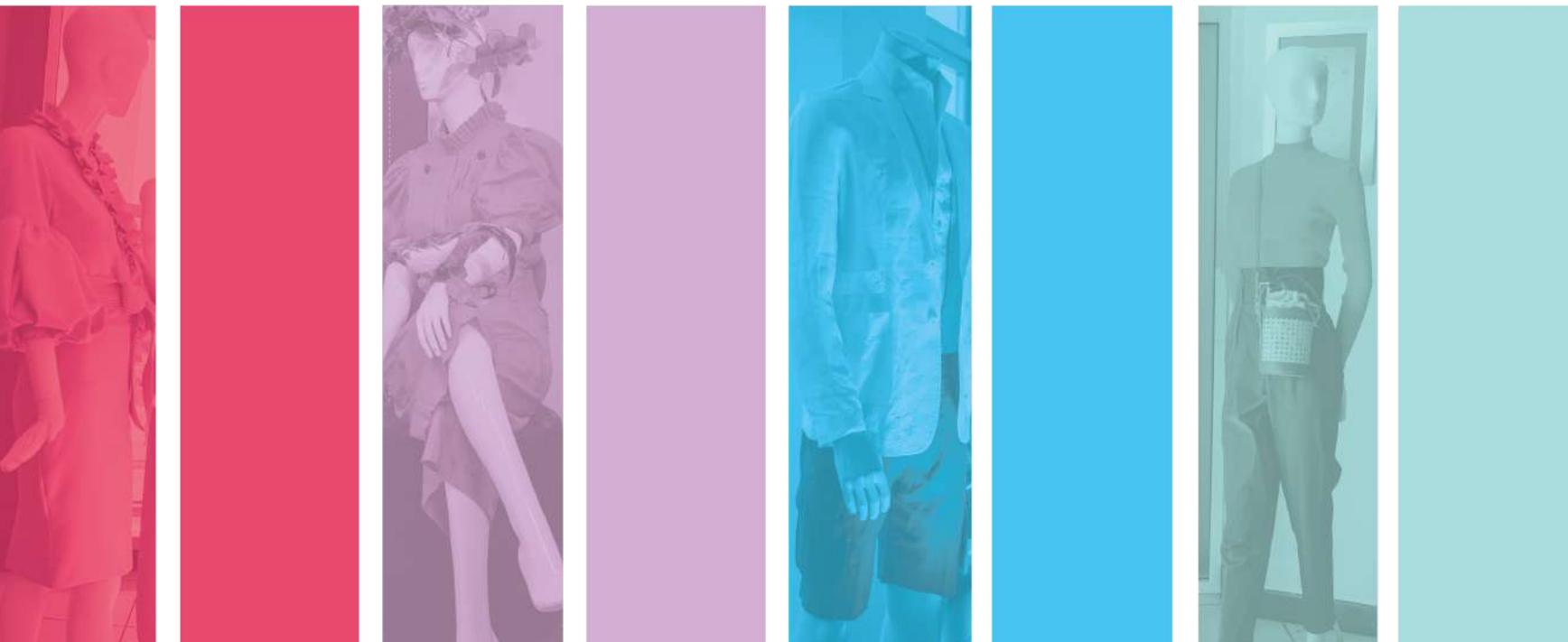




en República Dominicana

Visión en perspectiva para la internacionalización



*Josefina*





Situación  
de la  
Industria  
en República Dominicana

Septiembre, 2022  
Santo Domingo, República Dominicana

© 2022. Situación de la Industria de la Moda en República Dominicana

**Elaborado Por:**

**Dirección de Inteligencia de Mercados ProDominicana**

Vladimir Pimentel  
Carolina Pérez  
Euclides Paulino  
Heidi Ojeda  
Fausto Hernández  
Eloy Álvarez  
Andy Del Rosario  
Nikaulis Feliz

**Dirección de Marketing y Comunicación**

**Diseño y Diagramación**

Hilario Disla

**Fotografía**

Luciano Luna  
Javier Celado

**Fotos RD Fashion Week 2022**



# Contenido

<b>1</b>	<b>Presentación</b>	<b>8</b>
	<b>Industria de la moda en República Dominicana</b>	<b>10</b>
<b>2</b>	2.1. Caracterización de la moda	11
	2.2. Organizaciones visibles en la industria	14
	2.3. Cadena de valor de la MiPymes de confección, diseño y comercialización de la Moda	16
<b>3</b>	<b>Dinámica de Exportaciones</b>	<b>19</b>
<b>4</b>	<b>Identificación del valor real correspondiente a Moda</b>	<b>21</b>
	4.1. Acuerdos comerciales vigentes en República Dominicana	30
	<b>Benchmark: Acciones implementadas por otros países para la promoción del sector</b>	<b>31</b>
<b>5</b>	5.1. Italia	32
	5.2. Reino Unido	34
	5.3. Brasil	36
	5.4. Turquía	38

<b>6</b>	<b>Casos de Éxito en la Industria</b>	<b>40</b>
	6.1. Carolina Socías	40
	6.2. Cristina Núñez	42
	6.3. Laura Tosato	44
<b>7</b>	<b>Perspectiva Comercial</b>	<b>46</b>
	7.2. La estructura en la conformación de la cadena de moda	48
	7.3. Mix de marketing de la industria en la moda	51
	7.4. El enfoque del mix actual de la moda	52
<b>8</b>	<b>Recomendaciones</b>	<b>54</b>
	Encadenamiento e Internacionalización	54
	<b>Anexos</b>	<b>56</b>
	Anexo 1.1.	58
	Anexo 1.2.	59
<b>9</b>	<b>Notas y Referencias</b>	<b>72</b>



## 1. PRESENTACIÓN

El principal objetivo de este documento es presentar información relevante sobre la industria de la moda en la República Dominicana, enfocado en su situación en el comercio internacional y, mediante comparación de mejores prácticas internacionales, añadir a la propuesta de diseño de los insumos relevantes para un plan de promoción comercial orientado a impulsar las exportaciones de este valioso sector de la economía creativa en los mercados internacionales.

El presente informe constituye una actualización y ampliación de la versión anterior "Situación de la moda en la República Dominicana 2021", mediante una actualización de las estadísticas y, además, se presenta una descripción de casos de éxito de marcas dominicanas que han alcanzado logros recientes significativos en el mercado exterior. Entre los elementos incluidos en este informe se remarcan algunos elementos importantes de los estudios realizados por el Instituto de la Moda en la República Dominicana (InmodaRD): (1) Diagnóstico y Direccionamiento Estratégico INMODARD, el cual se realizó con la colaboración del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) en junio 2017 y, (2) Informe sobre impacto del covid-19 en la industria de la moda dominicana elaborado por InModaRD, DominicanaModa y Dare to Care, el 24 de septiembre 2020.

Se incluye, además, un análisis de las exportaciones dominicanas, tomando como referencia las estadísticas de exportación del Banco Central durante el período 2017-marzo 2022 y datos de la Dirección General de Aduanas para el período 2017-2021. Se destacan los principales productos exportados por República Dominicana en los regímenes tanto nacional como de zonas francas, indicando los principales destinos de las exportaciones de los productos de la moda dominicana.

Con la revisión de las prácticas internacionales presentado, se busca identificar experiencias relevantes sobre la materia de exportaciones de la moda, con el propósito de identificar ciertas acciones y medidas que han mostrado ser exitosa en otros países y proceder a verificar la viabilidad de que puedan ser consideradas para el caso dominicano.

Tras exponer los datos sobre la situación de la moda en la República Dominicana, y luego de un proceso de observación e indagación, el documento concluye haciendo un análisis junto con recomendaciones para el futuro desarrollo del sector y su expansión en los mercados internacionales.





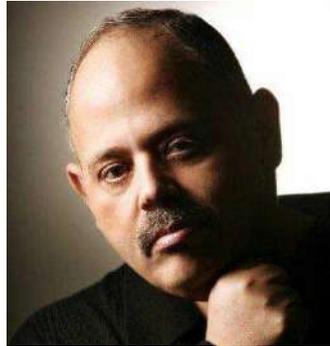
## 2. Industria de la moda en República Dominicana

La República Dominicana, a partir del éxito alcanzado por Oscar de la Renta, ha llamado la atención de la industria internacional de la moda; y, a partir de entonces, se sigue desarrollando y solidificando su prestigio en la industria de la moda gracias a la existencia de empresas internacionales que generan productos en empresas del sector zonas francas. De igual manera, el crecimiento de la industria textil ha posibilitado el surgimiento de nuevos talentos provenientes de la Escuela de Diseño de Altos de Chavón<sup>1</sup>, afiliada a la institución Parsons School of Design, una de las escuelas de moda de mayor vanguardia en el mundo. Asimismo, la dinámica generada por las micro y pequeñas empresas de confecciones presentes en el país han sido un elemento clave en el proceso de desarrollo y consolidación del sector.

---

<sup>1</sup><https://chavon.edu.do/eng/>

Gran cantidad de talentos han acentuado la moda dominicana a nivel internacional, Oscar de la Renta, ícono mundial de creaciones con un sello fresco y elegante enalteció la industria y su legado permanece en los que hoy en día visten sus creaciones. Jorge Diep, Giannina Azar, Martín Polanco, Luis Domínguez, Leonel Lirio, Mercy Jáquez, Jenny Polanco son algunos de los nombres que forjaron una plataforma de crecimiento para la industria de la moda dominicana.



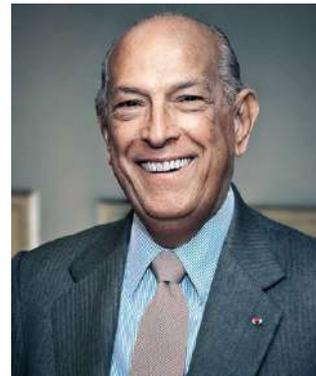
Jorge Diep



Luis Domínguez



Giannina Azar



Oscar de la Renta

## 2.1. Caracterización de la moda.

De la mano con el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) y de la empresa consultora Project Consulting Group, e INMODARD, se realizó un estudio diagnóstico del sector “**Diagnóstico y Direccionamiento Estratégico InmodaRD**”<sup>2</sup> en el que se consultó a un grupo de empresas representativas de cada uno de los eslabones de la cadena de la moda y se sostuvieron entrevistas con varios actores claves. Dicho estudio resalta los siguientes aspectos claves del sector:

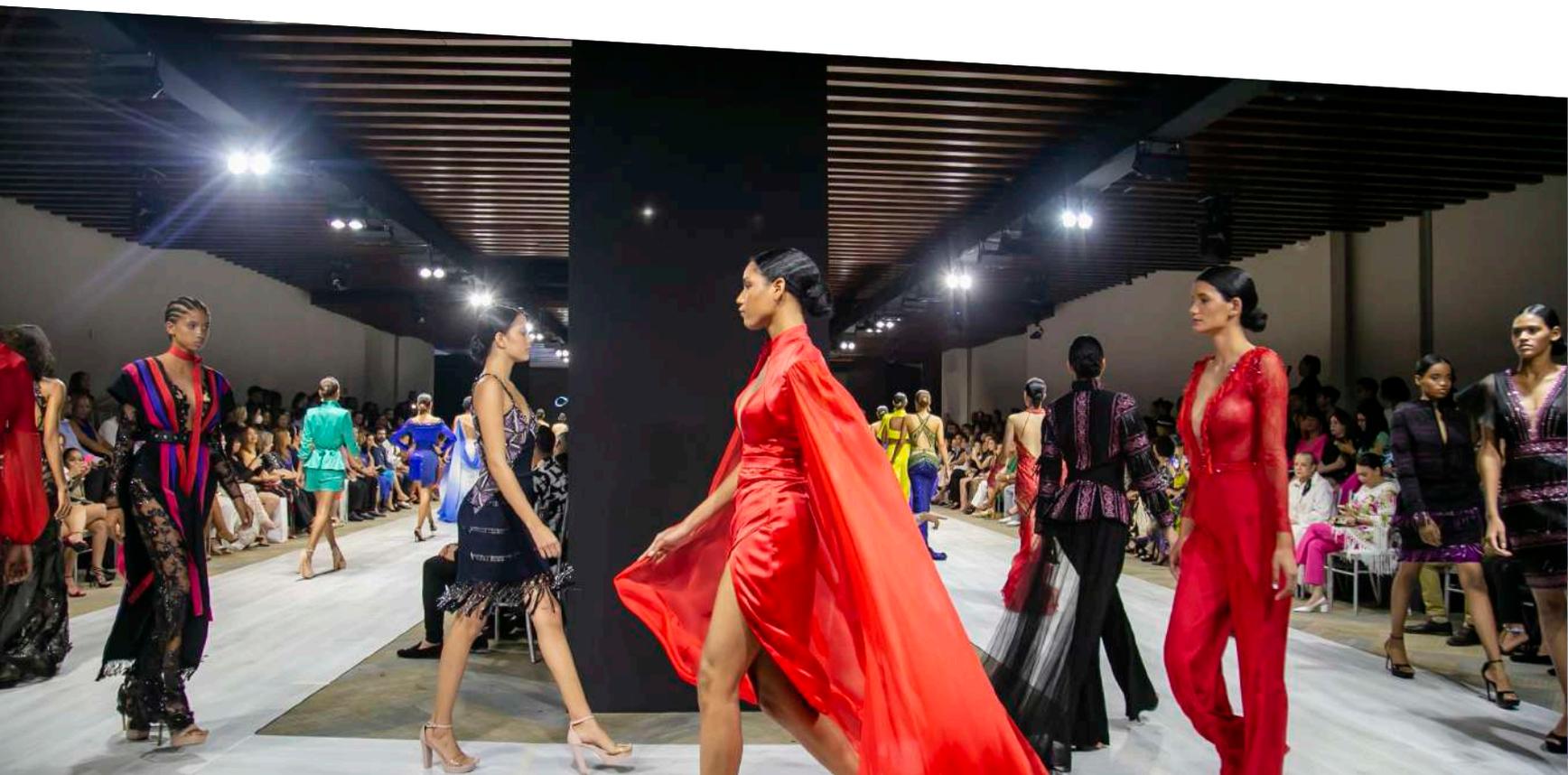
<sup>2</sup><https://www.micm.gob.do/noticias/estudio-revela-industria-de-la-moda-son-esencialmente-pequenas-empresas-que-operan-en-casas-de-familia>



\* El 82% son microempresas de menos de 10 empleados.



\* El 76% declara de tener la empresa en las instalaciones de su casa, mientras que tan solo el 24% tiene un espacio de trabajo tipo taller o fabrica y/o un espacio propio de comercialización tipo tienda. Lo anterior implica la aplicación de una estrategia que persigue la reducción de costos administrativos y financieros, asumiendo el costo de una baja visibilidad de las empresas frente a sus clientes. En el largo plazo, eso podría tener un efecto perjudicial en términos de una baja en la demanda en vista del desconocimiento del producto que se ofrece.



23%



77%



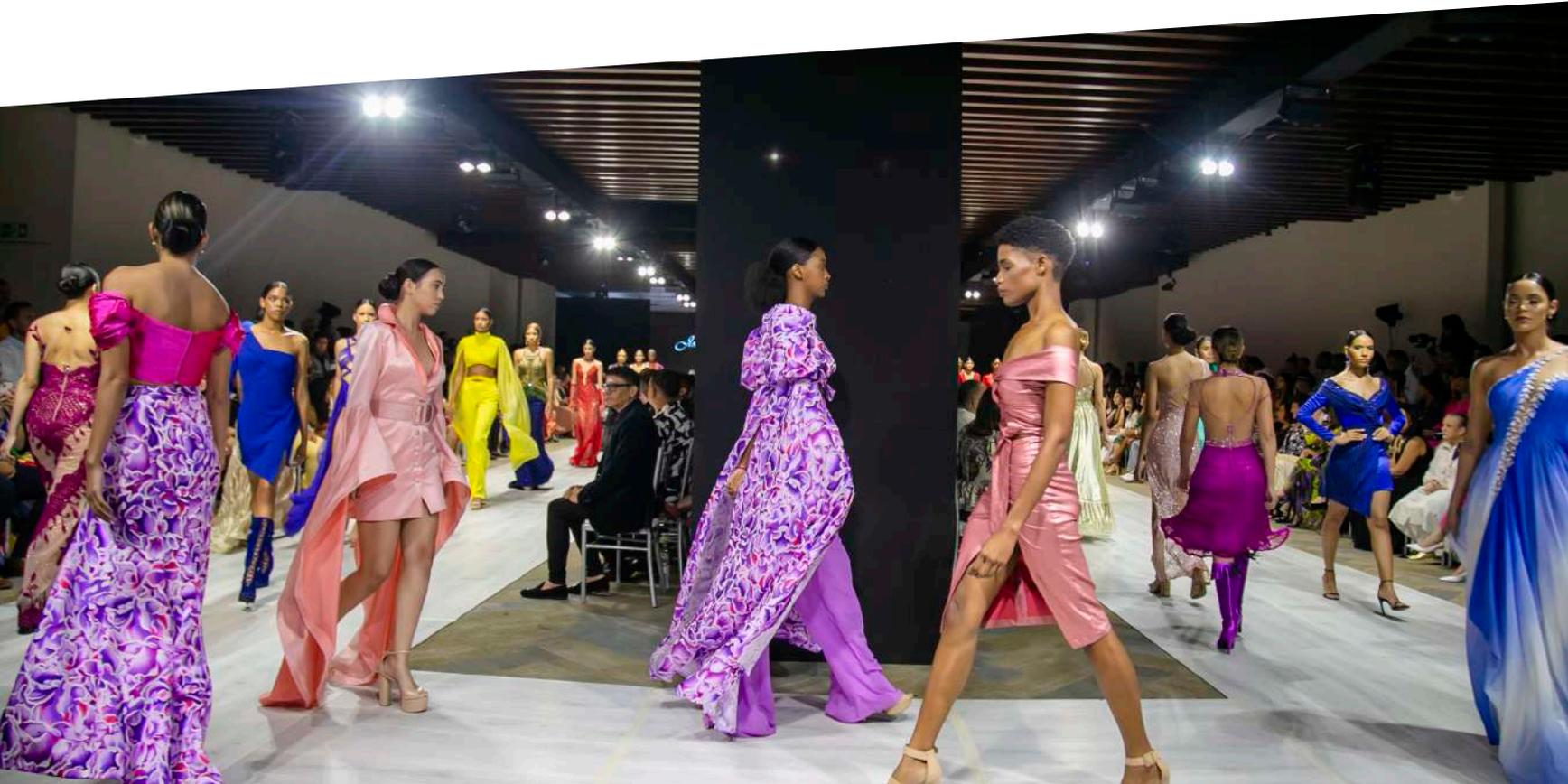
\* Del total de las empresas consultadas, el 77% son dirigidas por mujeres y el 23% por hombres, lo cual evidencia la alta participación de la mujer en la actividad económica de las empresas vinculadas a la Moda.



\* En términos de estructura etaria el 18% de los empresarios consultados tiene entre 18 y 25 años; el 24% tiene entre 25 y 35 años; el 35% entre 35 y 50 años; el 12% más de 50 años (sobre el restante 11 % no se dispone de información al respecto).



\* Con relación al tema de la formalización, el 24% de los entrevistados declaran que su empresa está formalizada, el 35% indicó que no está formalizada y el 41% no responde a la pregunta, lo cual hace suponer que muy probablemente el porcentaje de informalidad sube a un 76%.



## 2.1 Organizaciones visibles en la industria

Además de los talentos presentes en el proceso productivo, la industria de la moda del país cuenta con una diversidad de entidades que colaboran para hacer desarrollar el sector. Algunas de estas entidades se presentan a continuación:

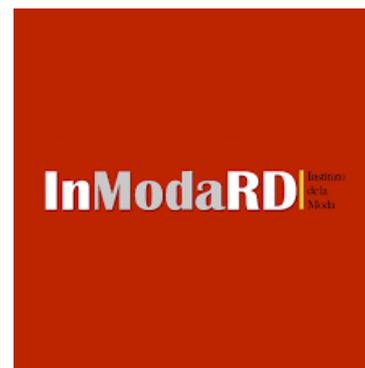


República Dominicana Fashion Week tiene como misión dar a conocer los talentos y valores de las personas participantes, de igual manera dar a demostrar el potencial de las atractivas industrias nacionales e internacionales que se convierten en el escenario para una gran oportunidad, aportando a la economía y diferentes culturas del país.

RD Fashion Week es el evento más grande de Moda Nacional que tiene República Dominicana. El cual ha tenido el honor de reunir importantes diseñadores locales e internacionales quienes han seguido muy de cerca la trayectoria de la moda en el país. Con este evento el país impulsa la moda a la vez que le brinda oportunidades a los nuevos creadores locales a proyectarse a nivel nacional e internacional.

Entidad sin fines de lucro, cuya misión es promover y desarrollar el diseño de la moda para lograr su inserción en la estructura productiva, articulando la vinculación con la pequeña y mediana empresa y que todos los sectores de la población puedan consumir la ropa diseñada por los modistos dominicanos.

INMODA RD, promueve la creación de empresas de fabricación de productos innovadores que estimulen la industria de la moda y la exportación mientras se contribuye a la marca país, representa los intereses de los diseñadores de moda ante la sociedad y el gobierno, se ocupa de explorar nuevas oportunidades para el desarrollo de la moda y apoya proyectos e iniciativas para el impulso de nuevos diseñadores, los cuales aportan a la confianza individual y colectiva de las personas desde la perspectiva del diseño.



**ASOCIACIÓN  
DOMINICANA  
DE DISEÑADORES DE MODA**  
FUNDADA EN 1979

Asociación sin fines de lucro que se ha caracterizado por ser la entidad que se ha centrado en la proyección de los diseñadores del país.

Actualmente, esta asociación la conforman un total de 80 socios, los cuales se han enfocado en fortalecer los conocimientos técnicos de sus integrantes, ofreciendo Diplomados en Gerencia y Administración de Pequeña y Mediana Empresa, organizado por el Ministerio de Industria, Comercio y MiPymes e INFOTEP; un taller de Marketing Digital por INTEC; y una serie de conferencias impartidas por destacados diseñadores internacionales.

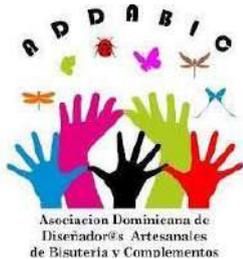
En sentido general, la ADD busca cultivar la consciencia del mercado de la moda, su funcionamiento y retos para los diseñadores; así como la imagen pública y la neuroventa, creando así un perfil completo del empresario moderno, de cara al siglo XXI.

Institución dependiente del Ministerio de Industria, Comercio y MiPymes (MICM) desde el 22 de octubre del año 2013, a través del decreto No. 308-13.

El INAGUJA se encarga de coordinar, desarrollar y fomentar la manufactura de las microempresas en la industria de confección textil en todo el territorio nacional, a fin de promover y dar seguimiento a estos nuevos agentes de producción, teniendo como objetivo principal a largo plazo insertar a mujeres jefas de hogar en las redes productivas del país, elevando así el nivel de vida de la población.



INDUSTRIA NACIONAL DE LA AGUJA  
(INAGUJA)



Entidad sin fines de lucro que se dedica a la defensa de los intereses de los artesanos y diseñadores dominicanos de la bisutería y otros complementos, así como también la representación de estos frente a las autoridades competentes en República Dominicana.

Organización sin fines de lucro que agrupa a las micro, pequeñas y medianas empresas textiles y afines, con el objetivo principal de representarles, protegerles, apoyarles y brindarles soporte técnico y operacional, que les permita la participación y aprovechamiento de las oportunidades internas y externas y que se promuevan las leyes que benefician al sector.



Evento más importante de moda realizado en República Dominicana, durante una semana completa se realizan al menos 5 desfiles diarios. Su objetivo es dar a conocer el talento de los diseñadores de moda dominicanos a nivel mundial. Socrates McKinney es conocido por ser el creador del Dominicana Moda, el cual es considerado uno de los eventos de moda más importantes del Caribe.

Dominicana Moda nace en el 2006 y desde ese entonces reúne a grandes celebridades, personalidades, fashionistas y empresarios del sector que disfrutan de las plataformas de entretenimiento, negocio y gastronomía. La participación es siempre más internacional e involucra cada vez más países de la región como Nicaragua, Honduras, Panamá, Puerto Rico y Haití, además de invitados internacionales.

ADITEX es una asociación legalmente constituida que agrupa en su membresía a las empresas o industrias de la rama textil y fabricantes de ropas de la República Dominicana. Fue fundada el 18 de abril de 1979 por un grupo de empresarios textiles que buscaban en la unidad, una solución a los problemas comunes de la época y desde entonces ha agrupado a las empresas textiles más importantes de la República Dominicana, cuyo objetivo principal es defender y representar los intereses de las empresas y del sector textil en general.

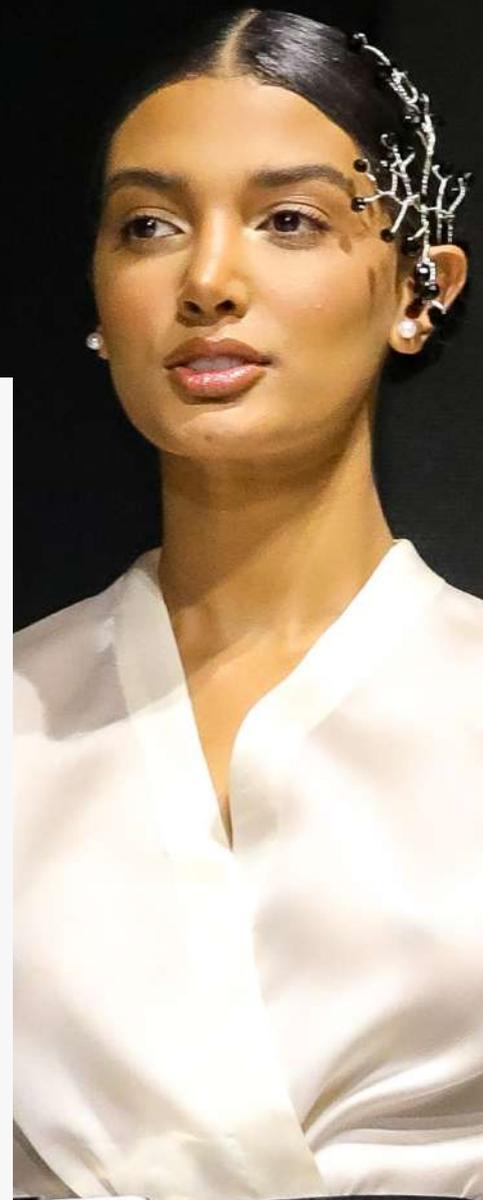


<sup>3</sup> <https://inaguja.gob.do/>

### 2.3. Cadena de valor de la MiPymes de confección, diseño y comercialización de la Moda en República Dominicana

La moda, a diferencia de lo que se tiende a identificar como tal, no consiste sólo en los productos acabados (confección, género de punto, calzado, complementos). Estos son el resultado de una cadena de fases, actividades y actores cuya interacción es importante para el éxito del producto (el diseño) en el mercado.

Al conocer esta cadena de valor, se puede comprender la estructura y funcionamiento del sistema de la moda y de las empresas que compiten en él. Es fundamental conocer tanto las debilidades como las fortalezas de la cadena de valor de la moda en la República Dominicana para de esta forma, poder accionar eficientemente. A continuación, se presentan los eslabones de esta cadena:



**1. Producto Primario:** La materia prima se refiere a aquellos productos que son esenciales para la fabricación del producto, como lo son las fibras textiles (algodón, poliéster, nylon, lycra, entre otras).

En el país no existen empresas de fabricación de materias primas, lo cual es considerado una gran deficiencia por el sector. La gran parte de las empresas que trabajan en el diseño y confección de prendas utilizan principalmente algodón, poliéster, jeans, algunos también seda, chiffon y organza. Las empresas compran sus telas y materiales en tiendas en República Dominicana que importan la materia prima desde el exterior, pero la mayoría la compra directamente en Estados Unidos, Colombia, Panamá, El Salvador, Canadá y China.

**2. Tecnología e insumos:** La tecnología permite a las empresas eficiencia en sus funciones, brindar respuestas al mercado de la confección, mediante la innovación y la creatividad en producciones textiles de calidad. Sin embargo, el país no cuenta con las herramientas necesarias suficientes que permitan producciones primarias más flexibles.

**3. Transformación:** En términos generales, la industria textil está encabezada por las grandes empresas, mientras que el proceso de confecciones y diseño es realizado por las MiPymes. El proceso de comercialización, el cual se realiza en gran medida a nivel nacional, es realizado tanto por las empresas grandes como por las MiPymes.

**4. Servicios de soporte:** Existe una estructura de soporte institucional significativa, sin embargo, está dispersa y disgregada. Los servicios de soporte requeridos por las empresas dedicadas a la moda en el país son brindados en su gran mayoría por entidades públicas. Existen pocas empresas privadas que den soporte en esta cadena.

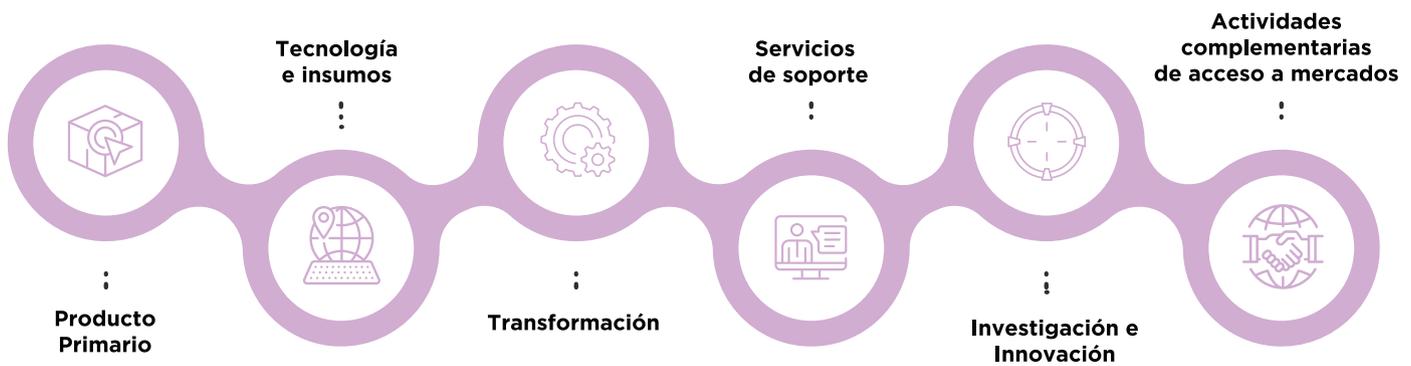
**5. Investigación e Innovación:** Desde el punto de vista industrial, la innovación es la introducción de productos o procedimientos de fabricación nuevos o mejorados en el mercado. Las innovaciones en la industria textil y de la moda se pueden ver en las aplicaciones iniciales de la comunicación entre humano y máquina, por ejemplo, los dispositivos de tejido controlados por voz. Al comparar las soluciones digitales, la recolección de datos de producción asistida por sensores tendrá el mayor efecto en la eficiencia de los procesos y en la calidad del producto.

La industria de la moda dominicana no cuenta con una estructura que pueda ofrecer soporte a las empresas para su desarrollo, orientarlas acerca de los nuevos retos, desafíos y tendencias que surgen dentro de la industria en términos de investigación e innovación.

**6. Actividades complementarias de acceso a mercados:** Las actividades empresariales son dispersas. Si bien es cierto que existen varias asociaciones dedicadas a apoyar el desarrollo de la industria, estas no realizan actividades de asociatividad permanentes.



◉ **Eslabones de la Cadena de Valor Sector Moda**

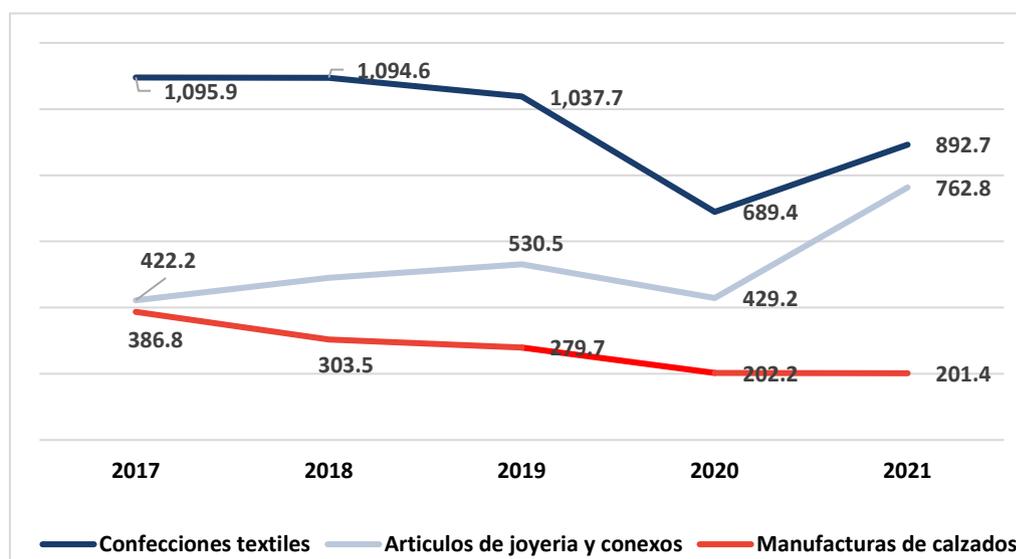


Fuente: Elaboración propia.

### 3. Dinámica de Exportaciones

En el periodo 2017-2021, el país exportó US\$4,810.3 millones de productos de confecciones textiles, US\$2,635.3 millones de artículos de joyería y US\$ 1,373.6 millones de manufacturas de zapatos, para un total de US\$8,819.2 millones en el período señalado, según cifras del Banco Central de la República Dominicana (BCRD).

Gráfico no. 1  
Exportaciones Dominicanas de Textiles, Calzados y Joyería  
Valores en US\$ millones, Período 2017-2021



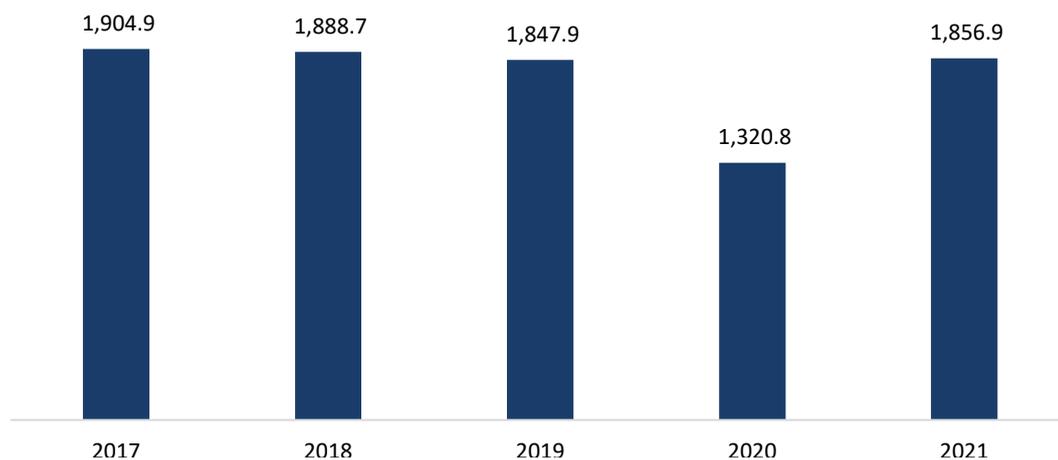
Fuente: Datamarket, con datos del Banco Central de la República Dominicana.

Estas partidas representan el 14.9% del total exportado en el 2021, para un monto de **US\$1,856.9 millones**.

De acuerdo con el primer trimestre del año, el período enero-marzo 2022, las exportaciones del sector igualaron **US\$48.6 millones** para la manufactura de calzados, **US\$197.2 millones** los artículos de joyería y conexos y **US\$238.5 millones** en confecciones textiles, con un total de **US\$484.3 millones** para todas las partidas.



Gráfico no.2  
Exportaciones Dominicanas de Textiles, Calzados y Joyería  
Valores en US\$ millones, período 2017- 2021



Fuente: Datamarket, con datos del Banco Central de la República Dominicana.

Estas partidas representan el 14.9% del total del valor exportado por el país en el 2021, para un monto de **US\$1,856.9 millones**.

De acuerdo con el primer trimestre del año, el período enero-marzo 2022, las exportaciones del sector igualaron **US\$48.6 millones** para la manufactura de calzados, **US\$197.2 millones** los artículos de joyería y conexos y **US\$238.5 millones** en confecciones textiles, con un total de **US\$484.3 millones** para todas las partidas. Estas cifras en comparación con el mismo período en 2021, cuando las exportaciones para la manufactura de calzados lograron alcanzar **US\$86.4 millones**, los artículos de joyería y conexos igualaron **US\$101.0 millones** y **US\$249.3 millones** en confecciones textiles, estas partidas constituyen un total de **US\$436.7 millones**.





## 4. Identificación del valor específico correspondiente exportaciones de Moda

En el presente estudio a diferencia de la edición anterior realizada en el 2021, incluye una muestra de mayor volumen, de las empresas que han exportado en el sector de moda en los últimos 5 años, desde 2017 hasta marzo 2022.

### Alcance del Análisis Cuantitativo

1. Elección del año 2021 como base para el estudio, siendo este un año de recuperación y reactivación de las exportaciones y de la economía a nivel mundial.
2. Identificación de las partidas arancelarias correspondientes a prendas de vestir, calzados y joyería, incluida la bisutería y confecciones en cuero, ver anexo 1.2, las subpartidas.
3. Análisis de los datos según régimen, haciendo especial énfasis en el nacional.  
Se tomará en cuenta a partir de las partidas arancelarias según la Dirección General de Aduanas.

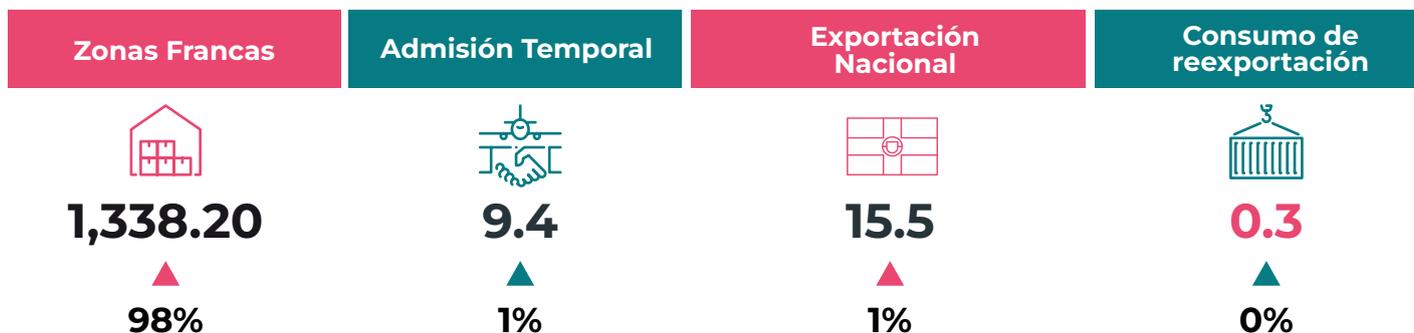
## Resultados:

Según datos de la Dirección General de Aduanas, el valor total exportado para el 2021, considerando las partidas identificadas correspondientes a la industria de la moda, es de **US\$1,363.4 millones**, este valor incluye tanto al régimen nacional, como al de zonas francas.

A partir del análisis realizado, encontramos que, las exportaciones de zonas francas representan el 98.15% del valor total, esto es **US\$1,338.1 millones**. Mientras que las nacionales apenas el 1.14%, correspondiente a **US\$15.5 millones**. El monto restante, **US\$9.7 millones**, el 0.71%, corresponde a Admisión Temporal y Reexportación.



Gráfico no.3  
Exportaciones Dominicanas de Confección Textil, de Cuero, Artículos de Joyería y Calzados  
Según régimen, Valores en US\$ millones, año 2021



Fuente: Datamarket con datos de la DGA

## ZONAS FRANCAS

El siguiente gráfico muestra los diez principales productos exportados por República Dominicana bajo el régimen de zonas francas, correspondientes a la industria de la moda, para el año 2021 estos diez productos representan el 84% del total exportado.

Los artículos de joyería, excluidos los de plata, son el principal producto de moda exportado en zonas francas. Durante el 2021, este representó el 40%, contando con un monto de US\$541.1 millones, seguido de los t-shirts y camisetas de algodón con un valor de US\$336.3 millones y una participación de 25%, y en tercer lugar se encuentran los calzados con parte superior de cuero natural con un valor de US\$62.6 millones y participación de 5%.



Gráfico no.4  
Principales productos exportados de la industria de la Moda en Zonas Francas  
Valores en US\$ millones, 2021



Artículos de joyería y sus partes, de metales preciosos distintos de la plata

**\$541.07**  
40%



T-shirts y camisetas, de punto, de algodón

**\$336.27**  
25%



Calzado con parte superior de cuero natural o regenerado

**\$62.62**  
5%



Artículos de joyería y sus partes, de plata

**\$59.14**  
4%



Calzado de deporte con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado

**\$46.13**  
4%



Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o de plástico

**\$33.44**  
3%



Suéteres "jerseys", "pull-overs"., de punto, de fibras ...,

**\$31.77**  
2%



Sostenes "corpiños" de todo tipo de materia textil,

**\$26.37**  
2%



Otros

**\$201.31**  
15%

Fuente: Elaborado por Prodominicana con datos de DGA

En el período 2017-2021 se exportaron en promedio US\$7,240.4 millones de las partidas correspondientes a la industria de la moda. Como se muestra en el siguiente gráfico, el 2021 es el año que muestra mayor crecimiento de 37.7% respecto al 2020, el año 2020 fue un año atípico debido a la pausa de algunas empresas provocada por la pandemia del Covid-19.

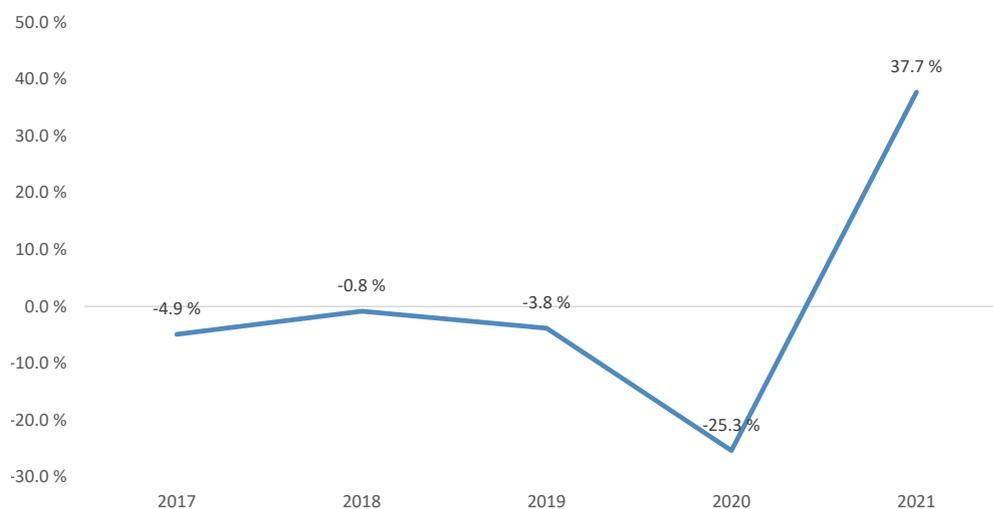
En el gráfico no.5 se observa el comportamiento de las exportaciones de moda en los últimos cinco (5) años. Dentro de esta categoría se observan las partidas de calzado, sombreros, tocados, prendas, complementos de vestir, artículos de joyería y bisutería.

**37.7%**

Como se muestra en el siguiente gráfico, el 2021 es el año que muestra mayor crecimiento



Gráfico no.5  
Comportamiento Interanual de las Exportaciones de  
Moda en la República Dominicana  
Valores en %, período 2017-2021



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

En el gráfico no.6 se observa el comportamiento de las exportaciones por categoría específicamente los valores correspondientes a 585 empresas dedicadas a la industria de la moda.

La composición de estas empresas se describe de la siguiente manera: 441 de estas, son microempresas, siendo el 75.4% del total de las empresas, sin embargo, sólo exportan el 0.89% de las exportaciones de la industria. El 12.3% son pequeños exportadores, con una participación del monto exportado del 1.25% asimismo, los medianos exportadores, (43 empresas), constituyen el 7.4% del total y son responsables del 10.36%; Por su parte, los grandes exportadores representan el 5.0% de las empresas, (29 empresas), realizan el 88.20% de las exportaciones de la industria.



**RD**  
**FASHION**  
**WEEK 2022**  
MODA CON PROPÓSITO





Etiquetas de fila	Cantidad de empresas	Valor en US\$Millones	Porcentaje del total de exportaciones	Porcentaje del total de empresas
Micro Exportador	441	2.6	0.2%	75.4%
Pequeño Exportador	72	17.1	1.3%	12.3%
Mediano Exportado	43	141.2	10.4%	7.4%
Gran Exportador	29	1,202.5	88.2%	5.0%
<b>Grand Total</b>	<b>585</b>	<b>1,363.4</b>	<b>100.00%</b>	<b>100.0%</b>

Los artículos de joyería y bisutería, así como las prendas y complementos de vestir experimentaron crecimiento en el 2021, mientras que la manufactura de cuero se mantuvo estable con un ligero crecimiento.

Gráfico no. 6

Comportamiento de las exportaciones de Moda en la República Dominicana, según categoría  
Valores en US\$ millones, período 2016 - 2021



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

Se observa en el siguiente gráfico los principales productos de la industria de la moda exportados bajo régimen nacional. Estos nueve productos representan el 64% de todo lo exportado en este renglón.

Se identifican como principales productos los artículos de joyería de plata y de materiales distintos a la plata con un 17%, t-shirts y camisetas de punto de algodón con 15% de participación, y las camisas de punto de algodón para hombres o niños 6%, entre otros.

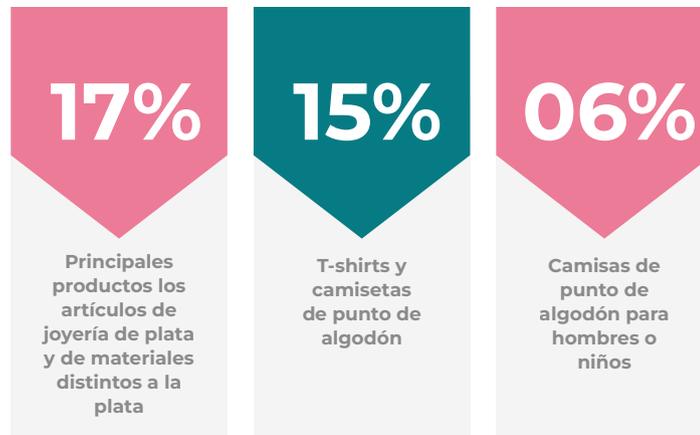


Gráfico no.7  
Principales Productos Exportados de la Industria de la Moda en Régimen Nacional  
Valores en US\$ millones, año 2021



Dentro de los principales países destinos de las exportaciones de productos de moda de origen dominicano se encuentran: Estados Unidos, contando con un 89% del total de exportaciones, luego se encuentra Haití con un 8%, le siguen Nicaragua, Honduras, Canadá, Puerto Rico, Francia, entre otros países.

Gráfico no.8  
Principales Destinos de las Exportaciones Dominicanas de Productos de Moda  
Valores en %, año 2021



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

## FLUJOS GLOBALES

En cuanto a flujos globales se refiere, para las partidas de tejidos de punto, y prendas de vestir, aquellas de puntos como aquellas exceptuando los puntos, el mundo importó US\$587,636.5 millones, de los cuales los principales importadores fueron Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón, Reino Unido, Italia, España, Países bajos y china.

Gráfico no.9  
Principales Países importadores de Tejidos de Punto, y Prendas de Vestir.  
Valores en %, año 2021.



Fuente: Trademap

En cuanto a valor exportado, el mundo exportó US\$665,202.9 millones, y los países que se destacan como principales exportadores son: China, Vietnam, Bangladesh, Alemania, Italia, Turquía, España, Países Bajos e India.

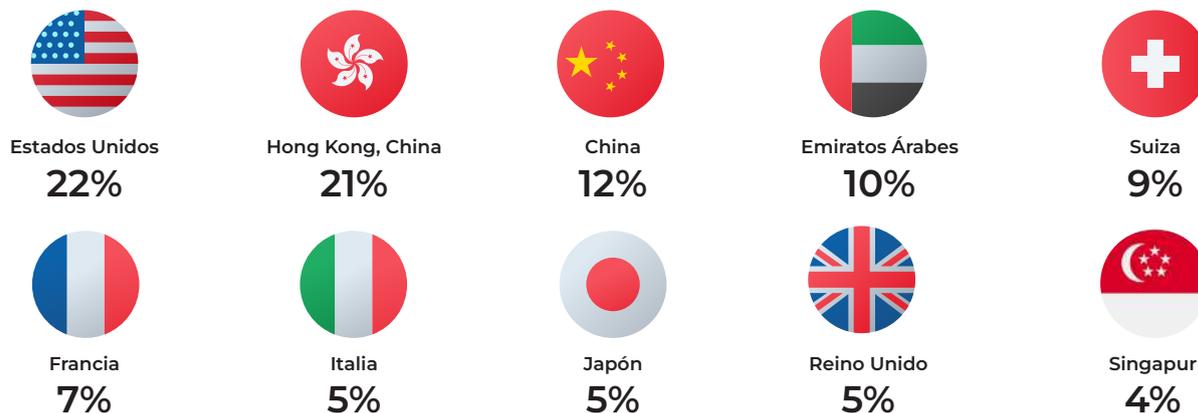
Gráfico no.10  
Principales Países Exportadores de Tejidos de Punto, y Prendas de Vestir.  
Valores en %, año 2021.



Fuente: Trademap

En el año 2021, la importación mundial de los productos de joyería, bisutería y las prendas y complementos de vestir de cuero, sumaron un total de US\$146,953.8 millones. Se destacan como principales importadores, Estados Unidos, Hong Kong, China, Emiratos Árabes, Suiza, Francia e Italia.

Gráfico no.11  
Principales Países importadores de Artículos de joyería, bisutería y Prendas  
y complementos de vestir de cuero.  
Valores en %, año 2021.

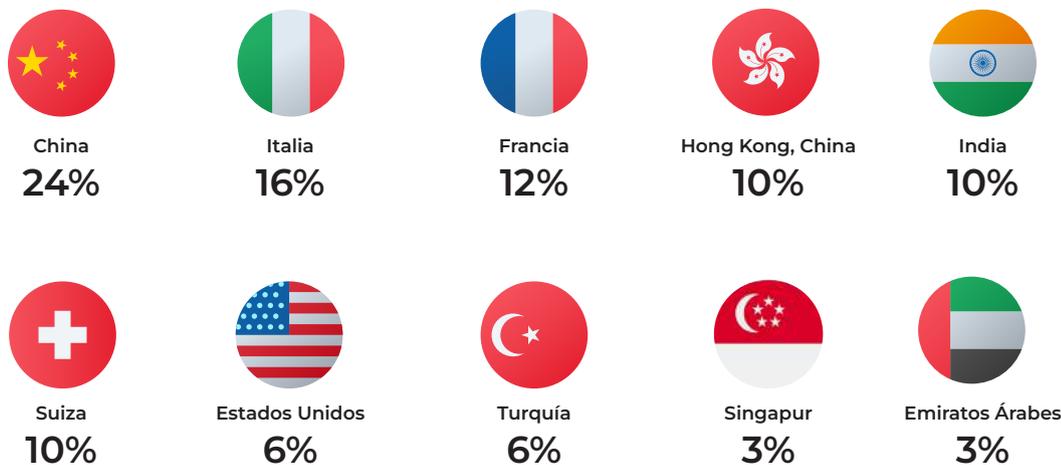


Fuente: Trademap

Se observa que los principales países exportadores de estos productos, joyería, bisutería y las prendas y complementos de vestir de cuero, que sumaron un total de US\$161,497.7 millones, fueron China, Italia, Francia, Hong Kong, China, India, Suiza, Estados Unidos y Turquía.



Gráfico no.12  
Principales Países Exportadores de Artículos de Joyería, Bisutería y Prendas y Complementos de Vestir de Cuero.  
Valores en %, año 2021.



Fuente: Trademap

## 4.1 Acuerdos comerciales vigentes en República Dominicana

República Dominicana tiene suscrito 6 acuerdos comerciales, a través de los cuales las prendas de vestir, calzados y joyas se benefician de aranceles preferenciales de importación al momento de llegada al país de destino, estos son:

- \* Acuerdo de Asociación Económica CARIFORUM - Unión Europea (EPA)
- \* Acuerdo República Dominicana, Centroamérica y Estados Unidos (DR-CAFTA)
- \* Tratado República Dominicana y Centroamérica
- \* Tratado República Dominicana y CARICOM
- \* Acuerdo de Alcance Parcial República Dominicana y Panamá
- \* Acuerdo de Asociación Económica CARIFORUM - Reino Unido.

Estos acuerdos tienen como objetivo principal continuar impactando en las exportaciones dominicanas, contribuyendo con el proceso de lograr un mejor posicionamiento de los productos en los mercados internacionales, siempre y cuando cumplan con las normas de origen establecidas en los mismos.





## 5. Benchmark: Acciones implementadas por otros países para la promoción del sector

La industria de la moda es un sector con muchas oportunidades y desafíos, debido a que cada día surgen nuevas tendencias que obligan a una constante reinención, el cual, a su vez, también se destaca por la generación de empleos e ingresos.

Durante los últimos años diferentes países han logrado destacarse a nivel mundial en este sector, a raíz de la gran influencia que poseen en cuanto a tendencia, eventos, programas, asociaciones y políticas que han contribuido a su posicionamiento.

A continuación, ejemplos de las acciones implementadas por algunos países considerados líderes dentro del sector hoy día:

## 5.1. Italia<sup>2</sup>

Italia es reconocida por la gran variedad de diseñadores y firmas de moda que han puesto el nombre de esta industria en alto. Prada, Armani, Missoni, Versace, Dolce & Gabbana o Gianfranco Ferré son sólo algunos ejemplos que han marcado una gran influencia gracias a la calidad de su técnica, materiales utilizados y a la pericia de sus artesanos.

Italia es un país que ha logrado un gran posicionamiento a nivel global, gracias a que cuenta con una industria muy unificada, lo cual ha sido un factor clave de éxito.

El sector italiano de la moda, el textil y los accesorios es uno de los más importantes del mundo por los ingresos generados, el número de personas empleadas y el número de empresas implicadas. La principal asociación que representa el sector de manufactura y compañías de servicios es Confindustria Moda, está compuesta por 150 mil empresas y 5.4 millones empleados, con más de \$90,000 millones de euros de facturación anual.

Además de su valor económico, es también un hervidero creativo para la experiencia y la artesanía, arraigada gracias a siglos de cultura y belleza. Italia siempre ha tenido gusto por lo bello, con origen en los inicios del renacimiento italiano. Hoy esta tradición está representada por una industria que es a Italia lo que el sector del automóvil es a Alemania: la joya de la corona.

<sup>4</sup> Informe sobre la Industria Textil en Italia, elaborado por la ICEX de España en el año 2018.



Una de las plataformas más importantes es El Sistema de la Moda Italiana (SMI)<sup>5</sup>, esta representa a todos los sectores y áreas involucradas dentro del negocio de la moda en Italia, sirviendo también como foro de discusión para la adopción de políticas que promuevan el impulso y desarrollo de la industria en ese país.

**Dentro de este sistema se incluyen instituciones que se encargan de velar por la correcta regulación de las actividades productivas relacionadas con la moda, estas son:**

- La Cámara Nacional de la Moda Italiana, asociación sin fines de lucro que promueve el desarrollo de la moda italiana desde 1958;
- La Asociación Nacional del Comercio Lanero, cuyo objetivo es agrupar a todas esas empresas proveedoras de materias primas y a las agencias internacionales que promueven los productos italianos en el exterior, entre otras.

De acuerdo con los datos registrados por el SMI, este país normalmente exporta por año un aproximado de 32.4 mil millones de euros en prendas de vestir.

Cabe resaltar que, con la creación del Sistema de la Moda en Italia, no solo se contribuyó con el desarrollo de la parte comercial, sino también con la innovación del producto, lo cual

es necesario para la competitividad dentro del mercado global.

La industria de la moda italiana ha sabido dar nuevas respuestas al mercado global, mediante la innovación y la creatividad de producciones textiles de calidad, lo cual ha sido un factor crucial para el posicionamiento de este sector.

Partiendo de lo anterior, es importante mencionar que las empresas italianas invierten una gran cantidad en sistemas de investigación, tecnología y capital humano.

**Otros puntos importantes:**

- ▶ Realización de ferias comerciales como Milano Unica, Pitti Immagine Filati y Filo, importantes eventos nacionales donde los fabricantes italianos cuentan con un espacio para exhibir sus nuevas colecciones y donde se reúnen diferentes personalidades provenientes de otros países.
- ▶ Programa Nuova Sabatini o crédito a la innovación, implementado por el Ministerio de Economía, que facilita a pequeñas y medianas empresas el acceso a crédito, con el fin de aumentar la competitividad del sistema de producción del país. La medida contempla inversiones en maquinarias, equipos, sistemas, bienes de capital para uso productivo, hardware, software y tecnologías digitales.

---

<sup>5</sup> Página oficial del Sistema de la Moda Italiana (SMI)  
<https://sistemamodaitalia.com/it/>



## 5.2 Reino Unido

Reino Unido es considerado uno de los 5 mercados europeos más importantes en consumo y con la industria de la moda más potente del continente europeo. Es hogar de grandes marcas muy reconocidas a nivel mundial como Burberry, Paul Smith y Vivienne Westwood. También son famosos por su creatividad histórica, el Reino Unido es el hogar de estilos tan diversos como el Mackintosh, punk, el bombín y la falda escocesa.

La industria de la moda es tan importante para los británicos que tienen un Consejo de la Moda Británica (British Fashion Council) , cuyo objetivo principal es proyectar a los diseñadores británicos y posicionar a Londres como un actor importante de la moda en el mundo.

El Consejo de la Moda fortalece la moda británica en la economía global como líder en negocios creativos y responsables, construyendo e invitando a la industria a participar en una sola red y lograr una moda exitosa. Esta red comprende un cuerpo de miembros designados de la industria, fundamentales para apoyar, supervisar y asesorar conjuntamente sobre los problemas claves que enfrenta el sector.

---

<sup>6</sup> <https://www.britishfashioncouncil.co.uk/>



La industria de la moda no solo contribuye alrededor de 20 mil millones de dólares a la economía británica, sino que también emplea a un aproximado 500,000 personas, respalda la reputación de la excelencia creativa de nuestro país y es una de las industrias más variadas del país. (UKFT, 2020)

El departamento gubernamental Digital, Cultura, Medios y Deporte (DCMS) de Reino Unido es la entidad encargada de patrocinar el Consejo de la Moda, atendiendo así a las necesidades que tenga la industria en el momento.

En cuanto a la educación, el Consejo de la Moda Británica dentro de su estructura tiene una fundación dedicada a apoyar el crecimiento y el éxito del futuro de la industria, ofreciendo subvenciones y tutoría empresarial.

Una iniciativa importante implementada por el Consejo es el evento llamado London Show Rooms, evento trasladado a diferentes países, ofreciendo oportunidad a los diseñadores británicos emergentes a promocionar sus productos fuera de Londres.

Otro evento grande es la Semana de la Moda (London Fashion Week), plataforma digital donde minoristas y consumidores pueden ver y comprar colecciones.

Importante destacar que como resultado de todas las iniciativas y políticas implementadas por los gremios y apoyo gubernamental que recibe la industria, Reino Unido exporta anualmente aproximadamente un total de US\$9 mil millones. Esta cifra incluye accesorios, prendas de vestir y calzados y textiles.





## 5.3 Brasil

La industria de la indumentaria en Brasil es destacada a nivel global por su profesionalismo, creatividad y tecnología.

La Asociación Brasileña de Industria Textil y de la Confección, mejor conocida como ABIT, cuenta con un área de comercio exterior encargada de defender los intereses del sector en temas de comercio exterior con el gobierno brasileño, entidades industriales y organismos internacionales.

La ABIT ha implementado algunas acciones para beneficio de las empresas socias, de las cuales comunican las siguientes :

- **Datos estadísticos sobre comercio exterior en la cadena textil y de la confección:** elabora datos mensuales de exportaciones e importaciones brasileñas del sector.
- **Negociaciones Internacionales:** acompaña las negociaciones sobre acuerdos comerciales y defiende la posición del sector en estos acuerdos; asesora a las

empresas asociadas en los acuerdos que ya existen en puntos como la regla de origen y las preferencias arancelarias.

- **Operaciones de Comercio Exterior:** acompaña y propone cambios en la legislación relacionada con temas de comercio exterior; ayuda a los miembros a aclarar dudas sobre los procedimientos y la legislación de comercio exterior brasileños.
- **Inteligencia competitiva:** elabora datos y estudios que asisten a las empresas en sus estrategias para ingresar a los mercados internacionales.
- **Barreras comerciales:** monitorea las barreras comerciales en terceros mercados y promueve acciones con el gobierno brasileño para mitigarlas con el fin de facilitar el acceso de las exportaciones brasileñas al mercado externo; asesora a las empresas asociadas en la aclaración de dudas sobre las barreras identificadas.
- **Internacionalización:** programa de Internacionalización en alianza con Apex-Brasil , Texbrasil , que trabaja con empresas del sector textil y de confección para desarrollar estrategias para conquistar el mercado global.

<sup>7</sup> Información extraída de: Comércio exterior. Abit. (n.d.). recuperado el 1ero de Agosto, 2022, de <https://www.abit.org.br/cont/comercio-exterior>

<sup>8</sup> <https://portal.apexbrasil.com.br/>

<sup>9</sup> El programa de internacionalización Texbrasil fue creado entre la ABIT y Apex-Brasil (Agencia Brasileña de Promoción del Comercio y la Inversión).



El programa de internacionalización Texbrasil asiste a las empresas en todas las etapas de su proceso de exportación, ayudando desde la preparación de un principiante hasta la acción de una marca ya internacionalizada. Ha ayudado a las empresas brasileñas durante 22 años, y logrado recaudar un aproximado de USD \$9 mil millones y a promover unas 1,600 marcas en el comercio exterior. Los principales servicios que ofrecen son los siguientes (TexBrasil, s.f.):

- **Información:** suministro de datos estratégicos en los mercados internacionales que ayudan a las empresas en la toma de decisiones. Además, proveen información a los compradores, inversores y empresarios interesados en la industria textil
- **Negocios:** acciones de promoción de empresas a nivel internacional a través de diversas plataformas, como ferias internacionales, showrooms, desfiles y la llegada de compradores internacionales a Brasil, entre otros. Auguran a los compradores internacionales a conocer las marcas nacionales con el fin de acordar ventas de acuerdo con el perfil de la oferta nacional.
- **Imagen:** actividades para desarrollar la presencia de empresas en el mercado internacional, a través de viajes de periodistas a Brasil y contratación de relaciones con la prensa internacional. Algo importante que ha logrado la Agencia de Promoción de Comercio e Inversión de Brasil (Apex-Brasil) en alianza con

otras entidades de la moda brasileña es el lanzamiento de un proyecto llamado Brasil Fashion Now, que consiste en la creación de un espacio exclusivo para las marcas brasileñas en plataforma digital.

El objetivo de dicho proyecto es presentar, facilitar y generar exportaciones de productos brasileños para minoristas internacionales, un modelo conocido como B2B.

#### **Incentivos:**

Existe un régimen llamado Tarifas EX, acción implementada por el Ministerio de Economía de Brasil, que consiste en una reducción temporal de la tasa del impuesto a la importación de maquinarias, bienes de TI, y telecomunicaciones y equipo cuando no existe una producción nacional equivalente.

En general, el impuesto a la importación de bienes de capital es del 12% y 14% y el de los bienes de informática y telecomunicaciones del 12%, 14% y 16%. A través de la tarifa Ex, el impuesto se ha reducido a un 0%. (Gobierno de Brasil, 2022)

#### **Grandes marcas brasileñas:**

En los últimos años algunas de las marcas brasileñas han logrado tomar una fama importante a nivel internacional, entre estas se pueden mencionar: Havainas, Grendene, Mormaii, Elbus, Colcci, Bia Brasil, Alessa, entre otras.





## 5.4 Turquía

La industria textil y de la moda turca es reconocida a través del mundo. Para el 2021, exportaron un total de US\$ 18.3 mil millones, contribuyendo en un 16% al total exportado del país, de esta forma estableciendo la importancia del sector a la economía turca.

En la actualidad los esfuerzos se concentran en aumentar los canales de distribución y de mercadeo, pues se encuentran abriendo tiendas y cadenas de tiendas a nivel internacional. Como estrategia a su objetivo de aumentar la presencia de la moda turca a nivel mundial, se han motivado a participar de distintas ferias y shows donde se puedan exhibir sus creaciones. (Dirección General de Exportaciones, 2022)

**De las principales ferias planteadas para el 2022 se encuentran:**

- Moda Nupcial IF 2022 Esmirna, Feria de Vestidos de Novia Internacional, Sacos y Vestidos de novia, <http://ifwedding.izfas.com.tr/home>
- Fashion Week Istanbul, <https://fashionweek.istanbul/>
- CNR Fashionist Evening Gowns, Wedding Dresses and Suits Fair, (Ready to Wear, Fashion, Fabrics, Garment Industries), Estambul, <http://www.fashionist.com.tr/en/>

**Dentro de las principales asociaciones que se encuentran apoyando el sector de modas y textiles son los siguientes :<sup>10</sup>**

- Turkish Fashion and Apparel Federation, esta federación fue establecida en 2007 como la primera organización paraguas del sector, en esta se reúnen 11 asociaciones sectoriales y regionales del país. La federación tiene como objetivo proteger el interés del sector, para contribuir con el desarrollo y la creación de visión para el futuro, con el poder de unidad en cada plataforma y nivel.
- Istanbul Textile and Raw Materials Exporters' Association, Es una institución líder que representa a los exportadores de materias primas y textiles de Turquía con más de 7,000 miembros. Los miembros de ITHIB que operan en todo el país producen y exportan todo tipo de productos textiles, como hilados, fibras, telas, textiles para el hogar, textiles técnicos y subindustria de prendas de vestir.





- Uludag Apparel and Clothing Exporters' Association (UHKIB), El Cluster Of Industry 4.0 Integration se constituye de 18 empresas líderes ubicadas en Turquía, Bursa. Con el enfoque de agrupación, se pretende que las empresas reunidas en torno a necesidades y objetivos colectivos formen un clúster para lograr una sinergia y proporcionen una ventaja competitiva. Desde enero de 2021, UHKIB tiene un total de alrededor de 942 miembros activos. Se estimó que, en 2020, las exportaciones totales de la Asociación ascendieron a 738.3 millones de dólares.

- Aegean Clothing Manufacturers Association, reúne empresas que operan en diferentes ramas del sector con su amplia oferta. Además, brindan capacitaciones con el fin de incrementar la competitividad nacional e internacional de los miembros; se realizan viajes técnicos y organizaciones de participación/visita en ferias extranjeras para examinar la evolución de los mercados mundiales; organiza comités de adquisiciones en el extranjero y visitas al extranjero para encontrar nuevos clientes y mercados.

---

<sup>10</sup> <http://www.mhgf.org.tr/>  
<https://www.ihkib.org.tr/tr>  
<https://uib.org.tr/en/default.html>  
<https://egsd.org.tr/tr/hakkimizda/egsd-hakkinda/>



## 6. Casos de Éxito en la Industria

### 6.1. Carolina Socías

Carolina Socías creó su sello autónomo en 2013, aspirando a colocar a la República Dominicana en el centro del reconocimiento internacional. Sus creaciones artísticas son una forma de expresar la necesidad y el deseo de amar, vivir y elevar la cultura dominicana a un contexto global. Su misión es crear piezas de diseño favorecedores para mujeres. Lo que mejor sabe hacer: que las mujeres se sientan empoderadas en su propia piel con diseños que exaltan sus atributos.

Desde 2012, mientras dirigía su propia marca de moda, Socías trabajó junto y como diseñadora de la icónica marca dominicana, Jenny Polanco. Un rol que le dio un conocimiento inigualable en la industria, brindándole la experiencia necesaria para administrar una marca y comprender el proceso de producción de principio a fin. Esta experiencia le dio las herramientas necesarias para el negocio de comercio minorista y la distribución en la industria de la moda local. Al sumergirse en el mundo de Polanco, reafirmó un profundo amor por su país, que despertaría su necesidad de usar su trabajo como vehículo para resaltar su cultura.

En el 2017 abre su primera tienda en Santo Domingo.

Después de años de luchas para encontrar fabricantes, abrió su taller en 2020 para supervisar todas sus producciones y garantizar una calidad excepcional. Pionera en su mercado, ofrece su espacio a otras marcas de slow fashion para apoyar y motivar la producción local sin importar mínimos.

## Perfil de la empresa

En el 2018 – 2019 participan en la feria de negocios CABANA, Miami/ NYC y SWIMSHOW Trade show posicionando y creando brandawareness. Durante estos primeros dos años las ventas mayoristas fueron mínimas, pero fueron abriendo camino a la marca.

El mayor reto para una marca emergente dentro de un mercado tan agresivo como lo es el de la categoría swim/resort es tener un producto que compita en el mercado, y que tenga un ADN de marca muy bien definido; Evolucionar con lo que el mercado busca como lo son los temas: eco-amigable, sostenibilidad y fair trade.

Con la llegada de la pandemia lograron fortalecer el mercado dominicano, supliendo la alta demanda local, retomando la relación directa con los clientes, lo que permitió afianzar los criterios y ADN de la marca. Duplicaron el equipo de trabajo y se prepararon para la apertura global de mercado. Además, el crecimiento del online shopping fue otro mercado que evolucionó en ventas mensuales.

Para el 2021 CABANA, Miami, CS Beachwear logró obtener ordenes de compradores de tiendas en Jordania, Miami, y Puerto Rico.

Actualmente han tenido presencia en tiendas boutique en Miami, Puerto Rico, España y Jordania.

Han logrado concentrar su producción en un taller propio, teniendo control total de la línea de producción, así aumentando la producción y la calidad del producto terminado. Lograron una distribución en 5 puntos de ventas y al mismo tiempo continuaron las consultorías y asesorías para el proceso de ventas mayoristas en el mercado internacional. Además, lograron entrar al equipo de terminación a mano, dos bordadoras/tejedoras fijas.

Cabe destacar que, los logros alcanzados han sido en un período de desarrollo de 10 años. Indican que el éxito ha sido el resultado de metas claras, constancia y paciencia. Socías además señala que el mundo de la moda es muy cambiante, rápido y fácil de distraer y su recomendación a los diseñadores

sería, “permitirte cometer errores, reconocerlos; entender que la pasión debe de ir balanceada con el negocio detrás de la moda, ser paciente y fiel al objetivo que se busca a largo plazo”. De igual forma augura a asesorarse de profesionales en cada etapa que sea necesaria, y a respetar los procesos.

Asimismo, Socías expresa la importancia de, “Pensar que el éxito no es individual sino circular pues un equipo de empleados felices hace un resultado extraordinario”. Carolina valora el otorgar participación y crecimiento digno a los colaboradores, no sólo monetaria, sino que igualmente dando herramientas que los ayuden a superarse de manera personal, pues indica que es la única forma de crear una transformación social.

Expresan que siguen trabajando en el posicionamiento de la marca ya que son una marca joven. Recientemente trabajan con dos asesores, un asesor fiscal y una Asesora de sales & press para el tema de expansión en el mercado internacional.





## 6.2. Cristina Núñez

La reconocida artesana Cristina Núñez, nació en Moca y se graduó de Licenciada en Contabilidad y Auditoría en la UNPHU y luego realizó un Master en Comercio Internacional en CEDOPEX. Fue profesora de Contabilidad de Costos en la Universidad Mundial. Se familiarizó con la artesanía en Quito, Ecuador dónde aprendió la técnica del chapado. Así fue refinando la técnica en diferentes cursos en escuelas nacionales e internacionales. De la mano del Ministerio de Turismo ha participado en innumerables ferias alrededor del Mundo como lo son: ITB de Berlín, FITUR en Madrid, ITB en Pequin, ITB en Shangai, IBTM en México D.F., IBTM en Guadalajara, MIT en Moscú, entre otras.

Manejó la escuela de gestión cultural a través del Ministerio de Cultura. Desde hace 30 años maneja su taller de diseño y artesanía siendo suplidora de las tiendas más importantes de este país, exportando también a Puerto Rico, España e Italia.



Cartera tipo sobre

## Perfil de su Marca

Cristina Núñez inició a trabajar en el mundo de las artesanías en el año 1996, su oferta de productos para ese entonces consistía en botones para ropa, de jícara de coco y cuerno de vaca.

Al pasar los años, la marca ha crecido en volumen de operaciones, y se ha adentrado ante el mundo de las exportaciones. Conjuntamente, se han desarrollado en términos de calidad.

La presencia de la empresa en el mercado internacional ha ido aumentando en cantidad de artículos exportados y en cantidad de mercados en los que ha entrado. En los principios, sólo se producían botones y estos eran vendidos internacionalmente, la gran mayoría a fábricas italianas. Mientras ha pasado el tiempo, la presencia en las diferentes ferias internacionales ha sido más frecuente y el público para los bienes también. Los diseños fueron evolucionando, y, por lo tanto, el público, hoy en día hay mayor cantidad de productos, como lo son las carteras de cuerno, los clutches chapados en hueso, cuerno, larimar y ámbar, como también las carteras y sobres de banana y cana.

A pesar de que, a sus inicios, las oportunidades podían haber sido menos, y los retos a superar eran intrincados y numerosos, Cristina logró sacar su marca hacia adelante. Tal como ella indica “la perseverancia se impuso” y esta fue la clave para salir hacia adelante.

Si algo le recomienda a las demás empresas desde su experiencia y arduo trabajo por años, es que estén listos para perseverar, esta fue su clave o factor de éxito y es aquello que le desea transmitir a los demás diseñadores y artesanos.





### 6.3. Laura Tosato

Laura Tosato, diseñadora dominicana de raíces italianas, es la mente creativa detrás de estas joyas que representan la joyería dominicana desde el 2004, mezclando metales con piedras autóctonas de la República Dominicana, como el Larimar y el Ámbar. Sus colecciones reúnen pasión por la naturaleza, buen gusto, amor por su país y una profunda mirada al interior propio, desembocando en piezas únicas que satisfacen los gustos más exigentes de la mujer moderna que busca emociones en cada rincón del mundo. Más de 20 colecciones de trayectoria, de la mano de artesanos dominicanos que elaboran delicadamente cada pieza, garantizan los más altos estándares del mercado. Laura Tosato Jewelry Collection es representada por la imagen de una libélula, por todos sus atributos que la identifican con la diseñadora. Estos elementos juntos, con ideas siempre innovadoras, son los que brindan un resultado único, que cada vez llega más lejos en el mundo de las joyas.

## Perfil de su Marca



En su principio, Laura Tosato comenzó a exportar a clientes con tiendas independientes fuera de República Dominicana. A través de los años han evolucionado y ahora cuentan con distribuidores que representan la marca en los Estados Unidos, en México, Qatar y Dubái. Cabe destacar que lograron ser la primera marca de joyería dominicana en una multinacional fuera del país, estableciéndose en Sears México. Dentro de los planes de crecimiento se encuentra el finalizar los contratos de distribución en Japón y la Unión Europea, para posteriormente cerrar contratos en Centro y Sur América. De esta forma, convirtiéndose en una de las marcas pioneras de joyería dominicana en los mercados internacionales.

Actualmente tienen presencia en distintos mercados, pero ha sido un proceso en el que han tenido que superar retos. Dentro de aquellos, destacan la estandarización de las piezas, la capacitación de artesanos, y la delegación de funciones. También cabe destacar el financiamiento para Capital de Trabajo y el reclutamiento del personal que sea idóneo en áreas como ventas, despacho y finanzas. Estos elementos en su tiempo han representado desafíos, pero no han impedido el crecimiento de la marca, sino que, al ser superados, la fortalecieron y provocaron en ella organización.

Cuando le preguntamos a Laura Tosato cuáles fueron algunos factores de éxito para su marca nos indicó que se debe tener una misión y visión definidas, al saber dónde quieres llegar,

trabajarás en base a eso y podrás vivirlas día tras días con todo el equipo. Además, comentó, “Perseverar sin mirar atrás, ver los obstáculos como oportunidades, aprender de los errores eliminando las debilidades.” Entendemos entonces, que los obstáculos estarán, pero es importante verlos como ocasiones para sacarle provecho.

En cuanto a recomendaciones para las demás empresas y marcas, Tosato sugirió que se debe buscar ayuda de especialistas externos en aquellos puntos en donde se encuentran debilidades, “nunca dejar de aprender cosas nuevas en su mercado para constantemente mejorar en todas las áreas, tener mentores. No tener miedo a pedir, preguntar, indagar...” y además señala que el compartir experiencias con las demás personas da crecimiento.



## 7. Perspectiva Comercial para la República Dominicana

La República Dominicana es un país con riquezas y talentos que, además, posee el potencial para convertirse en un líder del sector a nivel regional. Una estrategia clara desde dentro del sector y desde el gobierno contribuirá a cubrir las necesidades de tan importante industria.

Cabe destacar que la industria de la moda en el país se encuentra dispersa, esto a pesar de las diferentes entidades que buscan potencializarla. Uno de los factores que impiden lograr este objetivo, es que dicho sector industrial aún no ha logrado la suficiente madurez de cohesión y coordinación necesaria que los identifique como una sólida unidad productiva y no como individuos impulsados por la fuerza de su talento personal.

Dentro de los puntos a tomar en cuenta, se enfatiza que una gran parte de los diseñadores dominicanos subcontratan la confección con otras empresas locales y extranjeras.

Otro factor importante, a considerar, resulta es el uso de los couriers como medio de transporte para las exportaciones de los productos de moda. Este hecho añade complejidad al análisis ya que carece de un punto de vista integral del comercio del sector.

Hay que tomar en consideración que, la industria de la moda es un sector bien valorado y considerado como un factor de desarrollo importante en la economía dominicana, dado a los empleos e ingresos que genera, por lo que se entiende que una coordinación efectiva de la industria y el gobierno, con el propósito de impulsar una agenda de para afianzar el posicionamiento de la industria de la moda dominicana en los distintos escenarios internacionales.

El crecimiento y desarrollo de la industria de la moda en República Dominicana está concatenado con lo correspondiente al sector textil que, en su conjunto ha liderado las exportaciones básicamente procedentes del sector de Zonas Francas. Sin embargo, al momento de expresar el alcance de la industria y la ruta a seguir para incrementar las exportaciones de sus productos, tanto las empresas, diseñadores particulares y personalidades ligadas al sector, se muestra la imposibilidad de adelantar criterios y conclusiones definitivas sobre el futuro cerca de esta industria, puesto que su internacionalización está siendo dirigida por los hombros de productos (bienes y servicios) relacionados directamente tanto con los textiles, joyería, bisutería y la industria del cuero y del calzado.

Los eventos que han servido como agentes promotores de esta industria, tienen principalía en la presentación de determinadas prendas que son las que definen la industria. Así, las categorías se muestran en vestuarios y accesorios que, en el orden de las pasarelas locales, son exhibidas con el objetivo de llevarlos a la internacionalización; de esa manera, se persigue no sólo la internacionalización del producto, sino de la industria y la moda en conjunto.



## 7.2. La estructura en la Conformación de la Cadena de Moda

La industria de la moda es un fenómeno con demostrado arraigo económico y social a escala internacional; empero, su accionar está íntimamente vinculado a elementos culturales. Evidentemente, y como se indica en el acápite referente a la conformación sectorial; los componentes de esta industria están vinculados y se originan en el comportamiento y hábitos de las sociedades; por tanto, las líneas de producción y las cadenas de valor de la industria resultan en extremo complejas por dos razones fundamentales: por el lado de la demanda, se encuentran distintos segmentos de mercado desde los rasgos étnicos, personalidad, edades y géneros hasta tamaños con gustos y preferencias y, por el lado de la oferta, la creación de un nuevo producto no está orientado hacia la satisfacción de la demanda, sino que surge a partir del poder creativo de la persona como expresión se ego.

A lo anterior se agregan ciertas connotaciones socioeconómicas de la oferta en su composición de líneas de productos, sean bienes o servicios para complacer y atender los requisitos de los consumidores. En este orden, se establecen los detalles en torno a patrones culturales con las formas de vestir y sus cambiantes modelos, el uso de prendas de pieles y cueros, los accesorios relacionados con joyería. Y, más que la prenda en sí misma, el prestigio del creador es lo que otorga valor al producto.

Esta estructura, tanto en lo relativo a la demanda como en la oferta, obliga a la identificación de ciertos elementos particulares que inciden al momento de las empresas y organizaciones de la industria al proceder a definir el mix de marketing y los diseños con los

que entrarán en un determinado mercado, cumpliendo previamente con los requisitos estacionales que inciden en la industria de la moda. Los criterios propuestos para cada estación del año son marcadamente diferentes. Lo mismo ocurre con los diseños en términos de las tradiciones y de los aspectos culturales de los pueblos y sociedades.

El grado de especificidad de la demanda debe ser un elemento clave a considerar por los agentes creativos de moda y propulsores de la industria. En ese orden, se destaca lo relativo a la incorporación de modelos y certificaciones con sellos de calidad en cuanto a los estándares de los servicios con las puntualizaciones y exigencias de los consumidores de modas a escala global.

En el proceso de visualización de la complejidad de la industria de la moda, se precisa entender que esta actividad está conformada por un conjunto de productos y servicios que permiten a los usuarios y consumidores mantener conceptos de valorización personales y sentimentales, gozar de la experiencia de utilizar un bien tangible, como es el caso de un tipo especial de vestuario, una prenda de joyería de oro o un calzado de piel genuina. Además, el diseñador se encuentra con el inconveniente de interpretar el valor de la intangibilidad del placer de sentir sin palpar, la belleza, la sensación de los colores, así como una correcta valoración de los patrones futuros en términos de demanda; en determinados casos, se evidencia que algunos relacionan un atuendo de vestir con una característica o propiedad de la naturaleza y, hasta asociar la suavidad de una prenda de vestir con el propio clima.

En este contexto, el demandante de bienes del sector de la moda considera esa valoración como parte





de la experiencia de satisfacción que le brinda y la oferta que se genera a propósito de una cadena de valor en la que intervienen un conjunto de actores que concretizan un producto calificado por el consumidor como un contenido de valor que retribuye fielmente al cliente el precio pagado.

En el caso de República Dominicana, si se establece un parangón con la actividad del sector turístico y se traduce al concepto de la moda, se puede concluir que la diversificación y fortalecimiento de la industria se puede alcanzar con la articulación de una real cadena de valor en donde confluyan las sinergias de los sectores público y privado creando espacios con inversiones que apadrinen la expansión del sector moda<sup>11</sup>.

En República Dominicana es posible plantear que, el enfoque de cadena de valor permite incorporar nuevos actores y servicios para la industria de la moda, y mejorar la orquestación inter-eslabones para, de esa forma, arribar

a la consolidación de una industria de moda acorde con las exigencias de los nuevos tiempos y con claros ribetes de competitividad en su ruta hacia la internacionalización.

En atención a las características y naturaleza de la industria de la moda en República Dominicana, y con los rasgos de dispersión que muestra el comportamiento del sector, los actores implicados de manera directa o indirecta en la cadena de valor forman parte de un sistema de provisión de servicios en el que la colaboración es clave para lograr solidificar la industria, afianzar el sector como referente cultural, creación de empleos y, además, con una distribución más equitativa de los beneficios que se generan al interior de la industria.

Un posible esquema sucinto con algunos elementos para la incorporación de la moda y su cadena de valor, para arribar a los mercados internacionales, se presenta a continuación.

---

<sup>11</sup> Ver Stefanie Garry y Nahuel Oddone "El fortalecimiento de las cadenas de valor turísticas en los espacios rurales" publicado en [https://www.academia.edu/40455652/El\\_fortalecimiento\\_de\\_las\\_cadenas\\_de\\_valor\\_turísticas\\_en\\_los\\_espacios\\_rurales?email\\_work\\_card=title](https://www.academia.edu/40455652/El_fortalecimiento_de_las_cadenas_de_valor_turísticas_en_los_espacios_rurales?email_work_card=title)

- ➔ Existencia de unidades personales aisladas generadoras de emprendimiento.
- ➔ Unificación en clúster de unidades productoras y su desarrollo.
- ➔ Caracterización de los procesos manufactureros de la industria sin dispersión.
- ➔ Diseño conjunto de estrategias de marketing mix para los productos de la industria.
- ➔ Promoción y comercialización ajustada de diseños y productos para insertarlos en los Mercados Internacionales.

*Fuente: Elaboración propia basada en la estructura y observación del sector.*





### 7.3. Mix de Marketing de la Industria en la Moda

En todo esquema de mercado considerando una industria, se precisa conocer la composición de los elementos constitutivos del contenido del marketing para, de esa manera, proceder a determinar el proceso a seguir en la colocación del producto en el destino y su direccionalidad hacia el consumidor final. Cuando se habla del marketing mix, se consideran los componentes tradicionales del marketing de un producto. Desde hace más de 60 años, el concepto de marketing mix fue utilizado para incluir los elementos conocidos como las 4P's (plaza, producto, precio, promoción), las cuales se consideran como la ejecución del marketing más efectivo de la empresa, puesto que toma en consideración el conjunto de las variables con las que dispone toda empresa para alcanzar sus propósitos de comercialización de sus productos de manera más eficiente.

En una síntesis llana, se puede afirmar que el marketing mix tiene como objetivo principal "analizar el comportamiento de los mercados y de los consumidores, para generar acciones que busquen retener y fidelizar a los clientes mediante la satisfacción de sus necesidades". Respecto a la industria de la moda, la descripción se realiza mediante la interpretación de esas 4P's a partir de una consideración más cercana

y en consistencia con los tiempos modernos y partiendo de los esquemas tecnológicos y digitales. En ese sentido, en un mundo digital, la industria de la moda debe articular una estrategia de marketing fundamentada en adaptar sus diseños para acercarlos al mercado y promoverlos en un contexto digital, potenciando geométricamente el alcance de su labor de promoción.

<sup>12</sup> Ver Emanuel Oliveira Peralta, *Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo* <https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>

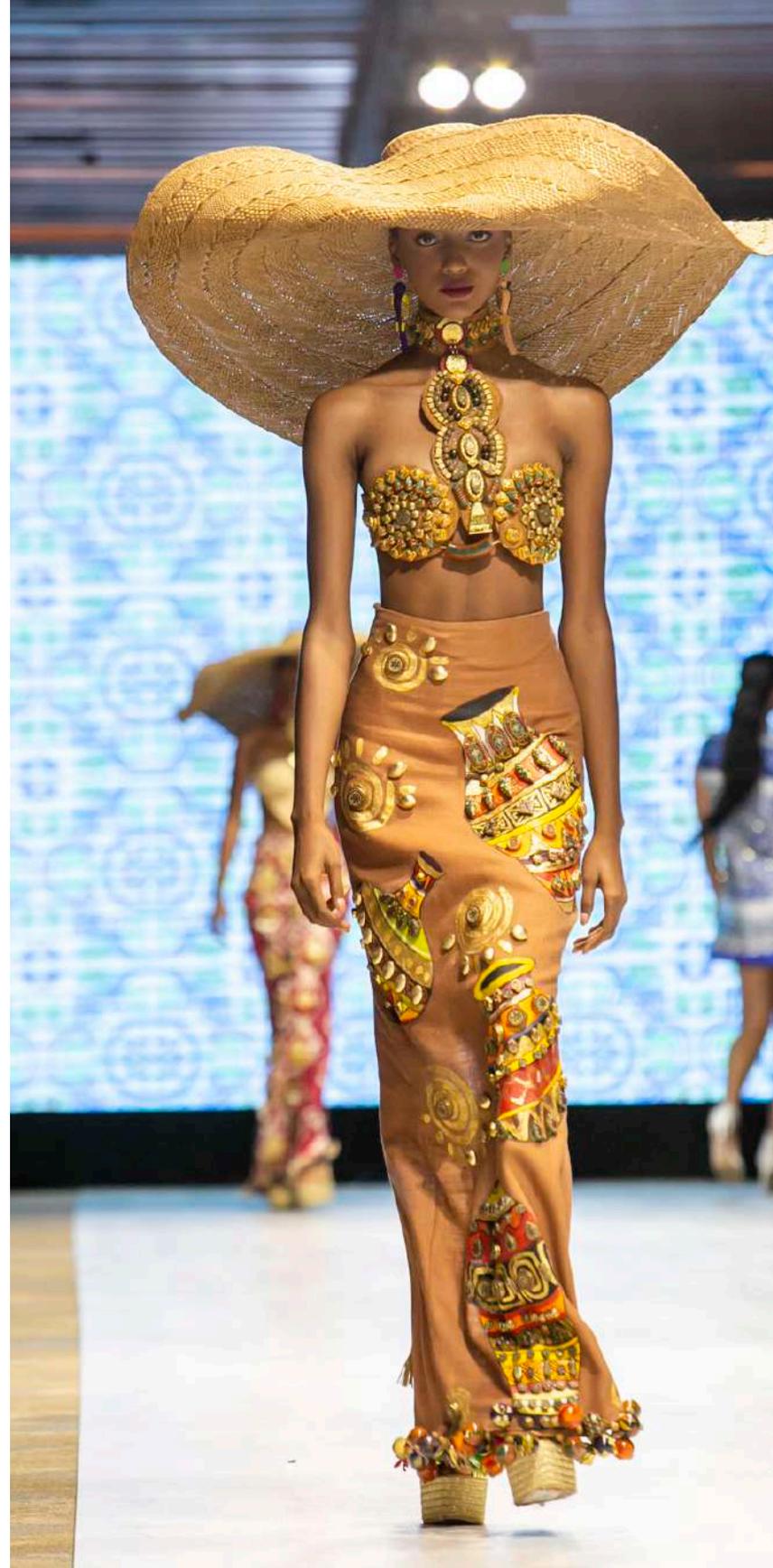
## 7.4. El Enfoque del Mix Actual de la Moda

Todo el instrumental del mix en la moda, debe ser consistente con el propósito de acercar los productos hasta el consumidor, porque de esa manera se facilita el proceso de un mejor y más rápido involucramiento de las distintas organizaciones que tienen unidas en la meta de “lograr que el consumidor de moda adquiera el producto en el lugar, la manera y en el momento que lo desee o que sea el más adecuado para él”<sup>13</sup>. De tal manera que, para lograr su propósito resulta totalmente necesario que las cuatro variables del marketing mix se combinen con total coherencia y actúen simultáneamente para combinarse de tal manera que resulte en la obtención de los resultados esperados.

En un mundo globalizado y de mercados cambiantes, la industria de la moda no es la excepción; por tanto, debe mostrar resiliencia ante la estacionalidad y, mantenerse atento a los cambios en el comportamiento del consumidor de modas, para presentar ofertas novedosas de manera continua. Con anterioridad al nuevo milenio, las organizaciones y diseñadores de productos de moda acudían a la elaboración de sus productos a partir de los objetivos de producción de las empresas; sin embargo, las transformaciones en los mercados, en lo concerniente a los cambios en los patrones de consumo, obligan a un enfoque basado en el protagonista del mercado: el cliente <sup>14</sup>.

<sup>13</sup> Ver *Distribución en el Marketing mix de Moda*: <https://marketingalamoda.com/everything-about/distribucion-en-moda/>

<sup>14</sup> Ver Roberto Espinosa, *El marketing mix: Las 4PS*



Atendiendo al mix de las empresas, y con una visión desde el productor como ente protagónico, la determinación de las 4PS se realizaba partiendo de ciertas cuestiones asociadas con variables como las siguientes:



### Producto:

¿Qué productos diseñaré, lanzaré y colocaré en el mercado?



### Precio:

¿Cuál será el precio que asignaré para vender el producto?



### Plaza:

¿En qué mercado colocaré el producto o dónde se venderá?



### Promoción:

¿Cuál será el método que utilizaré para promocionar el producto?

Basado en estos planteamientos, el diseñador asumía que él era el actor principal del marketing y tenía su orientación con un enfoque de oferta. Hoy, la moda y los diseños se centran en el cliente, que es quien pone las normativas del mercado. Visto estas líneas en unas perspectivas modernas, los diseños y productos de la industria de la moda se orientan al marketing mix desde la óptica de la demanda de los consumidores de moda<sup>15</sup>.

En la tercera década del siglo XXI, la óptica del mercado de bienes y servicios en la industria de la moda han de orientarse fundamentalmente hacia los clientes, partiendo de un enfoque y productos diseñados en torno a las necesidades de los clientes, lo cual implica considerar una eficiente valoración de los costos de producción para alcanzar la satisfacción de la demanda sin penalizar la función de beneficios.

Asimismo, repensar los canales mediante los cuales será más conveniente atender la demanda de los clientes resulta una tarea esencial en la nueva sociedad digital; y finalmente, los productores de moda están en la obligación de identificar los medios de difusión más idóneos para comunicar al cliente la promoción del producto. En resumen, para la industria de la moda de los tiempos modernos, resulta mandatorio “estudiar las necesidades de nuestros clientes y desarrollar el producto para ellos”. Este es el enfoque de la industria de la moda basado en la demanda, la cual siempre está determinada por los gustos y preferencias del cliente.

<sup>15</sup> Ver Op. Cit. Roberto Espinosa, *El marketing mix: Las 4PS*



## 8. Recomendaciones

### ENCADENAMIENTO E INTERNACIONALIZACIÓN

Para lograr el alcance de una expansión real de la industria de moda y su incorporación directa al mercado externo, siguiendo un adecuado proceso de internacionalización, resulta pertinente que a lo interno del sector, el ámbito local, se genere un proceso de encadenamiento que englobe las unidades productoras de bienes complementarios así como aquellas empresas directamente vinculadas a la producción de materias primas como las industrias textiles y así lograr una horizontalidad de toda la industria de la moda a nivel nacional.

De ser posible, resulta pertinente la creación de un sistema tipo “club” o “clúster” de la moda en donde la competencia no resulte a lo interno sino más bien, en un benchmarking, con la industria misma de la región para alcanzar el posicionamiento de cada prenda de moda, independientemente del sector al que pertenezca, sea esta joyería, calzados, cueros, textiles y demás accesorios que conforman el sector.

En el caso de la creación de ese club o clúster, quedarán superadas las individualidades y con la asociatividad se estará creando un esquema que garantiza el aprovechamiento de la economía de escalas, reducción de costos, estandarización y calidad de los productos, sean estos bienes o servicios directamente relacionados con la industria de moda.

Este proceso busca la creación de un espacio al interno de la economía y, por ende, facilitar para el cruce de fronteras de los bienes generados, creando la posibilidad de competir con los bienes iguales que se generan en otras latitudes y donde la industria haya recibido el impulso sea esta antigüedad o por la exploración de mercados o incentivos de los países donde operen.

***Partiendo de lo anterior, se considera importante tomar algunas acciones que contribuyan al fortalecimiento y así lograr un mejor posicionamiento de la industria, se recomienda lo siguiente:***

#### **Crear un clúster:**

Crear una zona dónde se vinculen todas las empresas y diseñadores dominicanos de las diferentes categorías de diseño. Esto facilitará atender las necesidades futuras o existentes del sector, estimulando así a la creación de nuevas empresas de igual forma promoviendo la cooperación y competitividad entre estas. Este elemento está relacionado con las medidas del Plan Nacional del Fomento a las exportaciones respecto a clústeres y asociatividad y vinculados a las exportaciones de bienes de este sector.

### **Régimen especial para la importación de materias primas:**

Adopción de una ley, norma o programa de gobierno donde se otorguen incentivos u otros beneficios como la reducción del impuesto a la importación de tejidos. Se resalta la Ley 84-99 de Admisión Temporal que beneficia las empresas con la internación de materias primas importadas para generar productos que luego serán exportados.

### **Crear un espacio o salón de exhibición única, permanente y exclusivo para las marcas dominicanas:**

Con el objetivo de dar a conocer las colecciones, transmitir un mensaje al público a través de los diseños, en una zona estratégica, logrando así que turistas se interesen en visitar el espacio y posteriormente en adquirir dichas piezas y sirvan de portavoz. En el caso de dominicana moda, ha sido un centro más bien promocional y ha servido como plataforma para las actividades de negocios de la industria.

### **Ofrecer capacitaciones técnicas en comercio exterior y buenas prácticas de fabricación (BPF):**

Proporcionar a las empresas recibir información y asesoramiento de los temas más relevantes, como lo son las normativas que rigen en otros países, las oportunidades comerciales que pueden tener sus productos en el mercado internacional, los mercados con mejor acogida y los beneficios que otorgan algunos países con los que República Dominicana tiene acuerdos comerciales. Apoyo a iniciativas emprendedoras de exportación de bienes y servicios, sustentadas en programas de capacitación en buenas prácticas y terminación, con el fin de cumplir con las normas de calidad.

### **Creación de una plataforma online:**

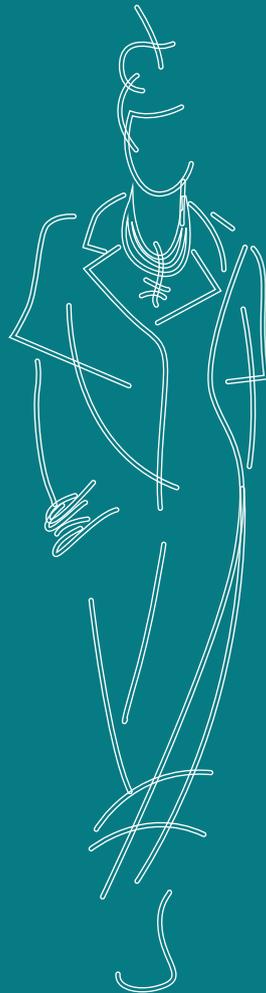
Crear un espacio en el que se muestren las marcas a clientes. Las mismas se pueden dividir en dos categorías: las plataformas de venta, es decir tienda electrónica donde se venda directamente al consumidor final; y plataforma B2B, espacio donde se podrán ofrecer los productos a comercios minoristas permita hacer transacciones en línea al servicio del exportador dominicano. (Esta iniciativa ya se encuentra en discusión).

### **Promoción intensiva de los desfiles y eventos de moda nacionales:**

Realizar campañas publicitarias en toda la ciudad, hacer uso de las redes sociales, de igual forma incluir también a los aeropuertos con el objetivo de conectar de manera directa con el público nacional y extranjero.

### **Realizar focus group o grupos focales:**

Con el objetivo de conocer las opiniones, puntos de vista, planes y estrategias de los diseñadores.





# ANEXOS



## 8. ANEXOS

### Anexo 1.1. Listado de las Principales Empresas Exportadoras de Moda 2021

NOMBRE DE LA EMPRESA			
1	RIO DE LA PLATA IMPORT & TRADING S R L	28	JOSE MIGUEL RICARDO PIMENTEL
2	AGUA MENTA SRL	29	NUROAN SRL
3	CPD BOUTIQUES LLC	30	ANA SRL
4	GRISELANGEL PAULA VENTURA	31	ASOCIACION DE ARTESANOS Y SERVICIOS MARINOS INC
5	CARIBBEAN CRYSTAL SOCIETY DOMINICANA S R L	32	ROSA ADANNY MARIBEL JIMENEZ UREÑA
6	BIJOU DOMINICANA S R L	33	NOSART BUSINESS SRL
7	AUSTRAL DOMINICANA 77 SRL	34	TIOCA S A
8	PERSIO ABREU S R L	35	JUANA IRIS LIRANZO RODRIGUEZ
9	LOUIS VUITTON REPUBLICA DOMINICANA SRL	36	CALZASTUR S A
10	JUAN BOJOS C POR A	37	INVERSIONES ALEDOM SRL
11	DIAMONDS INTERNATIONAL SRL	38	TALLER VIDA PLENA SM SRL
12	LITTLE SWITZERLAND SRL	39	TALLER DE JOYERIA GARCIA MARTE SRL
13	EMILIO RADHAMES ZAPATA MENA (DAKA BLUE AMBAR)	40	SUBLIME BY PARIS SRL
14	MARIA DEL CARMEN GOICOCHEA LAZCANO	41	MONTRESA USA LLC
15	EFFECTOS LMR SRL	42	MICHAEL ROTHSTEIN
16	SAM NISSIM	43	FASHION USA ATHLETICS DR S R L
17	SUPLY ARTE PAREO O & M SRL	44	DOMEPO IMPORT SRL
18	MIRA DISENOS SRL	45	DREAM TEXTILES SRL
19	EL PALACIO DE LAS GUAYABERAS DIAZ SRL	46	COSITA LINDA EIRL
20	CREACIONES FLERIDA S R L	47	CARIMAGE SRL
21	LANDOLT DANIEL JURGEN	48	CREACIONES ALBA C POR A
22	CONSORCIO ARTESANAL DOMINICANO SRL	49	FREDDIE EUGENIO CARRAU REYES
23	DANNYGER MANUFACTURING SRL	50	JOACHIM AUGUST HOFMANN
24	EZIGNA GROUP SRL	51	RUBEN DARIO MERCEDES
25	HARRISON S R L	52	MILDRED VIRGINIA OGANDO GARCIA
26	JOSEPH FARID HADEED	53	JOLDANA ALTAGRACIA GUZMAN REYNOSO
27	INVERSIONES CORIANDER SRL	54	BATU WEAR SRL

## 1.2. ANEXOS

### Partidas Arancelarias Seleccionadas para el Estudio

	4202.21 - Bolsos de mano "carteras", incl. con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de cuero ...
	4202.22 - Bolsos de mano "carteras", incl. con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de hojas ...
	4202.29 - Bolsos de mano "carteras", incl. con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de fibra ...
42 - Manufacturas de cuero; artículos de guarnicionería y de talabartería; artículos de viaje; bolsos de mano y componentes similares; manufacturas de tripa.	4202.31 - Billeteras, portamonedas, llaveros, petacas, pitilleras, bolsas para tabaco y demás artículos ...
	4202.32 - Billeteras, portamonedas, llaveros, petacas, pitilleras, bolsas para tabaco y demás artículos ...
	4202.39 - Billeteras, portamonedas, llaveros, petacas, pitilleras, bolsas para tabaco y demás artículos ...
	4202.91 - Sacos "bolsas" de viaje, sacos "bolsas" aislantes para alimentos y bebidas, bolsas de aseo, ...
	4203.10 - Prendas de vestir, de cuero natural o cuero regenerado (exc. complementos "accesorios" de vestir, ...
	4203.21 - Guantes y manoplas, concebidos especialmente para la práctica del deporte, de cuero natural ...
	4203.29 - Guantes, mitones y manoplas, de cuero natural cuero regenerado (exc. concebidos especialmente ...
	4203.30 - Cintos, cinturones y bandoleras, de cuero natural cuero regenerado
	4203.40 - Complementos "accesorios" de vestir, de cuero natural cuero regenerado (exc. guantes, mitones ...

- 6101.20 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de algodón, para ...
- 6101.30 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de fibras sintéticas ...
- 6101.90 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de materia textil, ...
- 6102.10 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de lana o pelo ...
- 6102.20 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de algodón, para ...
- 6102.30 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de fibras sintéticas ...
- 6102.90 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de materia textil, ...
- 6103.00 - - - De lana o pelo fino
- 6103.10 - Anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de materia textil, para hombres o niños (exc. ...)
- 6103.21 - Conjuntos de punto, de lana o pelo fino, para hombres o niños (exc. monos y conjuntos de esquí ...)
- 6103.22 - Conjuntos de punto, de algodón, para hombres o niños (exc. monos y conjuntos de esquí y trajes ...)
- 6103.23 - Conjuntos de punto, de fibras sintéticas, para hombres o niños (exc. monos y conjuntos de esquí ...)
- 6103.29 - Conjuntos de punto, de materia textil, para hombres o niños (exc. de lana o pelo fino, de algodón ...)
- 6103.31 - Chaquetas "sacos" de punto, de lana o pelo fino, para hombres o niños (exc. cazadoras y artículos ...)
- 6103.32 - Chaquetas "sacos" de punto, de algodón, para hombres o niños (exc. cazadoras y artículos simil.)
- 6103.33 - Chaquetas "sacos" de punto, de fibras sintéticas, para hombres o niños (exc. cazadoras y artículos ...)
- 6103.39 - Chaquetas "sacos" de punto, de materia textil, para hombres o niños (exc. de lana o pelo fino, ...)
- 6103.41 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto, ...
- 6103.42 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto, ...
- 6103.43 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto, ...
- 6103.49 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto, ...
- 6104.13 - Trajes sastre de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. monos de esquí y trajes ...)
- 6104.19 - Trajes "ambos o ternos", de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de fibras ...)
- 6104.21 - Conjuntos de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. conjuntos de esquí y trajes ...)
- 6104.22 - Conjuntos de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. conjuntos de esquí y trajes de baño)

61 - Prendas y complementos de vestir, de punto.

- 6104.23 - Conjuntos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. conjuntos de esquí y trajes ...)
- 6104.29 - Trajes sastre de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de algodón o de fibras ...)
- 6104.31 - Chaquetas "sacos" de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. cazadoras y artículos ...)
- 6104.32 - Chaquetas "sacos" de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. cazadoras y artículos simil.)
- 6104.33 - Chaquetas "sacos" de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. cazadoras y artículos ...)
- 6104.39 - Chaquetas "sacos" de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de lana o pelo fino, ...)
- 6104.41 - Vestidos de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. combinaciones)
- 6104.42 - Vestidos de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. combinaciones)
- 6104.43 - Vestidos de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. combinaciones)
- 6104.44 - Vestidos de punto, de fibras artificiales, para mujeres o niñas (exc. combinaciones)
- 6104.49 - Vestidos de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de lana o pelo fino, de algodón ...)
- 6104.51 - Faldas y faldas pantalón de punto, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. enaguas)
- 6104.52 - Faldas y faldas pantalón de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. enaguas)
- 6104.53 - Faldas y faldas pantalón de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. enaguas)
- 6104.59 - Faldas y faldas pantalón de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de lana o ...)
- 6104.61 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de punto, ...
- 6104.62 - Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de algodón, para mujeres ...
- 6104.63 - Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de fibras sintéticas, ...
- 6104.69 - Pantalones, pantalones con peto, calzones y pantalones cortos de punto, de materia textil, ...
- 6105.10 - Camisas de punto, de algodón, para hombres o niños (exc. camiones, "T-shirts" y camisetas)
- 6105.20 - Camisas de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños (exc. camiones, ...)
- 6105.90 - Camisas de punto, de materia textil, para hombres o niños (exc. de algodón o de fibras sintéticas ...)
- 6106.10 - Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. "T-shirts" ...)
- 6106.20 - Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres ...
- 6106.90 - Camisas, blusas y blusas camiseras, de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. ...)
- 6107.11 - Calzoncillos de punto, de algodón, para hombres o niños

- 6107.12 - Calzoncillos de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños
- 6107.19 - Calzoncillos de punto, de materia textil, para hombres o niños (exc. de algodón o de fibras ...)
- 6107.21 - Camisones y pijamas, de punto, de algodón, para hombres o niños (exc. camisetas)
- 6107.22 - Camisones y pijamas, de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños (exc. ...)
- 6107.29 - Camisones y pijamas, de punto, de materia textil, para hombres o niños (exc. de algodón o de ...)
- 6107.91 - Albornoces de baño, batas de casa y artículos simil., de punto, de algodón, para hombres o ...
- 6107.99 - Albornoces de baño, batas de casa y artículos simil., de punto, de materia textil, para hombres ...
- 6108.11 - Combinaciones y enaguas, de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas ...
- 6108.19 - Combinaciones y enaguas, de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de fibras ...)
- 6108.21 - Bragas "bombachas, calzones" de punto, de algodón, para mujeres o niñas
- 6108.22 - Bragas "bombachas, calzones" de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o ...
- 6108.29 - Bragas "bombachas, calzones" de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de algodón ...)
- 6108.31 - Camisones y pijamas, de punto, de algodón, para mujeres o niñas (exc. "T-shirts", camisetas ...)
- 6108.32 - Camisones y pijamas, de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas (exc. ...)
- 6108.39 - Camisones y pijamas, de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de algodón de ...)
- 6108.91 - Saltos de cama, albornoces de baño, batas de casa y artículos simil., de punto, de algodón, ...
- 6108.92 - Saltos de cama, albornoces de baño, batas de casa y artículos simil., de punto, de fibras sintéticas ...
- 6108.99 - Saltos de cama, albornoces de baño, batas de casa y artículos simil., de punto, de materia ...
- 6109.10 - T-shirts y camisetas, de punto, de algodón
- 6109.90 - T-shirts y camisetas, de punto, de materia textil (exc. de algodón)
- 6110.11 - Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de lana ...
- 6110.19 - Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos similares, de punto, de pelo ...
- 6110.20 - Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de algodón ...
- 6110.30 - Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de fibras ...
- 6110.90 - Suéteres "jerseys", "pullovers", cardiganes, chalecos y artículos simil., de punto, de materia ...

- 6111.20 - Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de algodón, para bebés (exc. gorras)
- 6111.30 - Prendas y complementos "accesorios" de vestir, de punto, de fibras sintéticas, para bebés (exc. ...)
- 6111.90 - Accesorios para bebés de material textil, de punto o fibras sintéticas (exc. de algodón, de ...)
- 6112.11 - Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte "chandales", de punto, de algodón
- 6112.12 - Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte "chandales", de punto, de fibras sintéticas
- 6112.19 - Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte "chandales", de punto, de materia textil (exc. ...)
- 6112.20 - Monos "overoles" y conjuntos de esquí, de punto
- 6112.31 - Bañadores de punto, de fibras sintéticas, para hombres o para niños
- 6112.39 - Bañadores de punto, de materia textil, para hombres o para niños (exc. de fibras sintéticas)
- 6112.41 - Bañadores de punto, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas
- 6112.49 - Bañadores de punto, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de fibras sintéticas)
- 6113.00 - Prendas de vestir confeccionadas con tejidos de punto de las partidas 5903, 5906 ó 5907
- 6114.20 - Prendas de vestir especiales, para usos específicos "p.ej., profesional, deportivo, etc.", ...
- 6114.30 - Prendas de vestir especiales, para usos específicos "p.ej., profesional, deportivo, etc.", ...
- 6114.90 - Prendas de vestir especiales, para usos específicos "p.ej., profesional, deportivo, etc.", ...
- 6115.10 - Calcetería de materiales textiles, de punto o fibras sintéticas (exc. medias para varices y ...)
- 6115.19 - Calzas, "panty-medias" y leotardos, de punto, de materia textil (exc. de fibras sintéticas, ...)
- 6115.21 - Calzas, "panty-medias" y leotardos, de punto, de fibras sintéticas, de título < 67 decitex ...
- 6115.29 - Calzas, "panty-medias" y leotardos, de punto, de materia textil (exc. calcetines de fibras ...)
- 6115.92 - Medias, calcetines y artículos simil., incl. para varices, de punto, de algodón (exc. calzas, ...)
- 6115.94 - Medias, calcetines y artículos simil., incl. para varices, de punto, de lana o pelo fino (exc. ...)
- 6115.95 - Medias, calcetines y artículos simil., incl. para varices, de punto, de algodón (exc. calzas, ...)
- 6115.96 - Calcetines, de punto, de fibras sintéticas (exc. medias de mujer de título < 67 decitex por ...)
- 6115.99 - Medias, calcetines y artículos simil., incl. para varices, de punto, de materia textil (exc. ...)
- 6116.10 - Guantes, mitones y manoplas, de punto, impregnados, recubiertos o revestidos con plástico o ...

- 6116.91 - Guantes, mitones y manoplas, de punto, de lana o pelo fino (exc. para bebés)
- 6116.92 - Guantes, mitones y manoplas, de punto, de algodón (exc. los impregnados, recubiertos o revestidos ...)
- 6116.93 - Guantes, mitones y manoplas, de punto, de fibras sintéticas (exc. los impregnados, recubiertos ...)
- 6116.99 - Guantes, mitones y manoplas, de punto, de materia textil (exc. de lana o pelo fino, de algodón ...)
- 6117.10 - Chales, pañuelos para de cuello, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de punto
- 6117.80 - Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, de punto, n.c.o.p. (exc. chales, pañuelos ...)
- 6117.90 - Partes de prendas o de complementos "accesorios" de vestir, de punto, n.c.o.p.

62 - Prendas y complementos de vestir,  
excepto los de punto.

- 6201.12 - Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de algodón, para hombres o niños ...
- 6201.13 - Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de fibras sintéticas o artificiales, ...
- 6201.19 - Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de materia textil, para hombres ...
- 6201.20 - N/D
- 6201.30 - N/D
- 6201.40 - N/D
- 6201.90 - ND
- 6201.91 - Anoraks, cazadoras y artículos simil., de lana o pelo fino, para hombres o niños (exc. de punto, ...
- 6201.92 - Anoraks, cazadoras y artículos simil., de algodón, para hombres o niños (exc. de punto, así ...
- 6201.93 - Anoraks, cazadoras y artículos simil., de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o ...
- 6201.99 - Anoraks, cazadoras y artículos simil., de materia textil, para hombres o niños (exc. de lana ...
- 6202.11 - Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de lana o pelo fino, para mujeres ...
- 6202.12 - Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de algodón, para mujeres o niñas ...
- 6202.13 - Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de fibras sintéticas o artificiales, ...
- 6202.19 - Abrigos, impermeables, chaquetones, capas y artículos simil., de materia textil, para mujeres ...
- 6202.20 - N/D
- 6202.30 - N/D
- 6202.40 - N/D
- 6202.90 - N/D
- 6202.91 - Anoraks, cazadoras y artículos simil., de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. de punto, ...
- 6202.92 - Anoraks, cazadoras y artículos simil., de algodón, para mujeres o niñas (exc. de punto, así ...
- 6202.93 - Anoraks, cazadoras y artículos simil., de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o ...
- 6202.99 - Anoraks, cazadoras y artículos simil., de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de lana ...
- 6203.11 - Trajes "ambos o ternos" de lana o pelo fino, para hombres o niños (exc. de punto, así como ...
- 6203.12 - Trajes "ambos o ternos" de fibras sintéticas, para hombres o niños (exc. de punto, así como ...
- 6203.19 - Trajes "ambos o ternos" de materia textil, para hombres o niños (exc. de lana o pelo fino o ...
- 6203.22 - Conjuntos de algodón, para hombres o niños (exc. de punto, monos "overoles", conjuntos de esquí ...



- 6203.23 - Conjuntos de fibras sintéticas, para hombres o niños (exc. de punto, monos "overoles", conjuntos ...
- 6203.29 - Conjuntos de materia textil, para hombres o niños (exc. de lana o pelo fino, de algodón o de ...
- 6203.31 - Chaquetas "sacos" de lana o pelo fino, para hombres o niños (exc. de punto, así como cazadoras ...
- 6203.32 - Chaquetas "sacos" de algodón, para hombres o niños (exc. de punto, cazadoras y artículos simil.)
- 6203.33 - Chaquetas "sacos" de fibras sintéticas, para hombres o niños (exc. de punto, cazadoras y artículos ...
- 6203.39 - Chaquetas "sacos" de materia textil, para hombres o niños (exc. de lana o pelo fino, de algodón ...
- 6203.41 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de lana o ...
- 6203.42 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón, ...
- 6203.43 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de fibras ...
- 6203.49 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de materia ...
- 6204.11 - Trajes sastre, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como monos de ...
- 6204.12 - Trajes sastre, de algodón, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como monos de esquí y trajes ...
- 6204.13 - Trajes sastre, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como monos de ...
- 6204.19 - Trajes sastre, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de lana o pelo fino, de algodón ...
- 6204.21 - Conjuntos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como conjuntos de esquí ...
- 6204.22 - Conjuntos de algodón, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como conjuntos de esquí y trajes ...
- 6204.23 - Conjuntos de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como conjuntos de ...
- 6204.29 - Conjuntos de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de lana o pelo fino, de algodón o de ...
- 6204.31 - Chaquetas "sacos" de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como cazadoras ...
- 6204.32 - Chaquetas "sacos" de algodón, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como cazadoras y artículos ...
- 6204.33 - Chaquetas "sacos" de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como cazadoras ...
- 6204.39 - Chaquetas "sacos" de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de lana o pelo fino, de algodón, ...
- 6204.41 - Vestidos de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como combinaciones)
- 6204.42 - Vestidos de algodón, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como combinaciones)

- 6204.43 - Vestidos de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como combinaciones)
- 6204.44 - Vestidos de fibras artificiales, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como combinaciones)
- 6204.49 - Vestidos de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de lana o pelo fino, de algodón, de ...)
- 6204.51 - Faldas y faldas pantalón, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como ...)
- 6204.52 - Faldas y faldas pantalón, de algodón, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como las enaguas)
- 6204.53 - Faldas y faldas pantalón, de fibras sintéticas, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como ...)
- 6204.59 - Faldas y faldas pantalón, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de lana o pelo fino, ...)
- 6204.61 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de lana o ...
- 6204.62 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de algodón, ...
- 6204.63 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", de fibras ...
- 6204.69 - Pantalones largos, pantalones con peto, pantalones cortos "calzones" y "shorts", para mujeres ...
- 6205.10 - Camisas de lana o pelo fino, para hombres o niños (exc. de punto, así como camisones y camisetas)
- 6205.20 - Camisas de algodón, para hombres o niños (exc. de punto, así como camisones y camisetas)
- 6205.30 - Camisas de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños (exc. de punto, así como ...)
- 6205.90 - Camisas de materia textil, para hombres o niños (exc. de lana o pelo fino, de algodón, de fibras ...)
- 6206.10 - Camisas, blusas y blusas camiseras, de seda o desperdicios de seda, para mujeres o niñas (exc. ...)
- 6206.20 - Camisas, blusas y blusas camiseras, de lana o pelo fino, para mujeres o niñas (exc. de punto ...)
- 6206.30 - Camisas, blusas y blusas camiseras, de algodón, para mujeres o niñas (exc. de punto y camisetas)
- 6206.40 - Camisas, blusas y blusas camiseras, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas ...
- 6206.90 - Camisas, blusas y blusas camiseras, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de seda o ...)
- 6207.11 - Calzoncillos, incl. los largos y los "slips", de algodón, para hombres o niños (exc. de punto)
- 6207.19 - Calzoncillos, incl. los largos y los "slips", de materia textil, para hombres o niños (exc. ...)
- 6207.21 - Camisones y pijamas, de algodón, para hombres o niños (exc. de punto, así como camisetas y ...)



- 6207.22 - Camisones y pijamas, de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños (exc. de punto, ...
- 6207.29 - Camisones y pijamas, de materia textil, para hombres o niños (exc. de algodón, de fibras sintéticas ...
- 6207.91 - Camisetas interiores, albornoces de baño, batas de casa y artículos simil., de algodón, para ...
- 6207.99 - Camisetas interiores, albornoces de baño, batas de casa y artículos simil., para hombres o ...
- 6208.11 - Combinaciones y enaguas, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas (exc. de ...
- 6208.19 - Combinaciones y enaguas, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de fibras sintéticas ...
- 6208.21 - Camisones y pijamas, de algodón, para mujeres o niñas (exc. de punto, así como camisetas y ...
- 6208.22 - Camisones y pijamas, de fibras sintéticas o artificiales, para mujeres o niñas (exc. de punto, ...
- 6208.29 - Camisones y pijamas, de materia textil, para mujeres o niñas (exc. de algodón, de fibras sintéticas ...
- 6208.91 - Camisetas interiores, bragas "bombachas, calzones", incl. las que no llegan hasta la cintura, ...
- 6208.92 - Camisetas interiores, bragas "bombachas, calzones", incl. las que no llegan hasta la cintura, ...
- 6208.99 - Camisetas interiores, bragas "bombachas, calzones", incl. las que no llegan hasta la cintura, ...
- 6209.20 - Prendas y complementos de vestir de algodón (exc. ??de punto y sombreros, pañales y servilletas ...
- 6209.30 - Prendas y complementos de vestir de fibras sintéticas (exc. ??de punto y sombreros, pañales ...
- 6209.90 - Prendas y complementos de vestir de materias textiles (excepto los de algodón o de fibras sintéticas, ...
- 6210.10 - - Con productos de las partidas 56.02 o 56.03:
- 6210.20 - Prendas de vestir del tipo de las citadas en las subpartidas 6201.11 a 6201.19, cauchutadas ...
- 6210.30 - Prendas de vestir del tipo de las citadas en las subpartidas 6202.11 a 6202.19, cauchutadas ...
- 6210.40 - Prendas de vestir confeccionadas con tejidos distintos de los de punto, cauchutados o impregnados, ...
- 6210.50 - Prendas de vestir confeccionadas con tejidos distintos de los de punto, cauchutados o impregnados, ...
- 6211.11 - Bañadores para hombres o niños (exc. de punto)
- 6211.12 - Bañadores para mujeres o niñas (exc. de punto)
- 6211.20 - Monos "overoles" y conjuntos de esquí (exc. de punto)
- 6211.32 - Prendas de vestir para entrenamiento o deporte "chandales", así como otras prendas de vestir, ...
- 6211.33 - Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte "chandales", así como otras prendas de vestir, ...

- 6211.39 - Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte "chandales", así como otras prendas de vestir, ...
- 6211.42 - Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte "chandales", así como otras prendas de vestir, ...
- 6211.43 - Conjuntos de abrigo para entrenamiento o deporte "chandales", así como otras prendas de vestir, ...
- 6211.49 - Mujeres o niñas y otras prendas de vestir, n.c.p. de materiales textiles (excepto de lana, pelo ...
- 6212.10 - Sostenes "corpiños" de todo tipo de materia textil, incl. elásticas y de punto
- 6212.20 - Fajas y fajas braga "fajas bombacha" de todo tipo de materia textil, incl. elásticas y de punto ...
- 6212.30 - Fajas sostén "fajas corpiño" de todo tipo de materia textil, incl. elásticas y de punto
- 6212.90 - Corsés, tirantes "tiradores", ligas y artículos simil. y sus partes, incl. las partes de sostenes, ...
- 6213.20 - Pañuelos de bolsillo, cuyos lados sean de longitud  $\leq 60$  cm, de algodón (exc. de punto)
- 6213.90 - Pañuelos de bolsillo, cuyos lados sean de longitud  $\leq 60$  cm, de materia textil (exc. de algodón ...
- 6214.10 - Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de ...
- 6214.20 - Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de ...
- 6214.30 - Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de ...
- 6214.40 - Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de ...
- 6214.90 - Chales, pañuelos de cuello, pasamontañas, bufandas, mantillas, velos y artículos simil., de ...
- 6215.10 - Corbatas y lazos simil., de seda o desperdicios de seda (exc. de punto)
- 6215.20 - Corbatas y lazos simil., de fibras sintéticas o artificiales (exc. de punto)
- 6215.90 - Corbatas y lazos simil., de materia textil (exc. de seda o desperdicios de seda, de fibras ...
- 6216.00 - Guantes, mitones y manoplas
- 6217.10 - Complementos "accesorios" de vestir confeccionados, de todo tipo de materia textil, n.c.o.p. ...
- 6217.90 - Partes de prendas o de complementos "accesorios" de vestir, de todo tipo de materia textil, ...



64 - Calzados, polainas, botines y artículos análogos; partes de estos artículos.

- 6401.10 - Calzado impermeable con suela de metal, cuya parte sup. no esté unida a la suela por costura ...
- 6401.92 - Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o de plástico, cuya parte superior ...
- 6401.99 - Calzado impermeable con suela y parte superior de caucho o de plástico, cuya parte superior ...
- 6402.12 - Calzado de esquí y calzado para la práctica de "snowboard" "tabla para nieve", con suela y ...
- 6402.19 - Calzado de deporte con suela y parte superior de caucho o plástico (exc. calzado impermeable ...
- 6402.20 - Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico, con la parte superior de tiras o bridas ...
- 6402.91 - Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico, con puntera metálica de protección ...
- 6402.99 - Calzado con suela y parte superior de caucho o plástico (exc. el que cubra el tobillo o con ...
- 6403.12 - Calzado de esquí y calzado para la práctica de "snowboard" "tabla para nieve", con suela de ...
- 6403.19 - Calzado de deporte con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior ...
- 6403.20 - Calzado con suela de cuero natural y parte superior de tiras de cuero natural que pasen por ...
- 6403.40 - Calzado con suela de caucho, plástico, cuero natural o regenerado y parte superior de cuero ...
- 6403.51 - Calzado con suela y parte superior de cuero natural, que cubra el tobillo (exc. con puntera ...
- 6403.59 - Calzado con suela y parte superior de cuero natural (exc. el que cubra el tobillo o con puntera ...
- 6403.91 - Calzado con suela de caucho, plástico, cuero regenerado y parte superior de cuero natural, ...
- 6403.99 - Calzado con suela de caucho, plástico, cuero regenerado y parte superior de cuero natural (exc. ...
- 6404.11 - Calzado de deporte, incl. calzado de tenis, baloncesto, gimnasia, entrenamiento y calzados ...
- 6404.19 - Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil (exc. calzado de ...
- 6404.20 - Calzado con suela de cuero natural o regenerado y parte superior de materia textil (exc. calzado ...
- 6405.10 - Calzado con parte superior de cuero natural o regenerado (exc. con suela de caucho, plástico, ...
- 6405.20 - Calzado con parte superior de materia textil (exc. con suela de caucho, plástico o cuero natural ...
- 6405.90 - Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia distinto del caucho, el ...
- 6406.10 - Partes superiores de calzado y sus partes (exc. contrafuertes y punteras duras, así como artículos ...
- 6406.20 - Suelas y tacones "tacos", de caucho o plástico
- 6406.90 - Partes de calzado; extraíble plantillas, taloneras y artículos similares, polainas, botines ...
- 6406.99 - Partes de calzado, incluidas las partes superiores fijadas a las palmillas distintas de la



71 - Perlas finas o cultivadas, piedras preciosas y semipreciosas o similares, metales preciosos y manufacturas de estas materias; bisutería; monedas.

7113.11 - Artículos de joyería y sus partes, de plata, incl. revestida o chapada de metal precioso "plaqué" ...

7113.19 - Artículos de joyería y sus partes, de metales preciosos distintos de la plata, incl. revestidos ...

7113.20 - - De chapado de metal precioso (plaqué) sobre metal común:

7117.11 - Gemelos y pasadores simil., de metal común, incl. plateados, dorados o platinados

7117.19 - Bisutería de metal común esmaltado o no con metales preciosos (excl. como gemelos y pasadores ...

7117.90 - Bisutería (exc. de metal común, incl. plateado, dorado o platinado)

## 9. NOTAS Y REFERENCIAS

Informe sobre la Industria Textil en Italia, elaborado por la ICEX de España en el año 2018.

Página oficial del Sistema de la Moda Italiana (SMI) <https://sistemamodaitalia.com/it/>

British Fashion Council. <https://www.britishfashioncouncil.co.uk/>

Información extraída de: Comércio exterior. Abit. (n.d.). recuperado el 1ero de Agosto, 2022, de <https://www.abit.org.br/cont/comercio-exterior>

Apex Brasil. <https://portal.apexbrasil.com.br/>

El programa de internacionalización Texbrasil fue creado entre la ABIT y Apex-Brasil (Agencia Brasileña de Promoción del Comercio y la Inversión).

Fashion and Apparel Federation. <http://www.mhgf.org.tr/>

Asociación de Exportadores de Prendas de Vestir y Ropa Prêt-à-Porter de Estambul. <https://www.ihkib.org.tr/tr>

Asociación de Exportadores de Uludag. <https://uib.org.tr/en/default.html>

Asociación de Fabricantes de Ropa del Aegean. <https://egsd.org.tr/tr/hakkimizda/egsd-hakkinda/>

Stefanie Garry y Nahuel Oddone “El fortalecimiento de las cadenas de valor turísticas en los espacios rurales” publicado en [https://www.academia.edu/40455652/El\\_fortalecimiento\\_de\\_las\\_cadenas\\_de\\_valor\\_turísticas\\_en\\_los\\_espacios\\_rurales?email\\_work\\_card=title](https://www.academia.edu/40455652/El_fortalecimiento_de_las_cadenas_de_valor_turísticas_en_los_espacios_rurales?email_work_card=title)

Emanuel Oliveira Peralta, Marketing Mix: Qué es y Cómo Aplicarlo <https://www.genwords.com/blog/que-es-marketing-mix>

Distribución en el Marketing mix de Moda: <https://marketingalamoda.com/everything-about/distribucion-en-moda/>

Roberto Espinosa, El marketing mix: Las 4PS

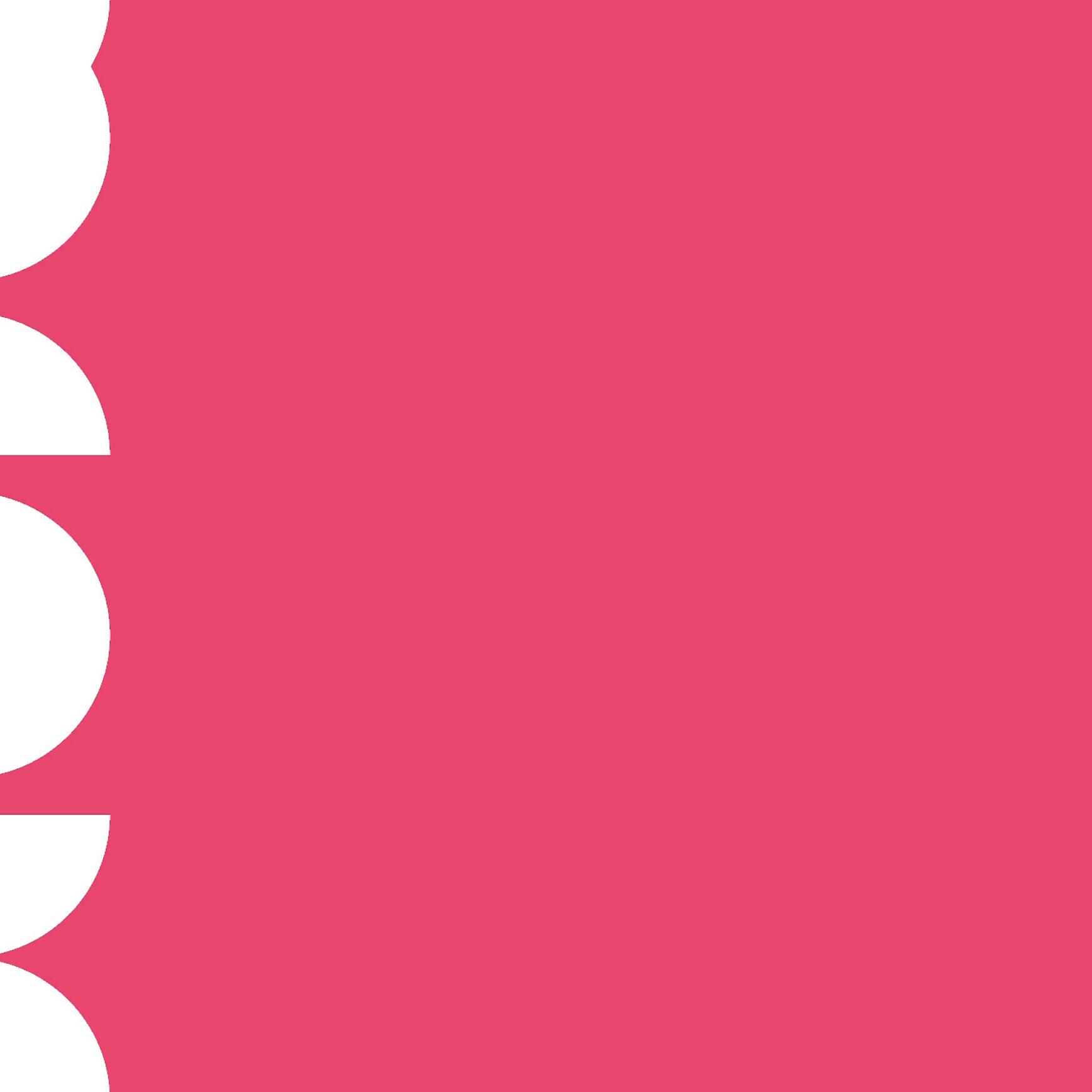
Op. Cit. Roberto Espinosa, El marketing mix: Las 4PS

Turquía. Retrieved from trade.gov.tr: <https://www.trade.gov.tr/data/5b8fd6d913b8761f041feee0/Clothing.pdf>

Gobierno de Brasil. (2022, July 25). Obtain Ex -Tariff for Capital Goods and Computer and Telecommunications Goods (BK and BIT). Retrieved from Gobierno de Brasil: <https://www.gov.br/pt-br/servicos/obter-ex-tarifario-para-bens-de-capital-e-bens-de-informatica-e-telecomunicacoes>

TexBrasil. (n.d.). Retrieved from TexBrasil: <https://texbrasil.com.br/es/viajes-de-prensa/>

UKFT. (2020). About the UK fashion and textiles industry. Retrieved from UKFT: <https://www.ukft.org/business-advice/industry-reports-and-stats/>





Situación  
de la  
Industria

en República Dominicana



PRO  
DOMINICANA