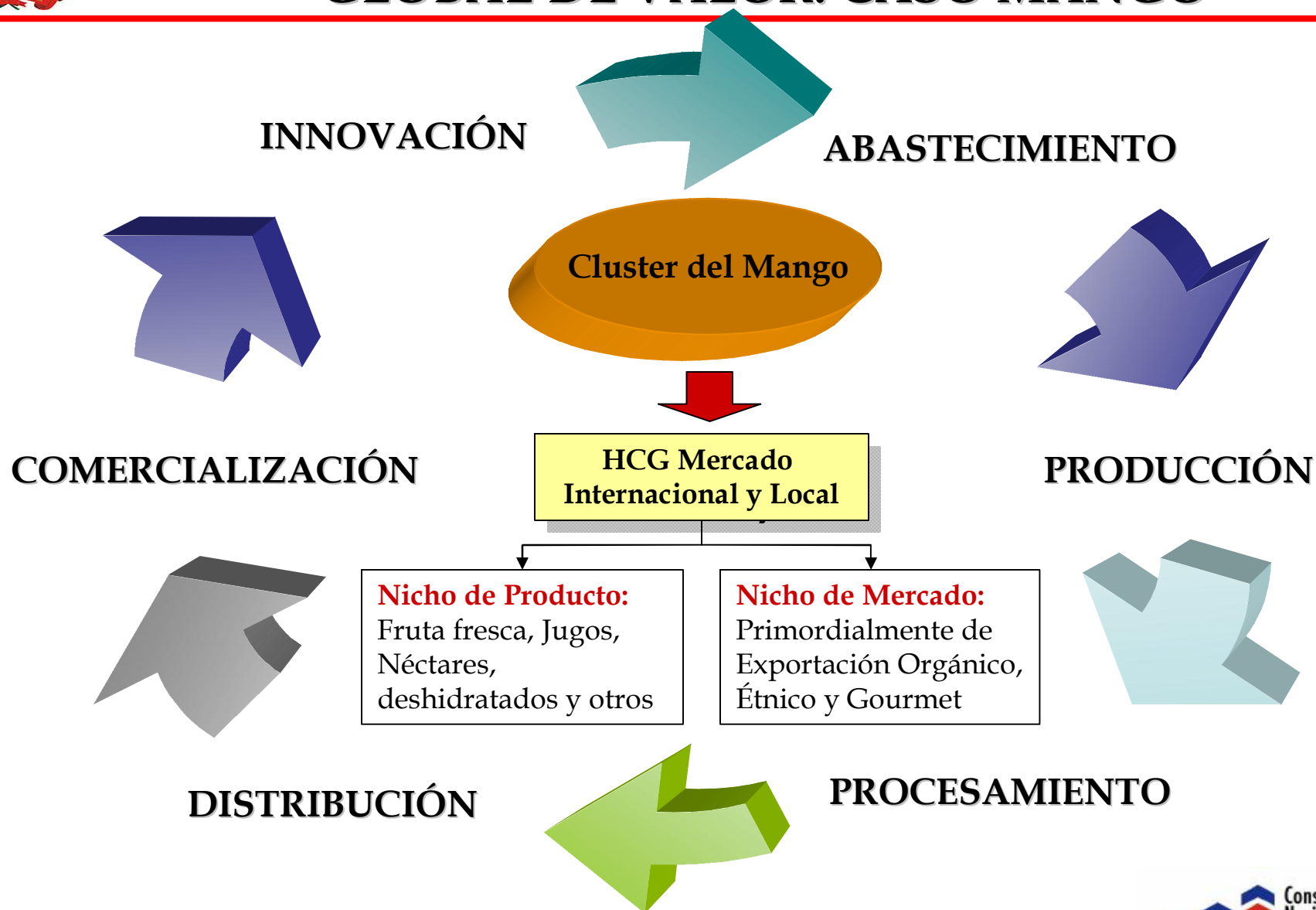


ESTRATEGIA INTEGRAL DE FOMENTO COMPETITIVO A LAS MIPYMES





MODELO DE COMPETITIVIDAD EN LA CADENA GLOBAL DE VALOR: CASO MANGO





MERCADOS POTENCIALES DEL MANGO DOMINICANO



UNIÓN EUROPEA



ESTADOS UNIDOS



MERCADO EUROPEO

OPORTUNIDADES

- Oportunidad para diferenciar los productos del PROMANGO y mejorar las ventas de en el mercado europeo.
- Una demanda creciente y fuerte para el mango.
- Apoyo de programas para establecer estándares para el uso de plaguicidas en la RD.

AMENAZAS

- Gran cantidad de competidores con experiencia a nivel mundial.
- Incremento en los costos de transporte.
- Estándares exigentes de calidad y condición de la fruta.



MERCADO ESTADOUNIDENSE

OPORTUNIDADES

- Una demanda creciente para fruta fresca convencional y orgánica.
- Inversión por el Comité Nacional de la cual el Clúster de Mango beneficiará sin costo

AMENAZAS

- Grandes exportadores con oferta por volumen de bajo costo.
- Requisitos y regulaciones fitosanitarios estrictos que requieren integración de los Sectores Privado y Público
- Política agresiva de mantener precios al por menor bajos.



OBJETIVOS ESTRATÉGICOS CLUSTER DEL MANGO

POSICIONAMIENTO

Colocar los productos de PROMANGO en el rango superior del 20% de precios de los mercados al por mayor en Europa y los Estados Unidos en los segmentos nichos del mercado: étnicos, orgánicos, y gourmet para el año 2010.



PARTICIPACIÓN

Lograr establecer liderazgo en los segmentos étnicos, orgánicos, y gourmet del mercado por incrementos anuales de 10% de la cuota de participación en el rango superior de precios para el año 2015.



METAS ESTRATÉGICAS DEL CLUSTER DEL MANGO



Desarrollar la imagen de alta calidad del mango dominicano en los mercados internacionales

Desarrollar la oferta de un mango de alta calidad

Enfocar en la comercialización a los segmentos nichos de alto valor del mercado de mango en Europa y Los Estados Unidos



El Nuevo Camino:

Nuevo Paradigma

de la República Dominicana ante la
apertura a la globalización con

CRECIMIENTO COMPETITIVO Y SUSTENTABLE
con
DESARROLLO HUMANO INTEGRAL



Muchas Gracias!!!!