

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Guía de Mercado Multisectorial
República Dominicana



I. Contenido

| | |
|---|----|
| I. Resumen Ejecutivo | 3 |
| II. Información General..... | 4 |
| III. Situación Económica y de Coyuntura | 4 |
| 3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas | 4 |
| 3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos..... | 5 |
| 3.3 Nivel de Competitividad..... | 6 |
| IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios..... | 7 |
| 4.1 Intercambio Comercial de bienes República Dominicana – Mundo..... | 7 |
| 4.1 Intercambio Comercial Perú – República Dominicana | 7 |
| V. Acceso al Mercado..... | 9 |
| 5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias | 9 |
| VI. Oportunidades Comerciales | 11 |
| 6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales | 11 |
| 6.2. Productos con Potencial Exportador..... | 11 |
| VII. Tendencias del Consumidor | 15 |
| VIII. Cultura de Negocios..... | 16 |
| IX. Links de interés..... | 17 |
| X. Eventos Comerciales..... | 17 |
| XI. Bibliografía..... | 17 |

I. Resumen Ejecutivo

La República Dominicana se encuentra ubicada en las Antillas Mayores, en la Región Caribe del continente americano. Tanto por superficie (48 670 kilómetros cuadrados) como por población (10,6 millones de habitantes) es el segundo mayor país del Caribe, únicamente siendo superado por Cuba. Santo Domingo, actual capital del país y primer asentamiento europeo en América, es la ciudad más poblada con casi 3 millones de habitantes

El país cuenta con la novena (9°) economía más importante de Latinoamérica y la mayor del Caribe y Centroamérica con un PBI superior a los US\$ 71,5 mil millones en 2016. Asimismo, ha experimentado uno de los más rápidos crecimientos de la región en las últimas dos décadas con expansiones superiores al 7% en 2014 y 2015.

En materia de comercio exterior, las importaciones dominicanas han mostrado un aumento de 2% de manera interanual en 2016, lo cual ha sido consecuencia básicamente de la mayor demanda de automóviles, medicamentos y artículos de plástico. Aunque Estados Unidos es el principal proveedor de este mercado con una participación superior al 40%, los países latinoamericanos significan casi un cuarto de las compras dominicanas al exterior. Es importante mencionar que Perú es el vigésimo cuarto (24°) principal suplidor mundial de República Dominicana y el noveno (9°) a nivel de América Latina.

Pese a que los envíos de la mayoría de principales productos no tradicionales experimentaron importantes contracciones en 2016, otros mostraron un fuerte dinamismo entre los que se encuentran los libros, folletos e impresos (+ US\$ 1,9 millones), la leche evaporada (+ US\$ 1,7 millones), las galletas saladas (+ US\$ 1,7 millones) y las bolsas plásticas (+ US\$ 1 millón).

Vale indicar que 248 empresas peruanas enviaron productos no tradicionales a República Dominicana en 2016, 19 exportadoras más que en 2015; de similar modo, fueron 562 las subpartidas con valor agregado que se exportaron, 27 más que el año anterior.

II. Información General



La República Dominicana ocupa poco más de dos tercios orientales de La Española, en el archipiélago de las Antillas Mayores en la región Caribe. Comparte la isla al oeste con la República de Haití y limita al norte con el Océano Atlántico, al sur con el Mar Caribe y al este con el Canal de la Mona.

Tanto por superficie (48 670 kilómetros cuadrados) como por población (10,6 millones de habitantes) es el segundo mayor país del Caribe, únicamente siendo superado por Cuba. Santo Domingo, actual capital del país y primer asentamiento europeo en América, es la ciudad más poblada con casi 3 millones de habitantes, seguida por Santiago de los Caballeros (553 mil), La Vega (211 mil), San Cristóbal (209 mil) y San Pedro de Macorís (206 mil).

El país cuenta con la novena (9°) economía más importante de Latinoamérica y la mayor del Caribe y Centroamérica con un PBI superior a los US\$ 71,5 mil millones en 2016. Aunque usualmente se relaciona al país con la industria azucarera, en los últimos años los servicios han comenzado a ganar terreno. Sin embargo, el desempleo, la corrupción y la cobertura eléctrica continúan siendo problemas latentes.

El desarrollo económico dominicano se evidencia en su avanzado sistema de telecomunicaciones, así como en la inmigración proveniente de Haití y Venezuela, principalmente. Además, a nivel turístico, es el país más visitado del Caribe.

III. Situación Económica y de Coyuntura

3.1 Análisis de las Principales Variables Macroeconómicas

Cuadro N°1

| Indicadores Económicos | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | 2017* |
|-------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Crecimiento del PBI (%) | 4,8 | 7,3 | 7,0 | 5,9 | 4,5 |
| PBI per cápita (US\$) | 6 264 | 6 481 | 6 733 | 7 083 | 7 394 |
| Tasa de inflación (%) | 4,8 | 3,0 | 0,8 | 2,3 | 4,0 |
| Tasa de desempleo (%) | 7,0 | 6,4 | 5,9 | 5,2 | 5,3 |

Fuente: FMI / (*) Proyectado Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

a. Producto Bruto Interno total

La República Dominicana ha sido una de las economías de más rápido crecimiento en la región en las últimas dos décadas. Sin embargo, después de expansiones superiores al 7% en 2014 y 2015, en el último año se ha podido observar una deceleración del crecimiento al registrar una tasa de 5,9% como consecuencia de la escasez de electricidad y la menor producción minera. En tanto, es importante mencionar que las condiciones favorables del crédito continúan impulsando el consumo local, mientras que la actividad turística y las remesas registraron buenos desempeños.

La economía dominicana se encuentra relativamente diversificada aunque continúa estrechamente ligada a los Estados Unidos debido al grueso de las inversiones de capitales norteamericanos, el fuerte flujo de remesas provenientes de la diáspora dominicana y los ingresos por turismo.

En 2017, se espera que la economía dominicana continúe desacelerándose aunque con una sólida tasa de crecimiento de 4,5%, la cual será sustentada por las mayores ganancias del consumo privado y el dinamismo de sus exportaciones. Por otro lado, el posible incremento de los precios de los combustibles, así como un programa moderado de consolidación fiscal pueden impactar negativamente. Vale indicar que la República Dominicana es el país favorito de los inversores extranjeros en la región Caribe.

b. Nivel de empleo

El nivel de desempleo fue de 5,2% en 2016 y ha mantenido una tendencia a la baja en los últimos cuatro años. Sin embargo, el subempleo es un problema grave. Asimismo, en el sector informal – que emplea al 50% de la población – gran parte de los puestos de trabajo son poco calificados mientras que las industrias tienen bajos niveles de productividad.

c. Inflación

La inflación ascendió a 2,3% en 2016 y, de acuerdo a las estimaciones del FMI, alcanzará 4,0% en 2017. Es importante mencionar que el rango objetivo del Banco Central es de 4,1%.

d. Tipo de cambio

La divisa oficial de República Dominicana es el peso dominicano (DOP). A continuación se muestra el tipo de cambio en relación al peso dominicano (DOP) y soles peruanos (PEN).

| | | | |
|----------------------|---|-----------------------|--|
| 1,00 USD | = | 47,0251 DOP | |
| Dólar Estadounidense | | Peso Dominicano | |
| 1 USD = 47,0251 DOP | ↔ | 1 DOP = 0,0212653 USD | |
| 1,00 PEN | = | 14,4856 DOP | |
| Sol Peruano | | Peso Dominicano | |
| 1 PEN = 14,4856 DOP | ↔ | 1 DOP = 0,0690339 PEN | |

Fuente: XE.com Elaboración: INTELIGENCIA DE MERCADOS – PROMPERU

3.2 Evolución de los Principales Sectores Económicos¹

La agricultura emplea al 14 % de la fuerza laboral dominicana y representa apenas el 5% del PBI, enfocándose tanto en el mercado local como en el de exportación. Alrededor del 30% del territorio de la isla se encuentra apto para la producción de cultivos y cuenta con grandes plantaciones, siendo las más representativas el arroz, la caña de azúcar, el banano, el café, el cacao y el tabaco. Sin embargo, en 2016 el sector experimentó una contracción como consecuencia de los problemas de sequía del año anterior.

El sector manufacturas tiene una participación de 33% en la economía y significa el 21% de la población económicamente activa. La República Dominicana es uno de los principales centros de maquila de prendas de vestir en la región por lo cual depende principalmente de la demanda estadounidense para la exportación de esta clase de productos. Empero,

¹ Euromonitor International: República Dominicana – Country Profile 2017 / CIA Worldfactbook
Inteligencia de Mercados

actualmente las principales empresas del sector se encuentran preocupados por la fuerte competencia de confecciones de bajo costo provenientes de Asia. Por otro lado, el sector construcción creció a un ritmo de dos dígitos en 2016.

Finalmente, el sector servicios sustenta el 62% del PBI nacional y genera puestos de trabajo para el 65% de la población. En el sector financiero, el Gobierno ha puesto en marcha una serie de nuevas políticas y regulaciones para evitar posibles quiebras bancarias como las ocurridas en 2003, las cuales hasta el momento han dado resultado con una banca sólida y capitalizada adecuadamente. En tanto, la industria turística del país normalmente recibe más de 4 millones de habitantes al año por lo que es el destino más visitado del Caribe, el valor real de los ingresos por este concepto aumentó en 4,8% en 2016.

3.3 Nivel de Competitividad

A continuación se presenta la clasificación global de los datos de *Doing Business*, que mide la “Facilidad de hacer negocios” (entre 189 economías) y la clasificación por cada tema, tanto para el Perú, República Dominicana y para otros países similares.

Cuadro N°2: Ranking de Facilidad para Hacer Negocios 2017

| Criterios | Rep. Dominicana | Perú | México | Colombia | Jamaica | Chile | Panamá |
|------------------------------------|-----------------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Facilidad de hacer negocios | 103 | 54 | 47 | 53 | 67 | 57 | 70 |
| Apertura de un negocio | 115 | 103 | 93 | 61 | 12 | 59 | 43 |
| Manejo permiso de construcción | 45 | 51 | 83 | 34 | 75 | 26 | 73 |
| Acceso a electricidad | 148 | 62 | 98 | 74 | 101 | 64 | 23 |
| Registro de propiedades | 82 | 37 | 101 | 53 | 123 | 58 | 84 |
| Obtención de crédito | 101 | 16 | 5 | 2 | 16 | 82 | 20 |
| Protección de los inversores | 87 | 53 | 53 | 13 | 63 | 32 | 70 |
| Pago de impuestos | 129 | 105 | 114 | 139 | 116 | 120 | 170 |
| Comercio transfronterizo | 58 | 86 | 61 | 121 | 131 | 65 | 53 |
| Cumplimiento de contratos | 131 | 63 | 40 | 174 | 117 | 56 | 145 |
| Insolvencia | 160 | 79 | 30 | 33 | 38 | 55 | 133 |

Fuente: Doing Business 2017

Elaboración: Inteligencia de Mercados – Promperú

El Perú se encuentra en la posición 54° en el ranking global con respecto a la facilidad de hacer negocios, mientras que República Dominicana se encuentra en la posición 103°. Pese a ello, las autoridades del país están trabajando para atraer inversión extranjera especialmente en industrias de alta tecnología como la electrónica y la producción de equipo médico y quirúrgico. El nuevo régimen de liberalización de inversiones ha propiciado el crecimiento de las ciudades circundantes a las zonas de libre comercio ubicadas a lo largo de la costa. Asimismo, el Gobierno ha reducido el número de documentos

requeridos para la exportación e importación y ha fortalecido la protección de inversionistas minoritarios mediante la introducción de mayores derechos de los accionistas.

Por otra parte, el país ha implementado una serie de reformas tributarias con el fin de simplificar los impuestos especiales y prevenir la evasión de impuestos. Sin embargo, la burocracia y corrupción continúan siendo importantes inconvenientes que frenan el desarrollo del sector privado.

IV. Comercio Exterior de Bienes y Servicios

4.1 Intercambio Comercial de bienes República Dominicana – Mundo

Cuadro N°3: Intercambio Comercial de bienes República Dominicana– Mundo
Millones de US\$

| Información Comercial de República Dominicana | | | | | | | |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|-----------------------|------------|
| Indicadores | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Var. % Prom. 16/12 | Var% 16/15 |
| Exportaciones | 8 935 | 9 425 | 9 920 | 9 523 | 10 069 | 3,0 | 5,7 |
| Importaciones | 14 775 | 13 690 | 13 838 | 16 863 | 17 205 | 3,9 | 2,0 |
| Balanza comercial | -5 840 | -4 265 | -3 919 | -7 340 | -7 136 | - | - |
| Intercambio comercial | 23 710 | 23 115 | 23 758 | 26 387 | 27 274 | 3,6 | 3,4 |

Fuente: Euromonitor International Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

La importancia de las exportaciones dominicanas ha disminuido desde hace varios años, hasta representar 14% del PBI en 2016. Asimismo, aumentaron en 5,7% con respecto al año anterior y se espera que se dinamicen a una tasa de 15,8% en 2017. El principal mercado de destino es Estados Unidos que representa el 42% de los envíos dominicanos al exterior. En tanto, entre los principales productos destacan alimentos que tienen una participación de 15% sobre las ventas, seguido por las prendas de vestir (14%).

Por su parte, las importaciones también mostraron un aumento de 2% de manera interanual en 2016, lo cual ha sido consecuencia básicamente de la mayor demanda de automóviles, medicamentos y artículos de plástico. Aunque Estados Unidos es el principal proveedor de este mercado con una participación superior al 40%, los países latinoamericanos significan casi un cuarto de las compras dominicanas al exterior. Es importante mencionar que Perú es el vigésimo cuarto (24°) principal suplidor mundial de República Dominicana y el noveno (9°) a nivel de América Latina por encima, entre otros, de El Salvador, Panamá, Ecuador y Chile.

4.1 Intercambio Comercial Perú – República Dominicana

Cuadro N°4: Intercambio Comercial Perú – República Dominicana
Millones de US\$

| Indicadores | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Var. % 16/15 | Var. % Prom. 16/11 |
|---------------|------|------|------|------|------|-----------------|-----------------------|
| Exportaciones | 68 | 74 | 86 | 102 | 84 | -17,6 | 5,3 |
| Importaciones | 25 | 25 | 11 | 10 | 12 | 19,7 | -16,6 |

| | | | | | | | |
|-----------------------|----|----|----|-----|----|-------|-----|
| Balanza Comercial | 43 | 49 | 75 | 91 | 71 | N/A | N/A |
| Intercambio Comercial | 93 | 99 | 97 | 112 | 96 | -14,2 | 0,7 |

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Aunque en el último año las exportaciones peruanas a República Dominicana decrecieron en 17,6% con respecto a 2015 como consecuencia básicamente de los menores envíos de cobre (- US\$ 10 millones) y productos químicos (- US\$ 5 millones), en los últimos cinco años la tendencia ha sido positiva al registrar una tasa media anual de 5,3%.

En cuanto a las importaciones desde República Dominicana, estas se aumentaron notablemente en 19,7% en 2016 de manera interanual. Los principales productos que experimentaron comportamientos positivos en su demanda fueron los medicamentos para uso humano (+US\$ 725 mil), residuos de cartón corrugado (+US\$ 452 mil) y leche de coco (US\$ 416 mil).

Cuadro N°5

| Exportaciones por Sectores Económicos (US\$ Millones) | | | |
|--|------------|-----------|--------------|
| SECTOR | 2015 | 2016 | Var.% 16/15 |
| TRADICIONAL | 21 | 9 | -59,6 |
| <i>Minero</i> | 11 | 0 | -96,2 |
| Zinc | 1 | 0 | -51,7 |
| Cobre | 10 | - | - |
| <i>Petróleo Y Gas Natural</i> | 6 | 6 | 6,1 |
| Petróleo, Derivados | 6 | 6 | 6,1 |
| <i>Agrícolas</i> | 5 | 2 | -49,4 |
| Café | 5 | 2 | -48,9 |
| Lana | 0 | - | - |
| NO TRADICIONAL | 80 | 75 | -6,4 |
| Minería No Metálica | 23 | 19 | -17,7 |
| Químico | 21 | 18 | -14,4 |
| Agropecuario | 11 | 16 | 37,2 |
| Maderas & Papeles | 11 | 11 | -4,4 |
| Textil | 4 | 4 | 12,7 |
| Pesquero | 3 | 3 | -13,3 |
| Metal - Mecánica | 3 | 3 | -18,2 |
| Sidero - Metalúrgico | 3 | 1 | -42,5 |
| Varios (Inc. Joyería & Artesanía) | 1 | 1 | -27,4 |
| Pieles & Cueros | 0 | 0 | 11,1 |
| TOTAL GENERAL | 102 | 84 | -17,6 |

Fuente: SUNAT Elaboración: Inteligencia de mercados - PROMPERU

Las exportaciones no tradicionales tuvieron una participación de 90% sobre los envíos totales a República Dominicana en 2016 y mostraron un descenso interanual de 6,4% como consecuencia de la menor demanda de productos de minería no metálica (-17,7%) y del sector químico (- 14,4%), principalmente.

Sin embargo, los envíos del sector Agropecuario, que cuentan con una representatividad de 25% sobre las ventas totales de valor agregado, se incrementaron notablemente en 37,2% como consecuencia del buen desempeño de productos clave como la leche evaporada (US\$ 9 millones en 2016 / + 22,4% de variación interanual), galletas saladas (US\$ 2 millones / +US\$ 1,7 millones) y galletas dulces (US\$ 1 millón / + 97,9%), además de las primeras ventas de conservas de frijol de palo en leche de coco (US\$ 3 millones en 2016). En tanto, otra categoría que se mostró dinámica al cierre de 2016 fue Textil & Confecciones (US\$ 4 millones / +12,7%) como consecuencia de la mayor demanda de tejidos de punto de algodón, principalmente.

Cuadro N° 6

| (US\$ Millones) | | | | | | | | | |
|-----------------|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|--------------------------|-----------------|--------------------|
| Partida | Descripción | 2012 | 2013 | 2014 | 2015 | 2016 | Var. % Prom. 16/12 | Var. % 16/15 | % Part. 2015 |
| 7010902000 | Bombonas, botellas y frascos de vidrio | 0 | 11 | 18 | 17 | 16 | 593,3 | -10,0 | 21% |
| 0402911000 | Leche evaporada | 3 | 3 | 5 | 8 | 9 | 32,7 | 22,4 | 12% |
| 4407990000 | Maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente | 6 | 8 | 8 | 8 | 6 | -0,3 | -22,8 | 8% |
| 4901999000 | Libros, folletos e impresos publicitarios | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 8,1 | 123,5 | 4% |
| 2005590000 | Frijoles en conserva | - | - | - | - | 3 | - | - | 4% |
| 3920100000 | Envolturas flexibles | 1 | 1 | 2 | 2 | 2 | 8,2 | -5,6 | 3% |
| 1905901000 | Galletas saladas | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 184,6 | 7758,0 | 2% |
| 3920209000 | Películas de polipropileno biorientado | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | -18,7 | -58,5 | 2% |
| 3923509000 | Envolturas flexibles / Bolsas plásticas | 4 | 3 | 4 | 4 | 1 | -26,0 | -68,8 | 2% |
| 1905310000 | Galletas dulces | 0 | 0 | 0 | 1 | 1 | 42,8 | 97,9 | 2% |
| | Resto | 40 | 34 | 35 | 35 | 30 | -6,6 | -14,5 | 40% |
| TOTAL | | 61 | 66 | 78 | 80 | 75 | 5,3 | -6,4 | 100% |

Fuente: SUNAT

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Pese a que los envíos de la mayoría de principales productos no tradicionales experimentaron importantes contracciones en 2016, otros mostraron un fuerte dinamismo entre los que se encuentran los libros, folletos e impresos (+ US\$ 1,9 millones), la leche evaporada (+ US\$ 1,7 millones), las galletas saladas (+ US\$ 1,7 millones) y las bolsas plásticas (+ US\$ 1 millón).

Vale indicar que 248 empresas peruanas enviaron productos no tradicionales a República Dominicana en 2016, 19 exportadoras más que en 2015; de similar modo, fueron 562 las subpartidas con valor agregado que se exportaron, 27 más que el año anterior.

V. Acceso al Mercado

5.1. Medidas Arancelarias y No Arancelarias

Medidas Arancelarias²

De acuerdo a la OMC, el proceso de liberalización comercial de República Dominicana comenzó en la década de los noventa con la reforma arancelaria y con la subsiguiente entrada en vigencia del Código Arancelario del año 2001. Como consecuencia de ello, se adoptó una normativa más transparente y se redujo la dispersión arancelaria aunque posteriormente se introdujeron nuevas restricciones a la importación de algunos productos agropecuarios, los cuales mantienen cuotas de importación bajo licencias; entre los que se encuentran ajos, arroz, azúcar, carne de pollo, cebollas, frijoles y maíz. Vale mencionar que dentro de las cuotas las tasas arancelarias se sitúan entre 20% y 25%, mientras que fuera de ellas oscilan entre 56% y 99%.

Por otro lado, a nivel general se puede afirmar que el país caribeño mantiene una política arancelaria bastante liberal con un arancel NMF promedio de 7,3%, aunque existen picos importantes en rubros determinados. Los aranceles dominicanos aplicados a la importación tienen cinco escalones (0%, 3%, 8%, 14% y 20%), los cuales se aplican sobre el valor CIF de las mercancías, salvo que la administración aduanera decida fijar otro precio distinto, usualmente superior.

Cuadro N° 7

| RK | Partida | Descripción | Posición de Perú como proveedor | Principales competidores (% Part.) | Arancel NMF | Preferencia Arancelaria |
|----|---------|--|---------------------------------|--|-------------|-------------------------|
| 1 | 701090 | Bombonas, botellas, frascos y demás envases de vidrio | 1° | Guatemala - 14% Colombia - 12% C. Rica - 10% | 14% | - |
| 2 | 040291 | Leche y nata concentrada, sin azúcar | 1° | C. Rica - 1% Lituania - 1% Irlanda - 1% | 20% | - |
| 3 | 440799 | Maderas aserradas o desbastadas longitudinalmente | 2° | Brasil - 37% Gabón - 10% Camerún - 8% | 0% | - |
| 4 | 490199 | Libros, folletos e impresos publicitarios | 5° | EE.UU. - 35% España - 18% Panamá - 12% | 0% | - |
| 5 | 200559 | Vegetales y mezcla de vegetales en conserva Incluye: Frijoles en conserva | 4° | EE.UU. - 66% México - 8% España - 7% | 20% | - |
| 6 | 392010 | Placas, láminas, hojas y tiras de polímeros no celulares de etileno | 4° | EE.UU. - 76% Francia - 3% Colombia - 3% | 14% | - |
| 7 | 190590 | Productos de panadería, pastelería o galletería | - | EE.UU. - 35% Nicaragua - 27% | 20% | - |

² Examen de políticas comerciales Unión Europea. OMC
Inteligencia de Mercados

| | | | | | | |
|----|--------|---|-----|-----------------|------|---|
| 8 | 392020 | Placas, láminas, hojas y tiras de polímeros no celulares de propileno | 5° | Honduras - 11% | 7% | - |
| | | | | EE.UU. - 30% | | |
| 9 | 392350 | Tapones, tapas y cierres de plástico | 1° | Dinamarca - 17% | 8,3% | - |
| | | | | EAU - 17% | | |
| 10 | 190531 | Galletas dulces | 11° | México - 16% | 20% | - |
| | | | | EE.UU. - 16% | | |
| | | | | C. Rica - 15% | | |
| | | | | México - 28% | | |
| | | | | Guatemala - 20% | | |
| | | | | Nicaragua - 9% | | |

Fuente: SUNAT / Trademap

Elaboración: Inteligencia de mercados – PROMPERU

Medidas No Arancelarias

Muchos productos importados son sometidos a control sanitario / fitosanitario y a controles de calidad en República Dominicana. Esta lista es bastante larga y diversa por lo cual se recomienda verificar en la web page del Ministerio de Industria y Comercio y sus organismos adscritos: [Instituto Dominicano para la Calidad - INDOCAL](#) y la [Oficina Nacional de la Propiedad Industrial - ONAPI](#). En tanto, es conveniente que los exportadores de alimentos interesados en este mercado se familiaricen con la reglamentación en la página del [Comité Nacional para la Aplicación de Medidas Sanitarias y Fitosanitarias - CNMSF](#) y en la web de la [Dirección General de Aduanas - DGA](#) para la obtención de información a detalle con respecto al régimen de importación del producto o servicio.

Asimismo, el ingreso al país de ciertos bienes destacados, como protección de plantas y productos veterinarios, semillas, frutas, especias, plantas vivas, abonos y plaguicidas, carnes y derivados, pescados y crustáceos, animales vivos, lácteos, algunos medicamentos y químicos, demanda un permiso y, en algunos casos, registro previo del producto.

En lo que corresponde a homologaciones, registros y certificaciones el principal problema no radica en su obtención sino en los dilatados plazos del procedimiento que pueden tardar años. A su vez, de acuerdo a decisiones ministeriales, se exige que los productos alimenticios cumplan con la aprobación y homologación del Ministerio de Salud desde enero de 2017; además de contar con etiquetado previo acorde a la [NORDOM 53](#), en idioma castellano y colocando el origen

VI. Oportunidades Comerciales

6.1. Preferencias Obtenidas en Acuerdos Comerciales

República Dominicana únicamente cuenta con preferencias arancelarias con Estados Unidos, Unión Europea, Panamá, Centroamérica (Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras y Nicaragua) y la Comunidad del Caribe – CARICOM, por lo cual todos los países sudamericanos, incluido Perú, ingresan sus productos con tasas NMF.

6.2. Productos con Potencial Exportador

De acuerdo a la metodología utilizada por el departamento de inteligencia de mercados de PROMPERU, se identificaron los productos potenciales exportables, por sector, al mercado de República Dominicana. Esta metodología requiere el cálculo de la tasa de crecimiento y la participación promedio estandarizadas de las importaciones de República

Dominicana (del periodo comprendido en los últimos 5 años). De este modo, si ambas variables, tanto la tasa de crecimiento como la participación, son positivas el producto se clasifica como producto estrella; si el crecimiento es positivo y la participación negativa, el producto se clasifica como prometedor. De otra parte, si el crecimiento es negativo y la participación es positiva el producto se clasifica como consolidado, y en el caso en que ambos valores son negativos el producto se considera como estancado.

Cuadro N° 8

| Sector Agropecuario | | | | | |
|---------------------|---|---------------|--|-----------------|---|
| Partida | Descripción | Clasificación | Importaciones 2015 (Millones US\$) | Arancel Perú | Participación Competidores |
| 200989 | Jugos de frutas o verduras Incluye: Jugo de maracuyá / mango | Estrella | 17 | 20% | Honduras - 66% EE.UU. - 12% Colombia - 5% |
| 180690 | Chocolate y demás preparaciones que contengan cacao | Prometedor | 11 | 20% | EE.UU. - 41% Colombia - 13% Guatemala - 10% |
| 220820 | Aguardiente de orujo de uva Incluye: Pisco | Prometedor | 6 | 18% | Francia - 61% Panamá - 26% España - 7% |
| 200799 | Confituras, jaleas, mermeladas y purés de frutas | Prometedor | 4 | 0% | EE.UU. - 45% España - 8% México - 7% |

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

República Dominicana es el primer importador de frutas y hortalizas del Caribe y el décimo de América Latina con compras valorizadas en US\$ 126 millones. Asimismo, la demanda de esta clase de productos viene aumentado notablemente a la par del crecimiento del poder adquisitivo de los consumidores y la mejora de la cadena de frío, lo cual se evidencia en que las importaciones hortofrutícolas se han incrementado en más de US\$ 30 millones en tan solo cuatro años (2011 – 2015). Entre las frutas y hortalizas foráneas preferidas por los dominicanos se encuentran frijoles secos, uvas, manzanas, ajos y cebollas frescas.

En tanto, la demanda de productos procesados también viene mostrando un comportamiento positivo impulsado principalmente por el mayor ingreso de turistas al país. Las frutas cortadas – empacadas listas para su consumo, así como derivados como jugos, purés, pastas y mermeladas, muestran interesantes perspectivas y se espera que sus ventas crezcan en valor entre 8% y 10% durante el periodo 2016 – 2020.

Cuadro N° 9

| Sector Pesca & Acuicultura | | | | | |
|----------------------------|-------------|---------------|-----------------------|-----------------|-------------------------------|
| Partida | Descripción | Clasificación | Importaciones 2015 | Arancel Perú | Participación Competidores |

| | | | (Millones US\$) | | |
|--------|---|------------|-----------------|-----|--|
| 160413 | Preparaciones y conservas de sardinas enteras o en trozos | Estrella | 31 | 0% | China - 42% Tailandia - 21% Canadá - 12% |
| 030489 | Filetes de pescados congelados Incluye: Filetes de mahi mahi | Prometedor | 2 | 20% | Vietnam - 43% China - 36% Chile - 13% |
| 030431 | Filetes de tilapia frescos o refrigerados | Prometedor | 2 | 20% | EE.UU. - 23% Vietnam - 22% China - 22% |
| 030617 | Camarones y langostinos congelados | Prometedor | 1 | 20% | Ecuador - 44% India - 40% EE.UU. - 8% |

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

República Dominicana es el primer importador de productos pesqueros de consumo humano directo en El Caribe y el séptimo de América Latina con compras valorizadas en más de US\$ 154 millones, lo cual lo ubica por encima de plazas interesantes como Costa Rica, Jamaica, Ecuador y Panamá. Si bien, históricamente, los productos del exterior con mayor demanda han sido el bacalao seco, así como las conservas y preparaciones de pequeños pelágicos como las sardinas o los arenques; en los últimos años han aumentado las importaciones de especies relativamente nuevas en este mercado como el mahi mahi, la perca del Nilo, panga y salmones del Pacífico, así como de sepias, calamares, pulpos y langostinos *paneus vanammei*, como consecuencia del fuerte desarrollo de la industria turística.

En cuanto al mercado interno, se espera que las ventas de productos pesqueros procesados se expandan en 9,1% en valor para el periodo 2016 – 2021. El incremento del consumo de conservas de pescados sustentará este comportamiento, siendo las marcas más populares aquellas enfocadas en el segmento de precio medio como Brunswick (atún & sardina) y Roland Tuna (atún). Sin embargo, el segmento de precio bajo representa alrededor de un tercio de la categoría y es liderado por marcas como Ocean Taste (sardinas) y Paco Fish (sardinas).

Cuadro N° 10

| Sector Industrias de la Vestimenta | | | | | |
|------------------------------------|--|---------------|------------------------------------|--------------|---|
| Partida | Descripción | Clasificación | Importaciones 2015 (Millones US\$) | Arancel Perú | Participación Competidores |
| 620342 | Pantalones largos y shorts de algodón para hombres | Estrella | 55 | 20% | Haití - 53% China - 8% EE.UU.- 1% |

| | | | | | |
|--------|---|------------|---|-----|--|
| 620462 | Pantalones largos y shorts de algodón para mujeres | Estrella | 9 | 20% | China - 70% Bangladesh - 6% Turquía - 5% |
| 620640 | Camisas, blusas camiseras, de fibras sintéticas o artificiales para mujeres | Prometedor | 5 | 20% | China - 60% Marruecos - 10% Turquía - 9% |
| 610442 | Vestidos, de punto, de algodón para mujeres o niñas | Prometedor | 4 | 20% | China - 73% EE.UU. - 16% España - 3% |
| 620442 | Vestidos de algodón para mujeres o niñas | Prometedor | 4 | 20% | China - 74% EE.UU. - 14% España - 2% |
| 610510 | Camisas, de punto, de algodón para hombres o niños | Prometedor | 3 | 20% | China - 59% Bangladesh - 7% Vietnam - 6% |

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Aunque sus importaciones de confecciones (Capítulos 61 & 62) apenas superan los US\$ 265 millones, República Dominicana es uno de los mercados más dinámicos en América Latina para esta clase de productos si se tiene en cuenta que ha expandido sus compras del exterior en más de US\$ 30 millones en los últimos cinco años. Es importante mencionar que existen preferencias por las prendas de vestir de tejido plano que significan el 60% de sus importaciones, además que sus principales proveedores son China y Haití, con quien comparte la Isla La Española.

Los dominicanos están claramente influenciados en sus selecciones de la moda por las tendencias lanzadas y presentadas por los mejores diseñadores, como el famoso diseñador dominicano Oscar de la Renta. Celebrities dominicanas y actrices como Yamile Scheker, Lidia Ariza, Gianni Paulino y Mildred Quiroz también influyen en las opciones de moda. Además, la presencia creciente de las redes sociales ha hecho un impacto en el mundo de la moda. No obstante, las mujeres dominicanas tienen ciertos elementos que son esenciales para su guardarropa. Estos incluyen dos faldas negras y tres pares de pantalones (jeans, un par de trajes de noche y uno de los tipos clásicos). Además, el vestuario de la familia incluye tres camisas en colores neutros que pueden mezclarse con múltiples accesorios, junto con los bolsos que se pueden combinar con los pantalones o una falda.

Cuadro N° 11

| Sector Manufacturas Diversas | | | | | |
|------------------------------|---|---------------|---|-----------------|--|
| Partida | Descripción | Clasificación | Importaciones 2015 (Millones US\$) | Arancel Perú | Participación Competidores |
| 300490 | Medicamentos constituidos por productos mezclados Incluye: Medicamentos para uso veterinario | Estrella | 446 | 0,5% | EE.UU. - 28% Uruguay - 9% India - 9% |

| | | | | | |
|--------|---|----------|----|-----|---|
| 730890 | Construcciones y preconstrucciones de fundición de hierro o acero | Estrella | 84 | 17% | Italia - 43% EE.UU. - 20% España - 9% |
| 701090 | Bombonas, botellas, frascos y similares de vidrio | Estrella | 78 | 14% | Guatemala - 14% Colombia - 12% C.Rica - 10% |
| 690890 | Placas y baldosas cerámicas | Estrella | 77 | 20% | Brasil - 34% España - 31% China - 27% |
| 850710 | Acumuladores eléctricos de plomo | Estrella | 39 | 14% | EE.UU. - 43% México - 26% Colombia - 8% |
| 392330 | Bombonas, botellas, frascos y similares de plástico | Estrella | 37 | 10% | EE.UU. - 47% Colombia - 13% El Salvador - 11% |
| 392010 | Placas, láminas, hojas y tiras de polímeros no celulares de etileno | Estrella | 35 | 14% | EE.UU. - 76% Francia - 3% Colombia - 3% |
| 330499 | Preparaciones de belleza, maquillaje y cuidado de la piel | Estrella | 32 | 20% | EE.UU. - 52% Colombia - 9% México - 9% |
| 850440 | Convertidores estáticos | Estrella | 26 | 0% | China - 53% EE.UU. - 27% Alemania - 3% |
| 392410 | Vajilla y demás artículos del servicio de mesa, de plástico | Estrella | 19 | 20% | China - 36% EE.UU. - 20% Colombia - 11% |

Fuente: Trademap / Acuerdos Comerciales del Perú Elaboración: Inteligencia de Mercados - PROMPERÚ

Materiales y Acabados para la Construcción

La demanda de manufacturas del exterior en República Dominicana básicamente está definida por el desempeño de la construcción. En 2016, este sector económico mostró una expansión de 8,8% como consecuencia de la mayor inversión privada en proyectos residenciales, así como en nuevos complejos y hoteles en zonas turísticas, lo cual ha traído consigo oportunidades para productos metálicos básicos (varillas), pinturas, tubos de plástico, baldosas cerámicas, piezas de carpintería, entre otros.

VII. Tendencias del Consumidor

Debido al importante crecimiento que ha mostrado República Dominicana en la última década, la clase media del país ha mostrado una expansión sin precedentes a la par del incremento de los ingresos disponibles lo cual ha propiciado un boom a nivel minoristas reflejado en la mayor oferta de supermercados y centros comerciales. Estos canales se han caracterizado por ofrecer productos locales e importados de calidad, desde rubros como cosmética y cuidado personal hasta electrónica. Es importante mencionar que el grueso de dominicanos considera a los bienes importados como superiores, tanto en calidad como en beneficios, en relación a la producción nacional.

República Dominicana es una plaza en la cual el precio prevalece al momento de tomar una decisión de compra. Un claro ejemplo de ello es el hecho de que las marcas “low cost” tienen una participación del 60% en el consumo de las clases altas y 63% en el de las clases bajas, por lo cual se puede inferir que el tema de productos accesibles es propio de todos los estratos sociales.

Pese a ello, el éxito de los formatos modernos ha traído consigo un incremento en la variedad de alimentos disponibles para los hogares dominicanos, incluidos insumos extranjeros. Asimismo, una categoría relativamente nueva que ha adquirido importante notoriedad ha sido la correspondiente a alimentos ready to eat y precocidos sustentada en los menores tiempos disponibles para la cocina y la mayor participación de la mujer en el mundo laboral.

Finalmente, es importante mencionar que los consumidores dominicanos están muy influenciados por Estados Unidos, existe un claro traspaso de sus valores culturales hacia amplios sectores sociales dominicanos, tanto por la importancia en el comercio bilateral como por los más de 1,5 millones de dominicanos que residen en ese país.

VIII. Cultura de Negocios³

Pese a que son cálidos y hospitalarios, los dominicanos suelen ser conservadores y pegados a la tradición. Muestran un comportamiento formal y se comportan con una etiqueta adecuada para cada ocasión. Sin embargo, los empresarios jóvenes cuentan con un estilo que favorece las tendencias progresistas.

El país está movido por las relaciones interpersonales, donde es común ser introducido por un tercero. Las embajadas dominicanas, las firmas de abogados o cámaras de comercio pueden con frecuencia recomendar a una persona para cumplir con este requisito social. Es importante mencionar que la comunidad de negocios dominicana es relativamente pequeña.

Un aspecto importante es que los dominicanos juzgarán a su contraparte dependiendo del lugar donde se hospede por lo cual es importante que se elija un hotel de alguna cadena internacional de primera categoría. Además, se debe vestir de manera sobria pero con buen gusto.

Las citas de negocios son un requisito y frecuentemente pueden ser notificadas con poco tiempo de anticipación; empero, se recomienda programarlas dos o tres semanas de antelación por teléfono, correo electrónico o fax. Se debe confirmar la reunión por e – mail o fax, en castellano, al menos una semana antes de la cita.

³ www.santandertrade.com

Se aconseja llegar puntual a las reuniones. Los dominicanos se esfuerzan en llegar a tiempo a sus citas, aunque no siempre logran su objetivo. Sin embargo, aprecian cuando los demás lo son. Algunos consejos para las reuniones de negocios son los siguientes:

- La primera cita es normalmente formal.
- Las relaciones interpersonales son valiosas para los dominicanos. Ellos gustan negociar con personas en quienes confían por este motivo se recomienda invertir importante tiempo en el desarrollo de la red de contactos.
- Las conversaciones breves ayudan a establecer una relación. Se sugiere no hablar de negocios al inicio de la reunión.
- Lo cortés es altamente valorado. No se debe apresurar a la contraparte puesto que podría ofender a los anfitriones.
- Tener todo el material escrito disponible tanto en inglés como en español.
- No todas las personas de negocios hablan inglés.
- Las presentaciones deben ser bien planeadas y debe incluirse material de soporte con tablas e imágenes.
- Las reuniones son interrumpidas con frecuencia y varias personas pueden intervenir al mismo instante.

IX. Links de interés

Cuadro N° 12

| Entidad | Enlace |
|---|---|
| Banco Central de República Dominicana | http://www.bancentral.gov.do/ |
| Oficina Nacional de Estadística | http://www.one.gob.do/ |
| Consejo Nacional de Zonas Francas | http://www.cnzfe.gob.do/ |
| Centro de Exportaciones e Inversión de RD | http://cei-rd.gob.do/es/inicio/ |
| Dirección General de Aduanas | https://aduanas.gob.do/ |
| Cámara de Comercio & Producción de Sto. Domingo | http://www.camarasantodomingo.do/ |
| Ministerio de Industria, Comercio y PYMES | https://mic.gob.do/ |

X. Eventos Comerciales

Cuadro N° 13

| Nombre Oficial del Evento Comercial | Sector | Lugar | Fecha | Enlace |
|-------------------------------------|-----------------------|--------------|------------------------------|--|
| Agroalimentaria 2017 | Alimentos | Sto. Domingo | Del 18 al 20 de mayo de 2017 | www.agroalimentaria.com.do |
| Construexpo Santo Domingo 2017 | Manufacturas Diversas | Sto. Domingo | Del 12 al 15 de mayo de 2017 | www.construexpord.com |

Fuente: Feriasinfo Elaboración: Inteligencia de Mercados - Promperú

XI. Bibliografía

- Trademap
www.trademap.org

- **Euromonitor International**
www.euromonitor.com
- **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria - Perú**
www.sunat.gob.pe
- **CIA, The World Factbook**
www.cia.gov
- **Fondo Monetario Internacional (FMI)**
www.imf.org
- **Global Trade**
<http://www.gtis.com/GTA/>
- **Market Access Map**
www.macmap.org
- **Doing Business**
www.doingbusiness.org
- **Acuerdos Comerciales del Perú**
www.acuerdoscomerciales.gob.pe
- **NFerias**
<http://www.nferias.com/>
- **Organización Mundial del Comercio**
www.wto.org