

SERVICIOS AL
EXPORTADOR

DEPARTAMENTO DE
INTELIGENCIA DE MERCADOS

Guía de Mercado Multisectorial
República Dominicana



I. Contenido

I. Resumen Ejecutivo	3
II. Información General.....	3
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, 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.

¹ Euromonitor International: Colombia – Country Profile 2016 / CIA Worldfactbook
Inteligencia de Mercados

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 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

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

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% Honduras - 11%	20%	-
8	392020	Placas, láminas, hojas y tiras de polímeros no celulares de propileno	5°	EE.UU. - 30% Dinamarca - 17% EAU - 17%	7%	-

9	392350	Tapones, tapas y cierres de plástico	1°	México - 16% EE.UU. - 16% C. Rica - 15%	8,3%	-
10	190531	Galletas dulces	11°	México - 28% Guatemala - 20% Nicaragua - 9%	20%	-

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 (Millones US\$)	Arancel Perú	Participación Competidores
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 sétimo 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		Prometedor	5	20%	China - 60%

	Camisas, blusas camiseras, de fibras sintéticas o artificiales para mujeres				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 Schecker, 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.

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.

³ www.santandertrade.com

- 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