



Informe e-País: El comercio electrónico en República Dominicana

Diciembre 2023

Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Santo Domingo

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

icex



7 de diciembre de 2023
Santo Domingo

Este estudio ha sido realizado por
Svetlana Alekhina

Bajo la supervisión de la Oficina Económica y Comercial
de la Embajada de España en Santo Domingo

<http://republicadominicana.oficinascomerciales.es/>

Editado por ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

NIPO: 114-23-016-3

En el presente estudio se analiza el mercado electrónico en República Dominicana, con el objetivo de poner a disposición de los profesionales del sector una información útil para valorar el mercado y su potencial, estudiar las oportunidades existentes y vías de entrada en el mismo, así como para conocer las principales dificultades y posibles barreras comerciales a enfrentar en él.

República Dominicana es una de las economías es un referente por ser uno de los mercados de la región de Centroamérica y el Caribe masa dinámico y resiliente, con tasas de crecimiento más altas de todo Latinoamérica. Así, en 2021 el crecimiento del país alcanzó la cifra de 12,3%. En 2022 el PIB real registró una variación interanual del 4,9%, y a cierre de octubre de 2023, del 3,6%, observándose una ligera ralentización del crecimiento.

Se trata de un país joven (edad media de 28 años), urbano (84%), con 10,8 millones de habitantes y un PIB per cápita superior a 10 mil dólares estadounidenses en 2022, según los datos oficiales, pero con gran desequilibrio en la distribución de ingresos. Según [FMI](#), República Dominicana lidera el crecimiento de convergencia de ingresos en América Latina con un nivel de vida que alcanza aproximadamente un tercio del de los Estados Unidos. Se destaca no sólo el nivel de la convergencia, sino su velocidad en comparación con otros países de la región.

En lo que respecta a la digitalización en RD, el índice de innovación del país ha mejorado los últimos 5 años (90mo lugar de los 132 países a nivel global y el 11mo lugar de las 19 economías de la región)¹, pero aun así sigue siendo bajo. En cambio, en el nivel de desarrollo de e-Gobierno (EDGI) el país se encuentra entre los países con el EDGI alto, con el índice 92 a nivel global y en el 5to lugar, a nivel regional. También se observa una evolución positiva en el acceso a internet. Así, el número de usuarios de internet ha ascendido a 9,61 millones (TVA +9,5%) o 89% de la población total, lo que coloca a República Dominicana en el noveno lugar en el ranking de los países de América Latina², por detrás de Guatemala y por encima de Bolivia. Por otro lado, para las conexiones fijas, el grado de penetración es moderado, del 46,2%; apenas un 21% de los domicilios dominicanos disponen de un ordenador o portátil en casa. Esta situación condiciona a que los habitantes dominicanos busquen una alternativa para la conexión, a través de sus dispositivos móviles.

Es por ello por lo que República Dominicana se considera un mercado de la conexión móvil al internet: el 87% de la población, o casi 9 millones de personas, utilizan su teléfono móvil para conectarse³. De ellos, el 74% utilizan líneas de móvil prepago, y el resto, el servicio postpago. Los usuarios de internet dominicanos son, además, muy activos en Redes Sociales (Facebook como principal referencia); el 77% de todos los usuarios de internet tienen cuentas registradas en RRSS.

¹ [Índice Mundial de Innovación 2022](#). Global Innovation Index. 2022

² Statista: <https://es.statista.com/estadisticas/1073677/usuarios-internet-pais-america-latina/>

³ INDOTEL: <https://hoy.com.do/cuentas-con-internet-movil-activas-es-de-8-9-millones-en-rd/>

Hay 10 millones de teléfonos móviles en República Dominicana, de ellos, el 50% son smartphones. Las marcas líderes en el mercado objetivo son [Apple](#), [Samsung](#) y [Xiaomi](#) chino. Por grupo de edades, los usuarios de teléfonos móviles son jóvenes de 25 a 44 años que representan un 96,8%⁴.

Por tipo del sistema operativo instalado en los teléfonos móviles, dominan el iOS y Android. El 63% de los hogares tienen un televisor, de ellos solo un 7% son suscriptores al servicio de televisión restringida o por cable⁵. La penetración de banda ancha fija en el país es baja (7,5%) comparando con otros países de la zona: República Dominicana se sitúa en el lugar 22 de los 26 países de la región. Por otro lado, el porcentaje de los usuarios de la banda ancha móvil es del 61%. La velocidad de banda ancha fija y móvil es de 22,72 Mbps y 21,33 Mbps, respectivamente⁶. Los avances tecnológicos en el sector TIC y los programas nacionales de digitalización del país han incidido en que República Dominicana se haya convertido en el tercer país de América Latina y primero del Caribe que ha implementado 5G (cobertura del 8%)⁷. La cobertura de 3G y 4G llega al 99% de la población⁸.

En República Dominicana el comercio electrónico es todavía un sector con un largo camino por recorrer, ya que se caracteriza por poca participación de las empresas y consiste, básicamente, en las ventas transfronterizas B2C y e- servicios. En el periodo 2020-2022, el B2C dominicano creció casi un 70% hasta llegar a 1,37 mil M USD⁹, con una cuota del 6% sobre el total de *retail*. Las categorías con el mayor crecimiento en 2022 fueron productos cosméticos y cuidado personal¹⁰. En cuanto a e-servicios, en 2022 este sector facturó alrededor de mil millones de dólares¹¹ estadounidenses, siendo viajes y alojamiento, medios digitales y entrega de comida las categorías más demandadas.

En el país compran online 5,8 millones usuarios, la penetración es del 32,4%¹². Más del 50% de los e-compradores son personas jóvenes de entre 25 y 44 años que buscan online respuestas a las tendencias e influencias. El *ticket* medio de compra por usuario son 325 USD¹³. Las principales categorías de compras online son productos electrónicos (662 M USD), turismo (viajes y alojamiento, 590 M USD), prendas de vestir y calzado (253 M USD); y medios digitales (169 M USD), entre otras¹⁴.

⁴ [Internet usage in Dominican Republic](#). Statista. 2022

⁵ [Estadísticas. Indotel](#). 2022

⁶ [Reporte semestral julio-diciembre 2022](#). Indotel

⁷ [Nota de prensa de INTEC](#).2022

⁸ [Estadísticas. Indotel](#). 2022

⁹ [DIGITAL RD 2023](#): HootSuite We Are Social

¹⁰ Idem

¹¹ Idem

¹² Idem

¹³ [Ecommerce in Dominican Republic](#). Statista 2022

¹⁴ [DIGITAL RD 2023](#): HootSuite We Are Social



Como novedad, conviene indicar el sector de libros electrónicos que 1,5 millones de usuarios compraron en 2022 por el valor de 24 M USD¹⁵. Las previsiones a largo plazo para este sector son bastante alentadoras y ofrecen nuevas oportunidades. Al mismo tiempo, el sector de videojuegos se mantiene al alza, hasta alcanzar en 2022 el valor de 80 M USD¹⁶.

Se prevé que los próximos años la tendencia al alza del sector *retail* se mantenga hasta superar el umbral de 2 mil millones de dólares en 2027. El número de usuarios alcanzará 6,5 millones, con una penetración del 41,8% en 2028.¹⁷ Se espera también que los bienes más demandados serán productos electrónicos, moda, productos de belleza y cuidado personal.

Este panorama favorable más las ventajas arancelarias que ofrece el acuerdo EPA a los bienes europeos permiten considerar el mercado electrónico dominicano un país con bastante potencial si se maneja correctamente.

Para ello, hay que tener en cuenta desafíos que enfrenta el país, tales como la necesidad de mejorar las infraestructuras TIC, reducir la brecha digital, reformar el marco legal para compras electrónicas actual e incentivar el sector privado a involucrarse en el B2B. También es fundamental que el país mejore su índice de la “última milla”, que en RD sigue siendo inferior al promedio regional y mundial, y que influye en los elevados costes en la cadena de valor de la producción que hay actualmente.

En definitiva, la situación actual en República Dominicana resulta favorable para aquellas empresas españolas interesadas en ventas electrónica de bienes y servicios que sepan adaptarse a las características y carencias tecnológicas del país y ofrecer sus productos o bien a través de sus propias plataformas electrónicas o bien a través de los *marketplaces* extranjeros.

¹⁵ Idem

¹⁶ Idem

¹⁷ [Retail in Dominican Republic](#). Euromoniotr. 2022

CONTACTO

La [Oficina Económica y Comercial de España en Santo Domingo](#) está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en República Dominicana.

Entre otros, ofrece una serie de [Servicios Personalizados de consultoría internacional](#) con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de República Dominicana, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa.

[ICEX España Exportación e Inversiones](#) también cuenta con un programa específico para ayudar a las empresas en la internacionalización a través del comercio electrónico y, específicamente, a través de *marketplaces*: [eMarketServices](#). A través de este proyecto se acompaña a las empresas en todo su proceso de aprendizaje sobre el funcionamiento del canal *online*, el conocimiento de los mercados electrónicos más relevantes para su estrategia de internacionalización en cada mercado y la puesta en marcha de acciones de promoción comercial y venta en ellos. Esto se realiza mediante [formación](#), con cursos, eventos y webinarios específicos; con información de mercados, aportando un [Observatorio de Tendencias eCommerce mundial y estudios de mercado e informes e-País](#) como este, pero también [noticias y reportajes de actualidad](#), [casos de éxito](#), [entrevistas](#) y una [Red de Expertos](#) con artículos sobre todos los aspectos del comercio *online* y los mercados electrónicos. También mediante [asesoría, ofreciendo servicios a medida](#) para encontrar los *marketplaces* más adecuados o elaborar la estrategia de internacionalización *online* gracias al servicio de consultoría; y conectando con los propios mercados, mediante el [directorio internacional de mercados electrónicos](#) que analiza y lista más de 1.000 plataformas de más de 90 países y con acuerdos de colaboración con los principales *marketplaces* mundiales, como [Amazon](#), [Alibaba](#) o [JD.com](#), entre otros.

Para descubrir nuestros servicios, puede ver nuestro video [aquí](#).