



SITUACIÓN DE LA  
**Industria de la Moda en la  
República Dominicana**

HACIA EL CRECIMIENTO Y LA INTERNACIONALIZACIÓN

TERCERA EDICIÓN | 2023







SITUACIÓN DE LA

# Industria de la Moda en la República Dominicana

HACIA EL CRECIMIENTO Y LA INTERNACIONALIZACIÓN

OCTUBRE 2023



# TABLA DE CONTENIDO

07

INTRODUCCIÓN

01

20

IDENTIFICACIÓN DEL VALOR  
ESPECÍFICO CORRESPONDIENTE A  
EXPORTACIONES DE MODA

03

46

MERCADOS POTENCIALES  
DE MODA

05

58

RECOMENDACIÓN TÉCNICA DE  
NEGOCIOS Y COMERCIO

07

20

DINÁMICA DE  
EXPORTACIONES

02

36

FLUJOS GLOBALES

04

50

¿CÓMO EMPEZÓ LA INDUSTRIA DE  
LA MODA EN LOS DISTINTOS PAÍSES  
CONSIDERADOS EXITOSOS?

06

- 6.1. FRANCIA 50
- 6.2. LA MODA EN LA ANTIGUA ROMA 51
- 6.3. ITALIA EN LA ÉPOCA MODERNA 52
- 6.4. COLOMBIA 53
- 6.5. REPÚBLICA DOMINICANA 54

---

64 LEYES E INCENTIVOS 07

---

73 ACUERDOS COMERCIALES  
VIGENTES EN REPÚBLICA  
DOMINICANA 10

---

82 LAS TECNOLOGÍAS DE  
INFORMACIÓN: UN IMPULSO  
MUNDIAL DE LA MODA 12

---

94 MODA COMO SERVICIO  
MODERNO 14

---

68 ACUERDO PRODOMINICANA  
Y FEDEX 09

---

76 HALLAZGOS 11

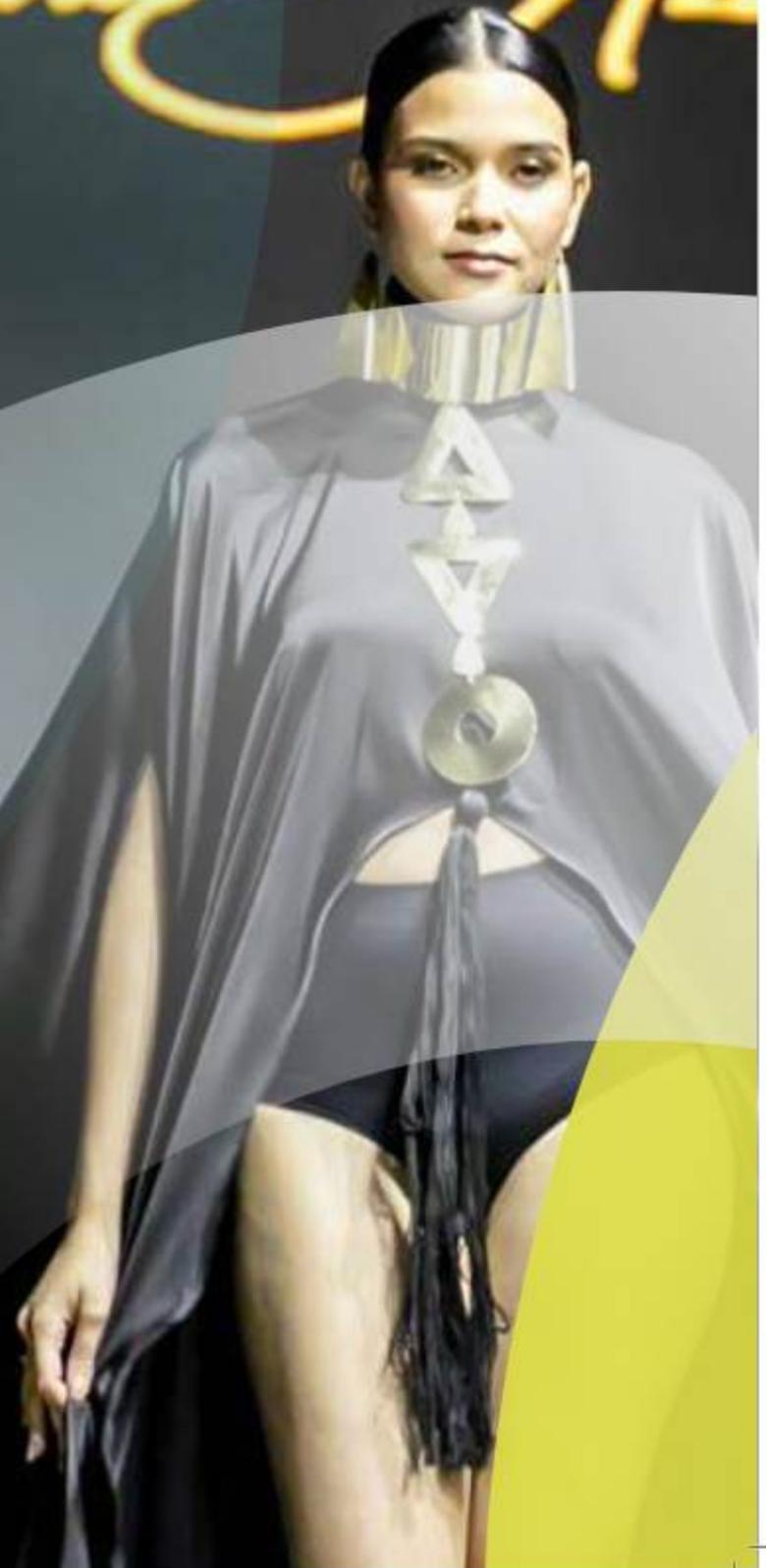
---

86 MODA Y LA ECONOMÍA  
NARANJA 13

---

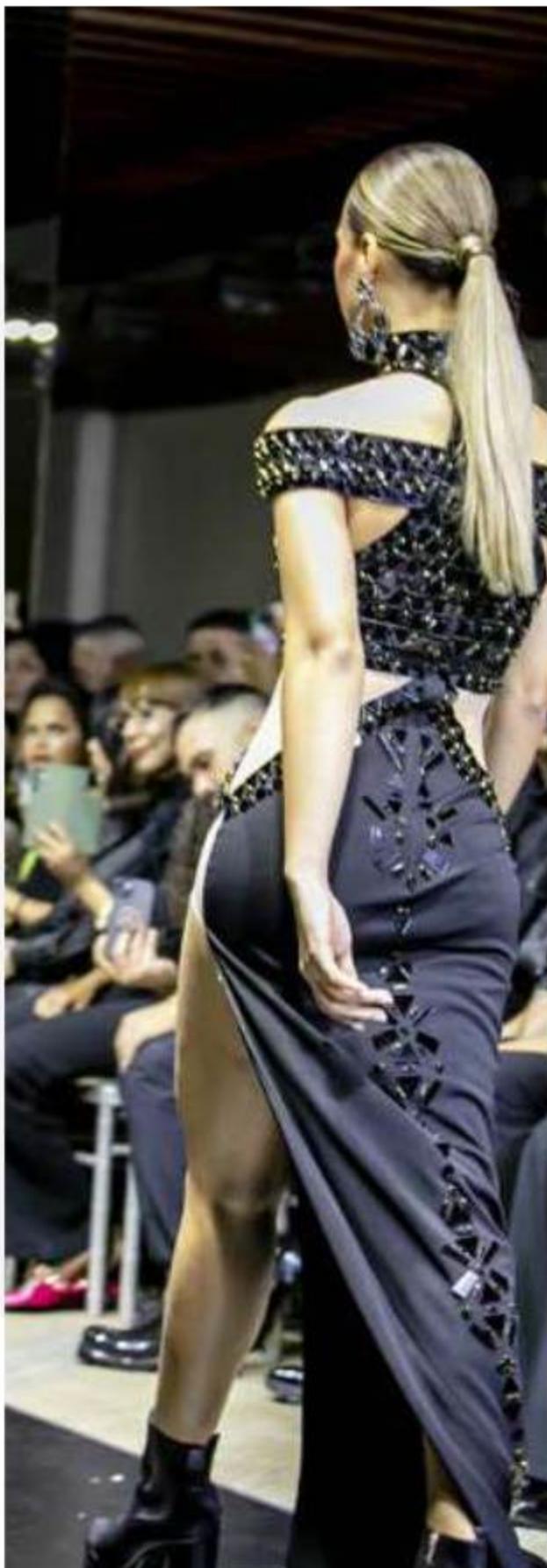
92 ANEXO 14  
13.1. EMPRESAS DOMINICANAS  
EXPORTADORAS DE MODA 94  
13.1. PARTIDAS ARANCELARIAS  
SELECCIONADAS. 94

Giannina A2



# 01

Introducción

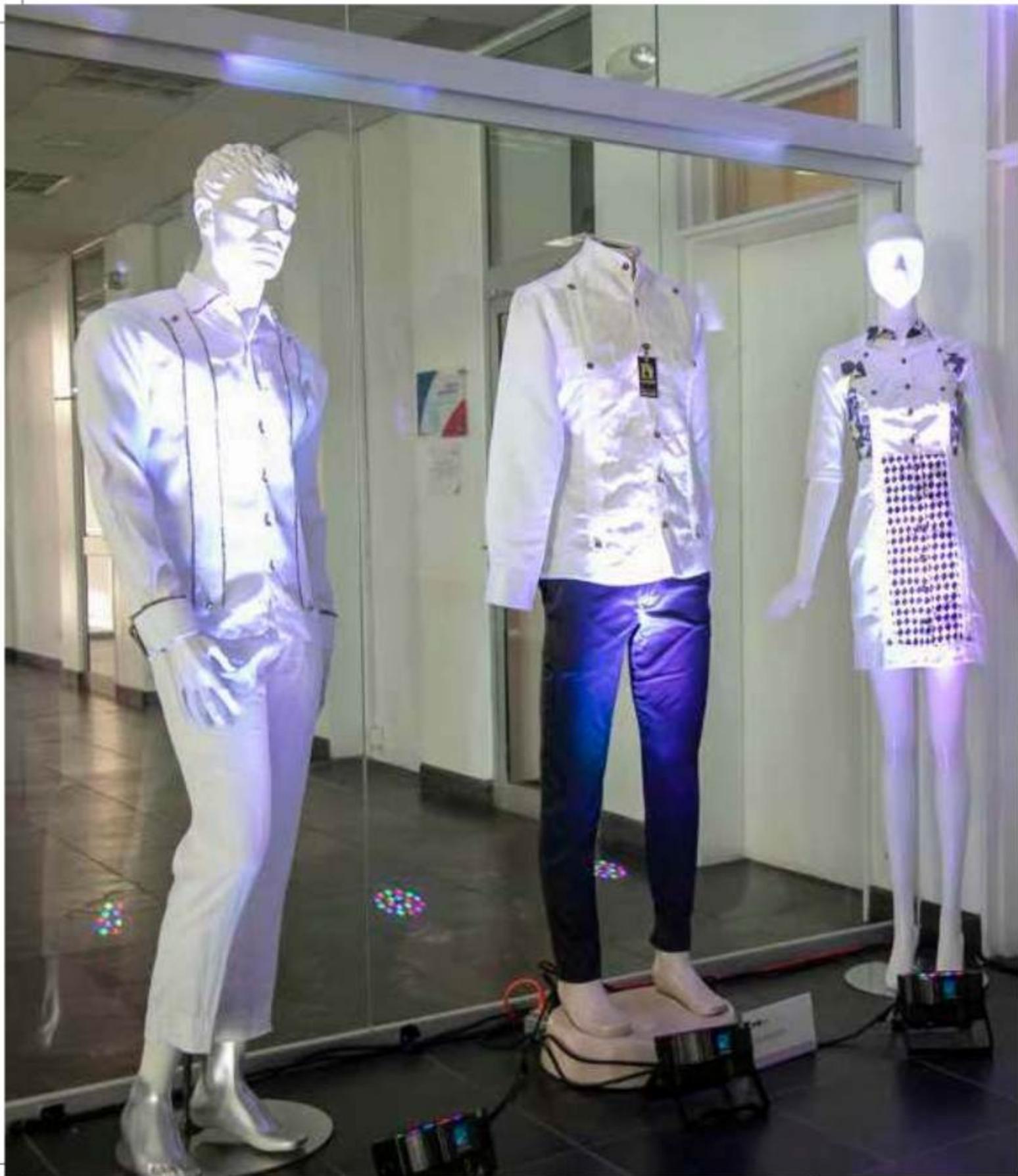


## 1. INTRODUCCIÓN

Este documento tiene como objetivo estudiar la industria de la moda en la República Dominicana y brindar una guía hacia la estructuración y la internacionalización de estas empresas, así como potencializar el valor del diseño dentro de la dinámica de las exportaciones de bienes y servicios. En este sentido, se brindarán técnicas prácticas para el comercio, además de mostrar datos claves sobre el movimiento y la dinámica de la industria.

El presente informe constituye una actualización a los datos y ampliación del contenido de la versión anterior "Situación de la Moda en la República Dominicana 2022". En este documento como principales elementos, también se muestran los procesos seguidos por diferentes países en la trayectoria de desarrollo de la industria de la moda. Se estudia la referida industria desde la perspectiva del lugar preponderante que ocupa en la denominada economía creativa, dado que ocupa un sitio de honor desde la antigüedad y, a su vez, por sus efectos favorables en el desarrollo económico de las naciones. De igual forma, se incluyen las organizaciones de moda que están presentes en el país y una descripción de sus oficios dentro del sector. Como parte esencial del presente informe, se agregan recomendaciones técnicas de negocios y comercio, donde se hace énfasis en fomentar la competitividad a nivel nacional y, posteriormente, su consolidación internacional.





*La moda y  
las marcas:  
inserción en  
un mundo  
global*



Desde el principio de los sucesivos eventos históricos que dan origen a la denominada tercera división internacional del trabajo, el comercio ha representado el instrumento más expedito para la colocación de bienes y servicios desde las zonas y regiones de mayor abundancia productiva hacia las zonas caracterizadas por su escasez y baja productividad o donde ni siquiera se producen, independientemente del motivo. En ese aspecto, en el nivel de la creación de un determinado producto, la internacionalización de las empresas ha sido considerada una vía para mejorar los volúmenes de ventas y generación de mayores niveles de rentabilidad, puesto que se aprovecha un mayor volumen de demanda y ciertos beneficios relacionados con la adquisición de divisas; de esa manera, se aprovechan actividades relacionadas con ciertos eventos característicos de los negocios, originados por la actividad económica. Tal es el caso de la existencia de ciertas estacionalidades, recesión económica y volatilidad de los precios, así como cambios bruscos en los gustos y preferencias de los consumidores. En el caso que nos ocupa, tenemos el valor de la presentación y la apariencia asociada al uso de los productos característicos de la industria de la moda. Por ello, el objetivo sintetizado del estudio de Situación de la Industria de la Moda, en su tercera versión, es investigar y analizar las estrategias de expansión de las marcas de modas nativas en un mundo caracterizado por un mayor acercamiento transfronterizo de las naciones debido a la rápida expansión de los instrumentos digitales.

La moda es considerada, en los países de mayores niveles de desarrollo económico, como uno de los sectores de mayor peso específico en la economía; como ejemplo, destacan los casos de España, Estados Unidos, China, Italia, Colombia y Turquía. En República Dominicana, de igual modo, las empresas insertadas en la industria de la moda y las marcas locales se mantienen en ascenso en sus objetivos de expandir su presencia y ganar espacio hasta llegar a ocupar ciertos nichos de mercados que le garanticen ciertos niveles de importancia en el comercio nacional y, trasladar ese éxito hacia los mercados internacionales.

En el contexto de visualización de la industria de la moda, y considerando la plenitud del sector tanto en el orden de servicios como de bienes tangibles, se tiene una real combinación que obliga a una vinculación de elementos que se identifican con términos, frases y conceptos en una relativización de la industria del diseño y de las prendas para el consumo. En esto, se plantea que cada palabra se asocia al comercio de este sector estableciendo las líneas para el aprovechamiento de las oportunidades tanto a lo interno como a lo externo y los mecanismos de las empresas para acercar el servicio a los consumidores en el ámbito de las fronteras internacionales.

En la actualidad, existe un conjunto de terminologías dentro del sector de moda que identifican la importancia del mismo y se relacionan con las estrategias de marketing de las marcas considerando la apertura comercial y los espacios digitales en la época moderna. En ese sentido se identifican elementos como: la internacionalización de las marcas, modas digitales, identificación de mercados, distribución de las marcas en los mercados y el complemento de las 4P aplicado al sector; de igual manera, productos de moda, precio de la marca, promoción de la industria y plaza de colocación de las marcas.

En el marco de un mundo donde las tecnologías de la información marcan el paso, el nivel de conocimiento de los cambios que se suceden a escala global, principalmente en la industria de la moda, son definitivamente importantes para adentrarse en el proceso de apertura de negocios, mayormente cuando ese conocimiento muestra que las relaciones de competencias del sector moda se incrementan y que la colocación de bienes en el mercado mundial amerita que los diseñadores y las empresas, además de disponer del producto, conozcan el mercado para así aprovechar esas condiciones y utilizar la comercialización para proceder a acercar sus diseños y productos al consumidor.

<sup>1</sup> Ver Pérez Gómez, Carmen "Internacionalización de las Marcas de Modas Nativas Digitales", Comillas Universidad Pontificia, Facultad de Ciencias Económicas Empresariales, Madrid, 2022.

## **SOBRE EL VALOR DEL DISEÑO DE LA MODA**

Un producto de la moda está constituido por dos (2) partes esenciales: (i) una parte intangible o diseño y, otra parte (ii) tangible: la confección, que es la representación física de diseño; ésta última persigue llevar al público consumidor el sentir recreativo del diseño; evidentemente, la confección debe reflejar el ideal contemplado en el diseño por el creador, y culminar en un producto socialmente diferenciador a la hora de vestir y socialmente deseado.

En ese sentido, los factores que contribuyen en la decisión efectiva de compra corresponden a atributos del producto, tales como calidad y diseño (Belartino, Liseras y Berges, 2016); de lo cual se infiere que, en los mercados de elevada competitividad, como es el caso de la indumentaria, los consumidores tienden a valorar más los aspectos diferenciadores que les confieren ciertos atributos a las prendas de vestir para decidir sus preferencias.

El diseño se constituye en la representación de la marca y sobre ese aspecto esencial se genera una preferencia revelada de los consumidores en lo relativo a la fidelidad a una marca determinada; varios estudios presentan resultados reveladores de que, tanto la calidad como el diseño de las prendas de vestir son atributos altamente valorados por los consumidores; sin embargo, el elemento que determina la demanda sigue siendo el diseño, debido básicamente a que está más vinculado a cierto status social.

El valor cualitativo o intangible de la marca, y su efecto diferenciador en el status social del usuario de la confección, determina en cierta medida la decisión final del consumidor en lo relativo a la compra o no de las prendas de vestir. Esto así, puesto que, según (Nannini, 2016) la moda es más que la ropa que se usa y se articula como un dispositivo disciplinario ya que en ella se ejercen diferentes relaciones de poder presentes en todos los ámbitos de la sociedad. Eso se manifiesta a través del diseño que se elija al momento de decidir qué marca preferir como consumo; de manera que, y siguiendo a (Nannini, 2016), se establece que la moda se conforma, a su vez, como un dispositivo de poder por cuanto genera y reproduce diversos gustos de forma masiva. Y, ese poder viene intrínsecamente dado por el diseño.



## ORGANIZACIONES VISIBLES EN LA INDUSTRIA

Como elementos a destacar sobre el nivel de organización, y su importancia relativa, encontramos distintas entidades que colaboran con el desarrollo y el empuje dentro del sector. Estas instituciones se desenvuelven como una voz, como promotores y como capacitadores para la industria. Algunas de estas entidades son las siguientes:



República Dominicana Fashion Week tiene como misión dar a conocer los talentos y valores de las personas participantes, de igual manera mostrar el potencial de la industria a nivel nacional e internacional. En este escenario se busca generar nuevas oportunidades que aporten a la economía.

RD Fashion Week es el evento de mayor relevancia en la industria de la Moda Nacional que tiene República Dominicana. El evento se basa en una semana de desfiles y stands promocionales de diferentes marcas.

Durante el marco de esta semana se han logrado reunir importantes diseñadores locales e internacionales quienes, de alguna manera, han impactado favorablemente en la trayectoria de la moda en el país. Con este evento, el país impulsa la moda y a la vez les brinda oportunidades a los nuevos creadores locales a proyectarse a nivel nacional e internacional.



Entidad sin fines de lucro, cuya misión es desarrollar la industria en el país, promover la capacitación en el sector, proveyendo su instituto como plataforma. Con esto buscan lograr la inserción de los distintos modistas y diseñadores 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 modistas 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 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 se ha enfocado en apoyar el impulso de sus integrantes y así lograr el desarrollo de la industria, ofreciendo Diplomados de Diseño y Confección de Modas, y creando programas que beneficien las diferentes generaciones dentro del sector.

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 neuro venta, creando así un perfil completo del empresario moderno, de cara al siglo XXI.



INDUSTRIA NACIONAL DE LA AGUJA  
(INAGUJA)

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. Tienen la responsabilidad de fomentar la creación de empresas dentro de la industria textil y contribuir a la generación de empleo como un elemento clave para alcanzar el desarrollo económico.



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 realizar la labor de representación de estos trabajadores de la moda frente a las autoridades competentes en República Dominicana. Esta asociación trabaja en la creación de vínculos entre los diseñadores y los artesanos con la finalidad de lograr mejores niveles de cooperación entre ellos que se traduzcan en una elevación de la eficiencia de la industria.



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 una mayor participación y aprovechamiento de las oportunidades internas y externas, incluyendo que se promuevan leyes que beneficien al sector.





ADITEX es una asociación legalmente constituida que agrupa en su membresía a las empresas que forma parte de las industrias de la rama textil, así como a fabricantes de ropas de 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 República Dominicana. El objetivo principal de dicha asociación es defender y representar los intereses de las empresas del sector textil en general.



Se constituye una iniciativa del Banco Popular Dominicano para apoyar el sector de la economía naranja. Mediante la misma se brindará capacitación, líneas de crédito y productos de ahorro a las pymes y los emprendedores creativos del sector.



Evento anual realizado en la República Dominicana con el fin de exponer los avances y logros dentro del sector artístico y en el cual se intercambian buenas prácticas. Se promueven como una plataforma que impulsa el desarrollo, la exposición e internacionalización del diseño dominicano. Para el 2023 el Design Week abarcó dos eventos internacionales con reconocida importancia y prestigio, Latin American Fashion Summit (LAFS) y la Feria Internacional de arte Mercado Caribeño (MECA).









# 02

Dinámica de  
Exportaciones

## 2. DINÁMICA DE EXPORTACIONES

En el periodo  
**2018-2022**  
el país exportó



**US\$4,733.5**

millones de productos de confecciones textiles



**US\$2,943.4**

millones por concepto de artículos de joyería



**US\$ 1,191.6**

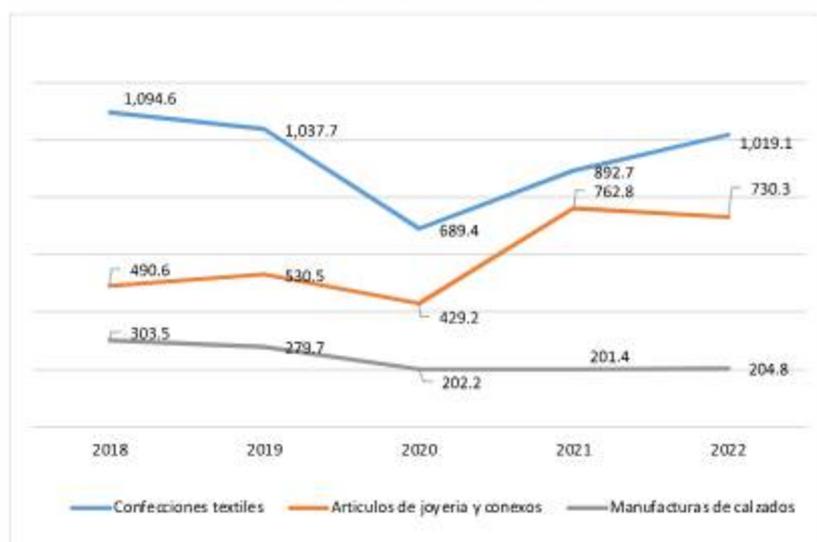
millones por manufacturas de zapatos

eso significó un total de

**US\$8,868.5**

millones, según los registros del Banco Central de República Dominicana (BCRD).

**Gráfico no.1**  
*Exportaciones Dominicanas de textiles, calzados y joyería*  
Valores en US\$ millones. Período 2018-2022

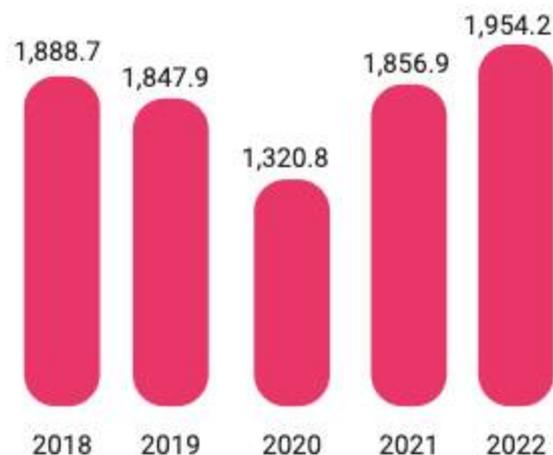


Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos del Banco Central de la República Dominicana.





**Gráfico no.2**  
**Exportaciones Dominicanas de textiles, calzados y joyería**  
**Valores en US\$ millones. Período 2018-2022**



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos del Banco Central de la República Dominicana.

Estas partidas representan el



del total del valor exportado por el país en el 2022, para un monto de US\$1,954.2 millones.

## EXPORTACIONES DEL PRIMER TRIMESTRE 2023

De acuerdo con el Banco Central de la República Dominicana, durante el primer trimestre del año, 2023, las exportaciones del sector fueron: US\$479 millones para la manufactura de calzados, US\$155.1 millones correspondiente a los artículos de joyería y conexos y, US\$228.6 millones por concepto de confecciones textiles; el monto total para todas fue de US\$431.6 millones. Estas cifras mostraron una disminución del 12% en comparación con el mismo periodo en 2022, cuando las exportaciones para la manufactura de calzados lograron alcanzar US\$48.8 millones, los artículos de joyería y conexos igualaron US\$202.8 millones y US\$238.5 millones en confecciones textiles, estas partidas constituyen un total de US\$490.1 millones.

**Nota:** La información presentada en este aparte está tomada de Banco Central de la República Dominicana. Aún no ha sido publicado lo correspondiente al primer semestre 2023.



INAG

# 03

Exportaciones  
del Sector Moda



### 3. EXPORTACIONES DEL SECTOR MODA

---

Para el presente documento, la estructura metodológica relativa al análisis de datos fue la siguiente:

#### ALCANCE DEL ANÁLISIS CUANTITATIVO

1

Elección del año 2022 como base para el estudio.

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.

Para el análisis cuantitativo se tomará en cuenta a partir de las partidas arancelarias según la Dirección General de Aduanas.

Según datos de la Dirección General de Aduanas, el valor total exportado para el 2022, considerando las partidas identificadas correspondientes a la industria de la moda, fue de US\$1,570.9 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 97.8% del valor total, esto es US\$1,536.2 millones, mientras que las nacionales apenas el 1.46%, correspondiente a US\$22.8 millones. El monto restante, US\$11.5 millones, el 0.73%, 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 2022**



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 2022, estos diez productos representaron el 83.5% del total exportado por la referida industria.

Los artículos de joyería, excluidos los de plata, representaron el principal producto de moda exportado en zonas francas. Durante el 2022, este representó el 38.2%, contando con un monto de US\$599.3 millones, seguido de los t-shirts y camisetas de algodón con un valor de US\$404.3 millones y una participación de 25.7% y, en tercer lugar, se colocaron los artículos de joyería de plata con un valor de US\$60.4 millones y una participación de 3.8%.

Gráfico no.4  
Principales productos exportados de la industria de la Moda en Zonas Francas  
Valores en US\$ millones, año 2022



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

**\$599.31**

38%



T-shirts y camisetas, de punto, de algodón

**\$404.25**

26%



Artículos de joyería y sus partes, de plata

**\$60.38**

4%



Calzado con parte superior de cuero natural o regenerado

**\$56.36**

4%



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

**\$45.25**

2%



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

**\$41.72**

3%



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

**\$39.86**

2%



Sostenes "corpiños" de todo tipo de materia textil,

**\$31.63**

2%



Calzado con suela de caucho o plástico y parte superior de materia textil

**\$32.96**

2%



Otros

**\$258.97**

16%

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA





En el periodo **2018-2022** se exportaron, en total, **US\$6,633.7 millones** de las partidas correspondientes a la industria de la moda.

Como se refleja en el siguiente gráfico, el 2021 es el año que muestra mayor crecimiento de 37.8% respecto al 2020, tomando en cuenta las situaciones mundiales a las que se enfrentaba el mundo para el 2020.

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.

**Gráfico no.5**  
**Comportamiento Interanual de las exportaciones de Moda en la República Dominicana**  
**Valores en %, Período 2018-2022**



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA



En el cuadro 1, de más abajo, se observa el comportamiento de las exportaciones por categoría dentro del régimen nacional y específicamente los valores correspondientes a



**592** EMPRESAS DEDICADAS A LA INDUSTRIA DE LA MODA.

LA COMPOSICIÓN DE ESTAS EMPRESAS SE DESCRIBE DE LA SIGUIENTE MANERA:



**372**

MICROEMPRESAS. VÁLIDO PARA UN 63% DEL TOTAL; Y REPRESENTAN EL 0% DE LAS EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA.



**101**

SON PEQUEÑOS EXPORTADORES, CON UNA PARTICIPACIÓN DEL MONTO EXPORTADO DEL 1%.



**42 EMPRESAS**

MEDIANAS REALIZAN EL 2% DE LAS EXPORTACIONES DE LA INDUSTRIA.



**77 EMPRESAS**

SON GRANDES Y SON RESPONSABLES EL 96% DE LAS EXPORTACIONES.





**Cuadro 1. Comportamiento de las exportaciones por categoría  
Período Enero-Diciembre 2022**

Categoría	Cantidad de Empresas		Valor en US\$ millones	
	Valor	%	Valor en US\$ millones	%
Micro	372	63%	4,2	0%
Pequeña	101	17%	14,6	1%
Mediana	42	7%	38,2	2%
Grande	77	13%	1.513,8	96%
<b>TOTAL</b>	<b>592</b>	<b>100.0%</b>	<b>1.570,9</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

**Nota:** Los datos de las empresas del sector modas y sus valores exportados, son tomados de la Dirección General de Aduanas y no aparecen registrados en el BCRD.





**Cuadro 2. Comportamiento de las exportaciones por categoría  
Período Enero-Agosto 2022-2023**

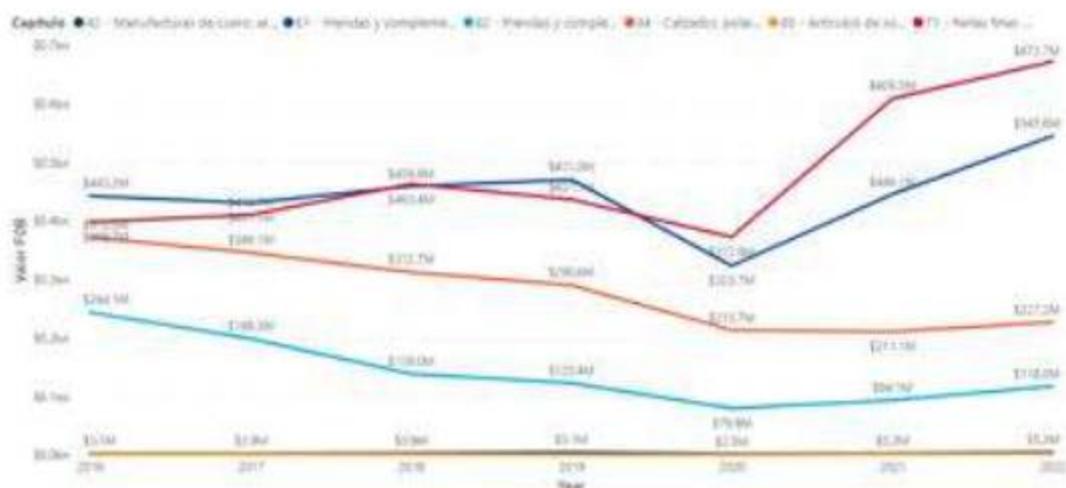
Tamaño	2022		2023	
	Cantidad de Empresas	Valor en US\$ millones	Cantidad de Empresas	Valor en US\$ millones
Micro	290	2,4	274	4,1
Pequeña	91	9,4	78	14,6
Mediana	37	24,6	27	28,5
Grande	71	1.015,4	62	1.055,9
<b>TOTAL</b>	<b>489</b>	<b>1.051,8</b>	<b>441</b>	<b>1.103,1</b>

*Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA*

Los artículos de joyería y bisutería, así como las prendas, complementos de vestir y manufactura de cuero experimentaron un crecimiento en el 2022, mientras que los artículos de sombrería se mantuvieron estables con un ligero crecimiento.



**Gráfico no.5**  
**Comportamiento de las exportaciones de Moda en la República Dominicana, según categoría**  
**Valores en US\$ millones, Período 2019 - 2022**



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

En el gráfico no. 6, se puede observar el comportamiento de los principales productos de la industria de la moda exportados bajo régimen nacional. Estos nueve productos representan el 62% de todo lo exportado en este renglón. Se identifican como principales productos los t-shirts y camisetas de punto de algodón con 23% de participación, y los cintos, cinturones y bandoleras, de cuero natural y cuero regenerado 9%, y los artículos de joyería de plata y de materiales distintos a la plata con un 8%, entre otros.

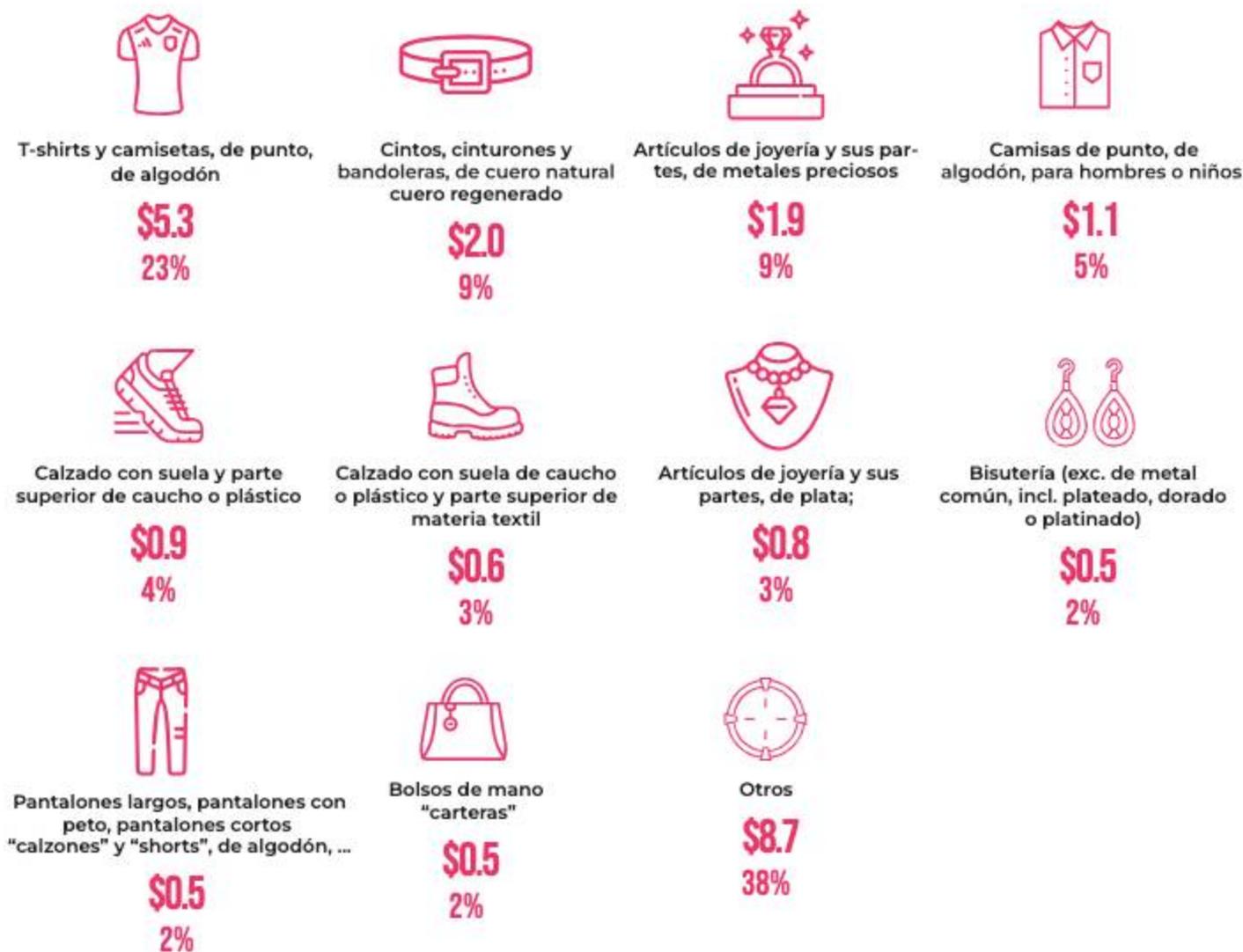
Estos nueve productos representan el **62%** de todo lo exportado en este renglón.

Se identifican como principales productos los t-shirts y camisetas de punto de algodón con **23%** de participación

y los cintos, cinturones y bandoleras, de cuero natural y cuero regenerado **9%**

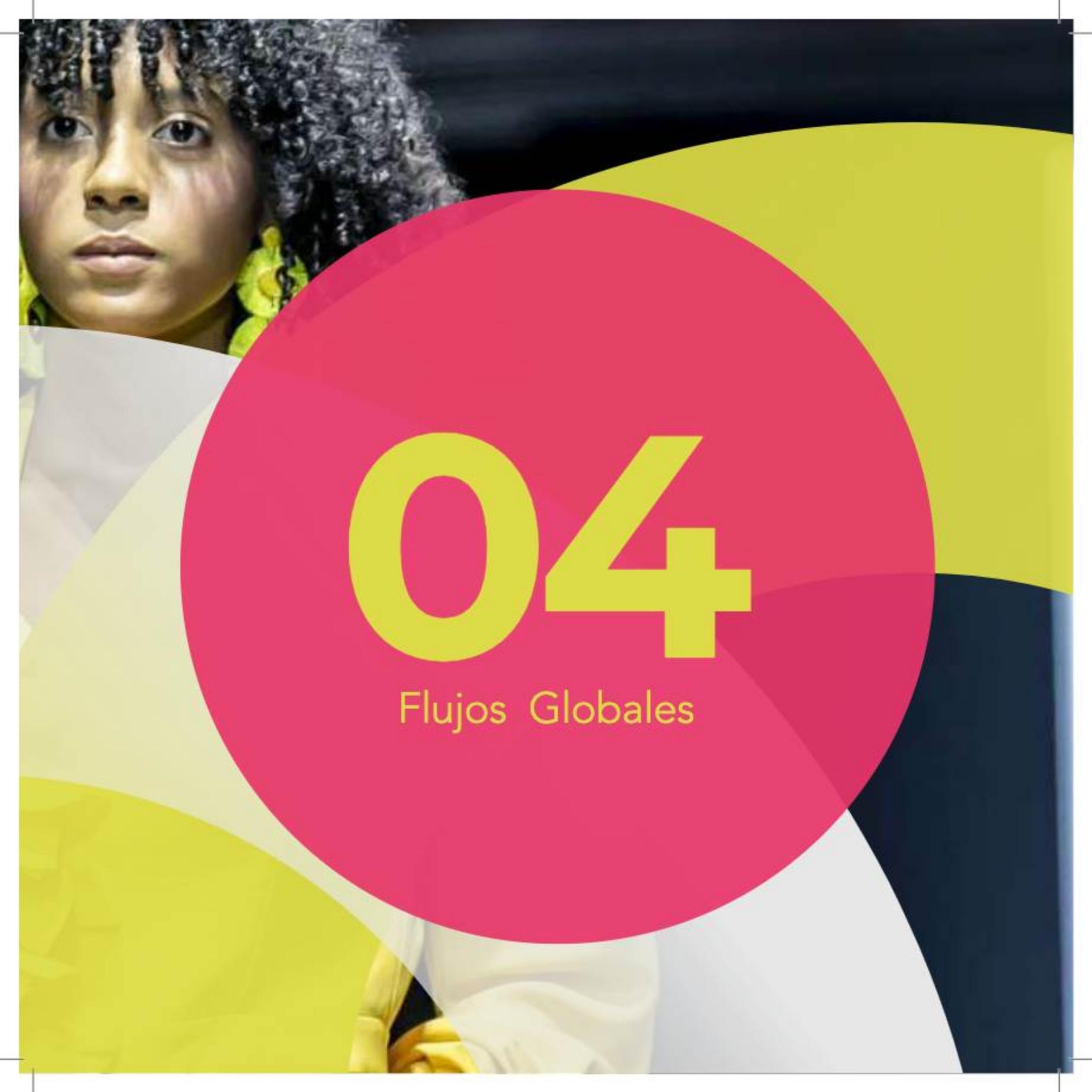
y los artículos de joyería de plata y de materiales distintos a la plata con un **9%** entre otros.

**Gráfico no.6**  
**Principales productos exportados de la industria de la Moda en régimen nacional**  
**Valores en US\$ millones, año 2022**



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA



A woman with curly hair and a yellow flower lei is looking over a large pink circle. The circle contains the number 04 in yellow. The background is a mix of yellow, white, and dark blue shapes.

04

Flujos Globales

Dentro de los principales países destinos de las exportaciones de productos de moda de origen dominicano se encuentran: Estados Unidos, contando con un **87.4%** del total de exportaciones, luego se encuentra Haití con un **6.79%**, le siguen Nicaragua, Países Bajos, Puerto Rico, Canadá, y Reino Unido.

*Gráfico no.7*  
*Principales destinos de las exportaciones dominicanas de productos de Moda*  
*Valores en %, año 2022.*



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de DGA

## 4. FLUJOS GLOBALES

En cuanto a flujos globales se refiere, para las partidas de confección textil, de cuero, artículos de joyería y calzados, para el año 2022, el mundo importó US\$865,494.6 millones, de los cuales los principales importadores fueron Estados Unidos, Alemania, Francia, Japón, Reino Unido, Italia, Hong Kong, España, Países bajos y China.

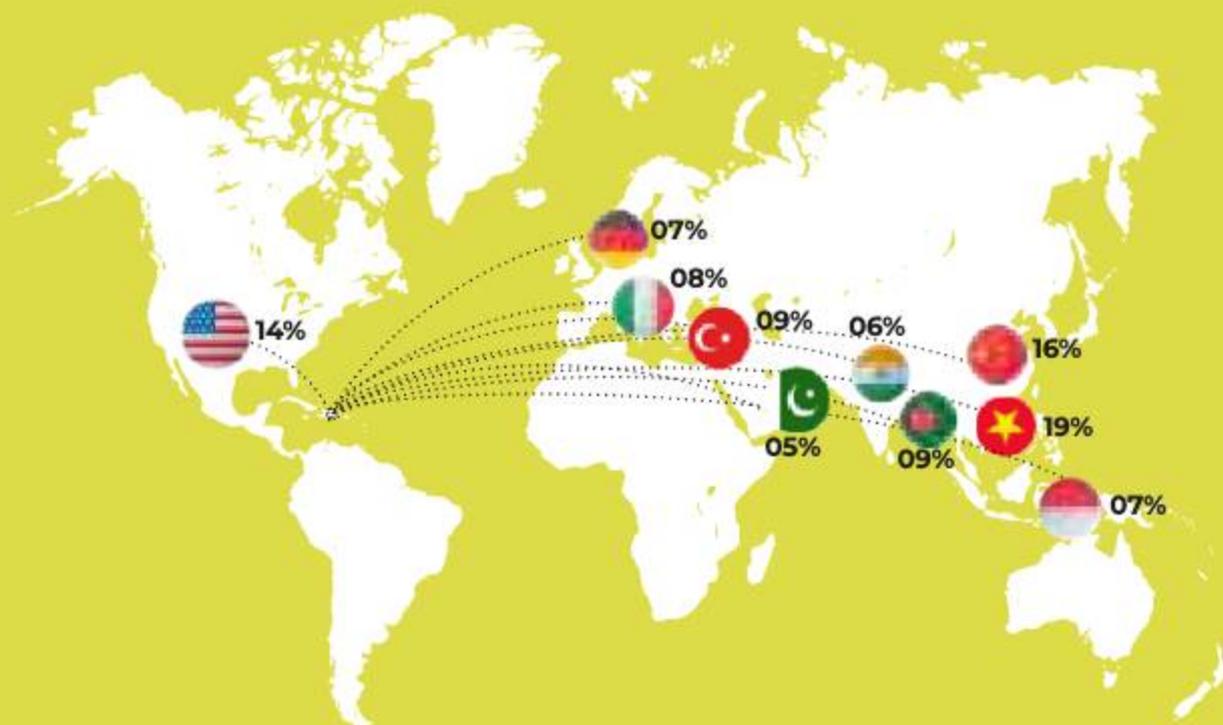
*Gráfico no.8*  
*Principales Países importadores de confección textil, de cuero, artículos de joyería y calzados.*  
*Valores en %, año 2022.*



*Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de Trademap*

En el año 2022, el mundo exportó **US\$971,394.2 millones**, y los países que se destacan como principales exportadores son: China, Vietnam, Italia, Bangladesh, Alemania, Francia, India, Turquía, Indonesia, y España.

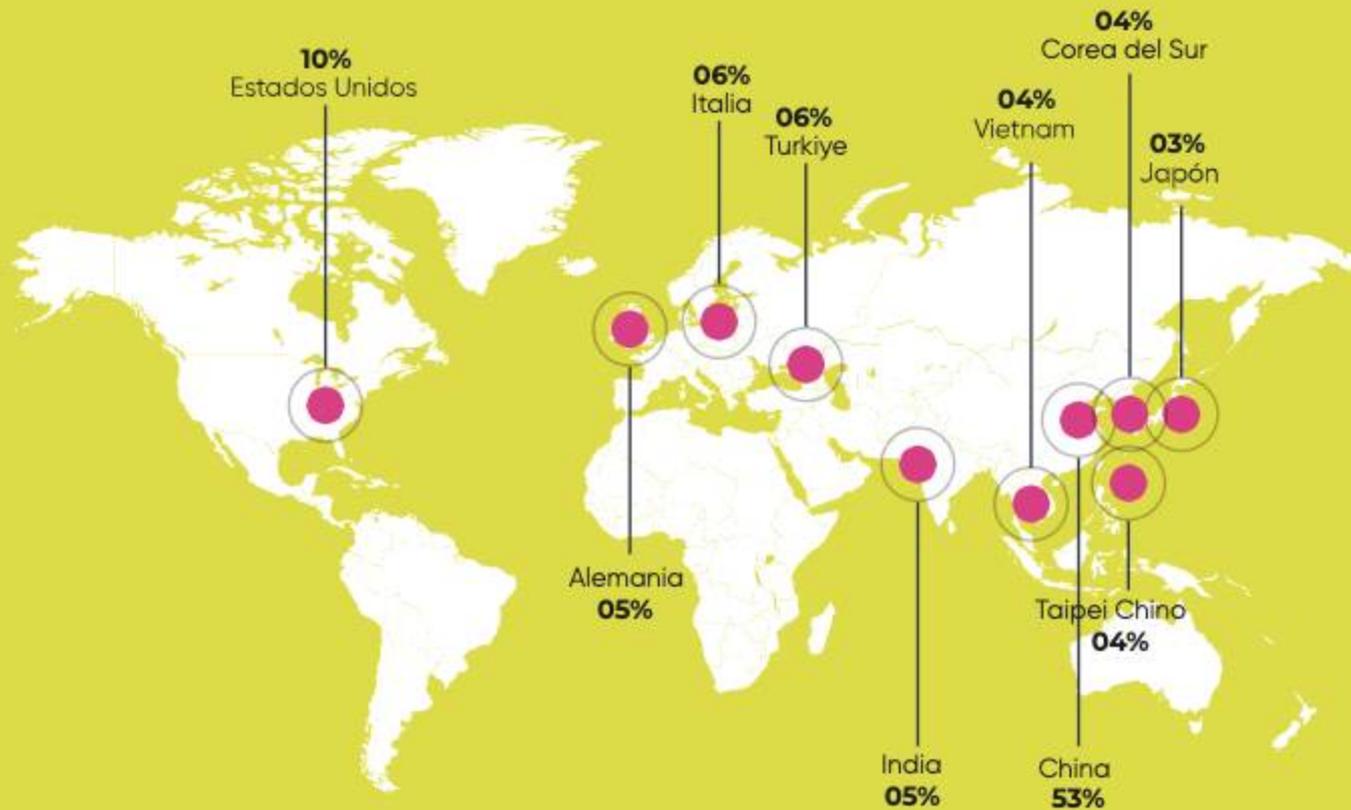
**Gráfico no.9**  
**Principales Países exportadores de confección textil, de cuero, artículos de joyería y calzados**  
**Valores en %, año 2022.**



Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de Trademap

En el año 2022, la importación mundial de los productos textiles, sumaron un total de **US\$290,831.8 millones**. Se destacan como principales importadores, Vietnam, China, Estados Unidos, Bangladesh, Turkiye, Italia, Alemania, entre otros.

**Gráfico no.10**  
**Principales Países importadores de productos textiles**  
**Valores en %, año 2022.**



*Fuente: Elaborado por ProDominicana con datos de Trademap*

Se observa que los principales países exportadores de productos textiles que sumaron un total de **US\$306,662.5 millones**, fueron: China, Estados Unidos, Turkiye, Italia, Alemania, entre otros.

## TENDENCIA DE CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA

El tamaño del mercado mundial de la moda crecerá de \$106.42 mil millones en 2022 a \$122.98 mil millones en 2023 a una tasa de crecimiento anual compuesto de 15.6%; a su vez, se espera que se expanda a \$184.96 mil millones en 2027, representando un crecimiento de 10.7% respecto al estimado para el año 2023. Esos datos revelan que se trata de una industria pujante y que se ha sabido adaptar de manera exitosa a los cambios geopolíticos y la emergencia de las tecnologías de información como el factor que determina y da vida a la sociedad digital.

Estos cambios son impulsados, básicamente, por una creciente adopción de ropa asequible por parte de la creciente población joven, impulsando así el mercado conocido como de la moda rápida. Esta idea está soportada por las estimaciones de las Naciones Unidas sobre la población joven del mundo, en 2019 la población joven ascendió a 1,200 millones y se prevé que crezca un 7.9 % a 1.3 millones para 2030.

La evidencia muestra que, la población joven se siente atraída por ropa única, con un enfoque de modernidad y que sea asequible; en sentido, ese sector poblacional está impulsando el crecimiento de la ropa de moda rápida; sin embargo, la prevalencia de bajos salarios de los trabajadores (80% mujeres) y pésimas condiciones laborales tienden a crear obstáculos en el futuro crecimiento de la moda rápida. Esa situación está siendo superada con la utilización de la tecnología de la realidad virtual o aumentada, sobre todo en el mercado minorista de la moda rápida para llenar el vacío existente entre los canales en línea y fuera de línea. Estas tecnologías permiten al cliente probar el producto y verse mediante el uso de espejos de realidad virtual; en ese sentido, la realidad virtual y aumentada tiende a mejorar sustancialmente la experiencia del consumidor en la tienda, creando mejores condiciones que estimulan el crecimiento del mercado de la moda rápida.

El tamaño del mercado mundial de la moda crecerá de \$106.42 mil millones en 2022 a

**\$122.98**

mil millones en 2023

Se espera que se expanda a

**\$184.96**

mil millones en 2027

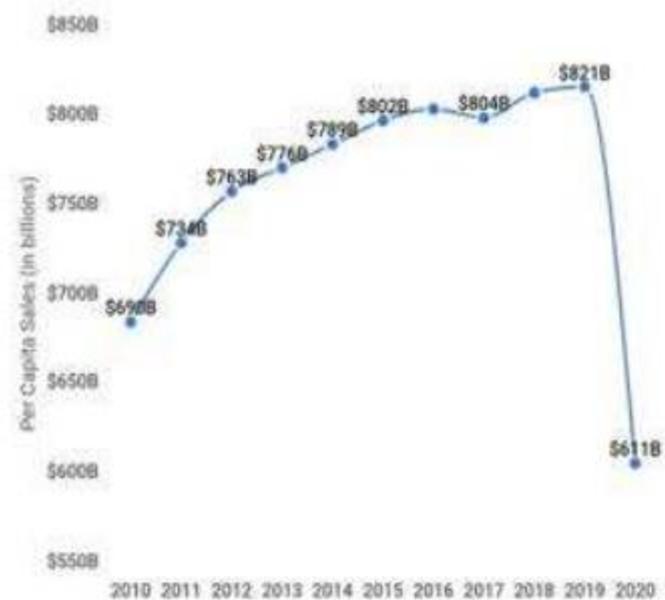
La evidencia muestra que, la población joven se siente atraída por ropa única, con un enfoque de modernidad y que sea asequible; en sentido, ese sector poblacional está impulsando el crecimiento de la ropa de moda rápida; sin embargo, la prevalencia de bajos salarios de los trabajadores

**80%**

mujeres

*Gráfico no. 12*  
*Venta de vestimenta per capita en EE.UU.*  
*Valores en billones, año 2020*

**U.S. CLOTHING SALES PER CAPITA**



*Fuente: Euromonitor*

El centro de atención de la industria de la moda en la era moderna sigue los patrones de consumo de la antigüedad: actúa sobre el ego de las personas para hacerlos sentir especiales; en el año 2021, y de acuerdo con los datos de Euromonitor, la industria mundial generó ingresos por 1.72 billones de dólares.

**Gráfico no.11**  
**Ingreso de la industria mundial de la moda y sus proyecciones hasta el 2025**  
**Valores en billones, año 2021.**

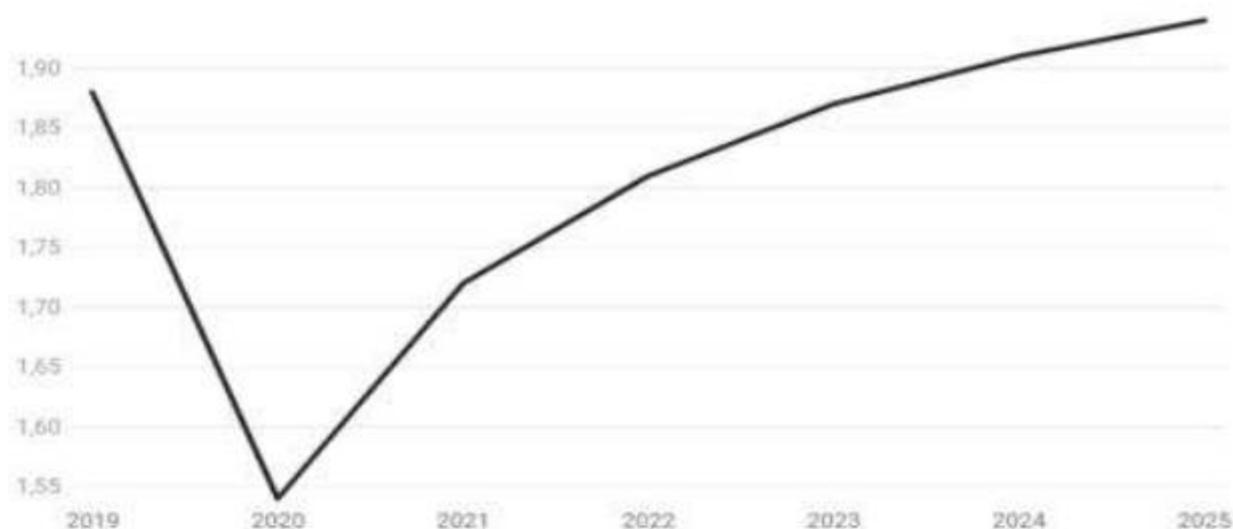
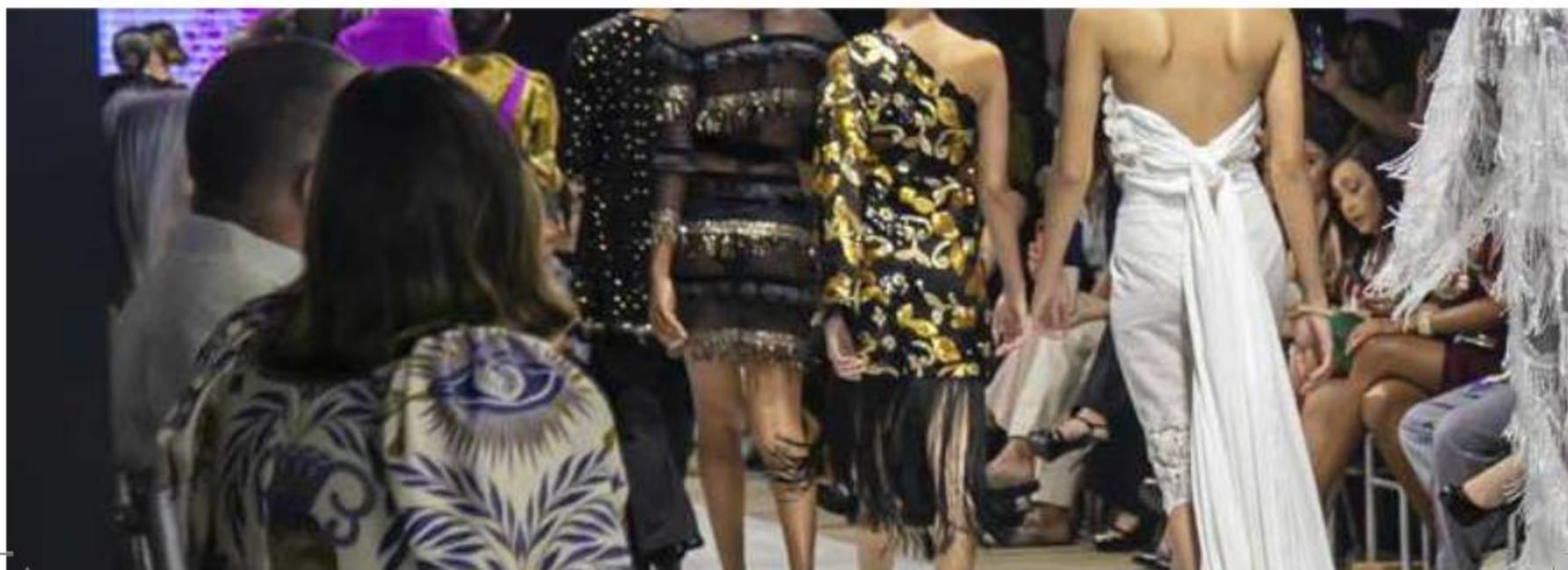


Gráfico: Modaes.es - Fuente: Euromonitor - [Descargar los datos](#) - Creado con [Datawrapper](#)



Y, según se muestra en el gráfico anterior, las expectativas de crecimiento de la industria lucen sumamente promisorias para todo el periodo 2023-2025, con perspectiva de alcanzar 1.9 billones dólares en el 2025, lo que representaría una total recuperación de la industria del colapso sufrido en el año 2020. La industria de la moda representa el 2% del Producto Interno Bruto (PIB) mundial.

La industria de la moda representa el

**2%**

del Producto Interno Bruto (PIB) mundial.





05

Mercados Potenciales  
de Moda

## 5. MERCADOS POTENCIALES DE MODA

La industria de la moda se muestra como un sector que mantiene exportaciones estables a través de los años, con apenas ligeras variaciones. Sin embargo, esta industria tiene un potencial extraordinario en los distintos mercados internacionales que, al incursionar en ellos, le daría un salto importante a la industria.

Luego de evaluar las posibilidades de internacionalización de las empresas, se debe atender a los mercados potenciales. Para las exportaciones de productos textiles y las prendas de vestir, desde la República Dominicana, los mercados potenciales son: Estados Unidos, Haití, y Alemania. Se estima que hacia Estados Unidos hay una posibilidad de ventas de \$145 millones de dólares.

Mientras que, si hablamos de pieles, cuero, productos derivados y zapatos desde República Dominicana, los mercados potenciales son: Estados Unidos, Alemania y Países Bajos. De estos, se destaca Alemania, por un aproximado de \$4.8 millones de dólares en potencialidad.

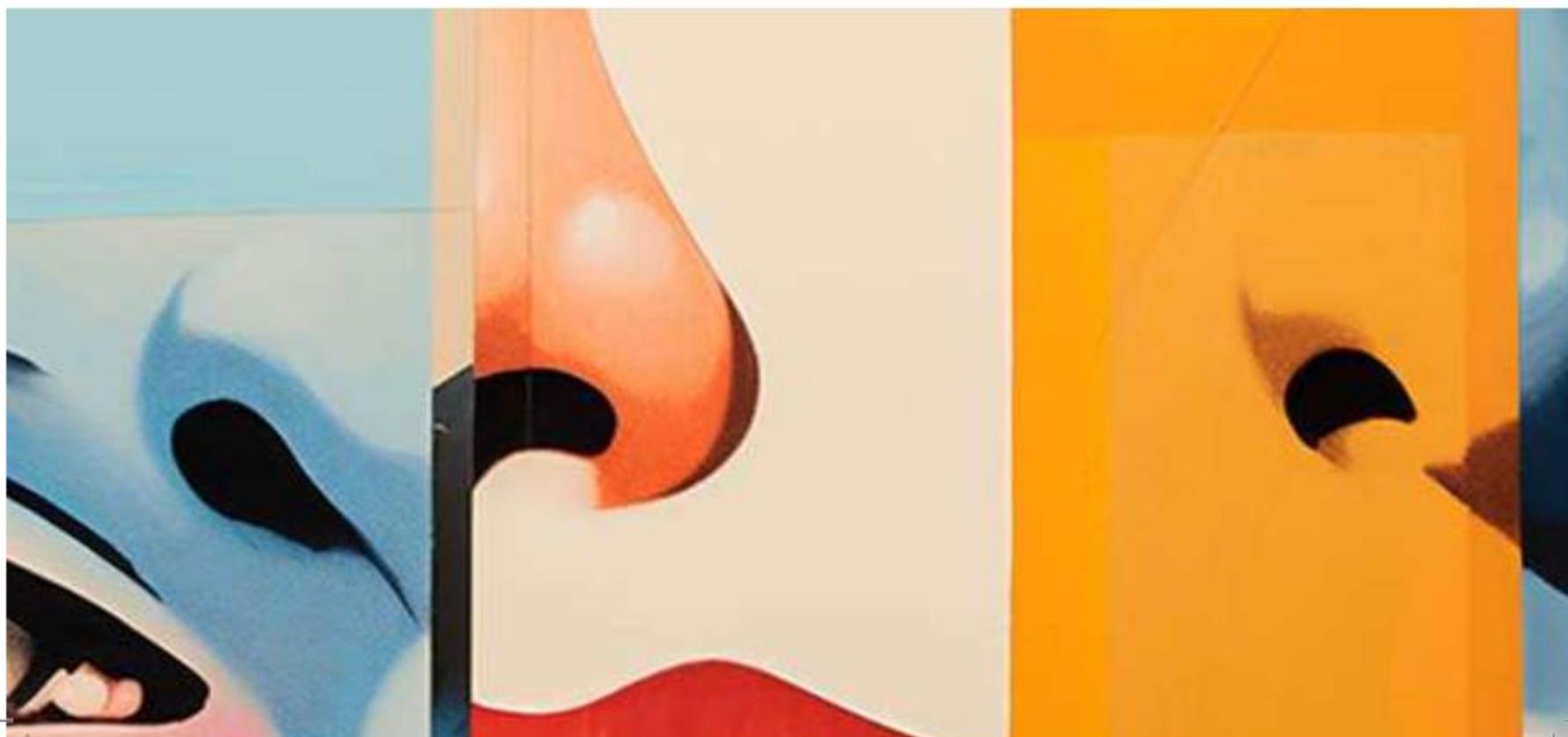
Se estima que hacia  
Estados Unidos hay  
una posibilidad de  
ventas de

**\$145MM**



Según un estudio realizado por la empresa consultora McKinsey, para este año, 2023, el sector Lujo está proyectado a crecer entre 5 a 10 por ciento. De acuerdo a su encuesta, indican que, debido a la inflación, y que los consumidores estarán pagando precios elevados por su electricidad y compras del supermercado, se verán en la necesidad de recortar sus gastos en Moda. Es evidente que aquellas personas que se encuentran en el espectro más alto económicamente probablemente no recortarán sus gastos en moda, pero aquellos hogares de bajo ingreso se verán en mayor necesidad de optar por alternativas que sean efectivas al costo. Aquellas empresas que puedan adaptarse y mostrarlo mediante sus cadenas de suministro y distintas estrategias de venta serán quienes estarán bien posicionados.

Los mercados con mayor potencial para las exportaciones de Prendas de vestir y productos textiles provenientes de República Dominicana son Estados Unidos, Haití y Alemania. Estados Unidos presenta la mayor diferencia entre las exportaciones potenciales y reales, lo que implica que se pueden realizar exportaciones adicionales por un valor de \$145 millones.







# 06

¿Cómo empezó la industria de la moda en los distintos países considerados exitosos?

## 6. ¿CÓMO EMPEZÓ LA INDUSTRIA DE LA MODA EN LOS DISTINTOS PAÍSES CONSIDERADOS EXITOSOS?

### 6.1. FRANCIA

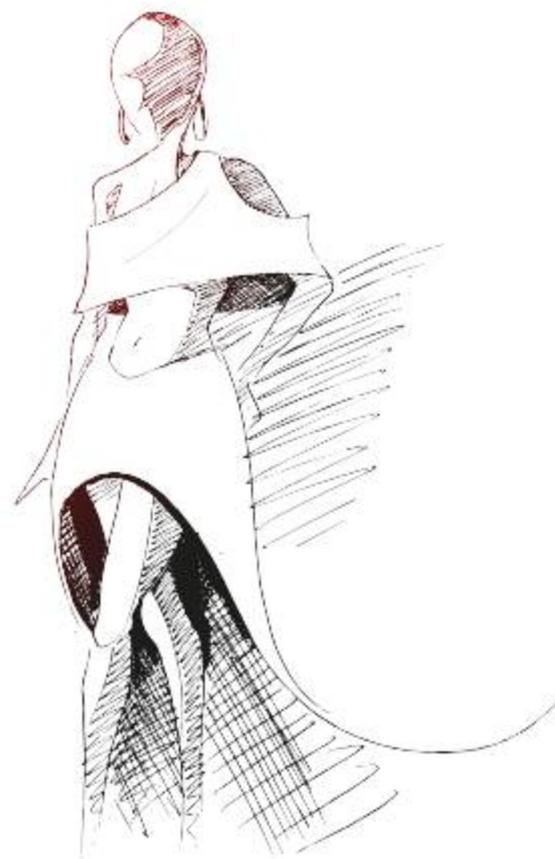
Al hablar del origen de la industria de la moda, en Francia se remonta al Siglo XVIII. Se recuerdan los tiempos de Luis XV cuando las mujeres andaban con vestidos extravagantes, con escotes y faldas de gran tamaño.

La alta costura vivió un momento importante de sus inicios con María Antonieta, reina consorte de Luis XVI, quien tenía a Rose Bertin como Ministra de la Moda, título otorgado informalmente debido a su alta relevancia en moda y los diseños que llevaba María. Sus diseños mostraban delicadeza y sofisticación, al llevar detalles con bordados, encajes y demás. Se entiende que el caso de Rose no era lo usual, ella fue capaz de llegar al éxito pero muchas otras mujeres de esta profesión tenían que incurrir en actos y favores poco éticos para alcanzarlo.

Durante la Revolución Francesa, se entiende que la moda salió del país, como las mujeres nobles comenzaron a vender bordados y sombreros fuera de Francia, en otros países europeos. Se estima que para el 1814 al volver la monarquía, vuelve la moda.

Según fue pasando el tiempo y se comenzó a desarrollar la industria de la alta costura, a finales del Siglo XIX, en Francia las tiendas de sastres europeas comenzaron a abrir sus tiendas.

Coco Chanel, quien en 1910 abrió su sombrería, "Chanel Modes" y más adelante, en 1912, abrió la primera boutique en Deauville donde vendió ropa deportiva de punto. Gracias al éxito al que se enfrentó, en 1915 pudo abrir la primera Maison de Couture en Biarritz, en este lugar diseñó su primera colección de Alta Costura. De esta forma, fue escalando hasta llegar a ser quien vemos hoy, un ícono importante de la industria de la moda y un ente revolucionario para esos tiempos. Logró sus éxitos a pesar de su historia familiar y dificultades atravesadas.



## 6.2. LA MODA EN LA ANTIGUA ROMA

---

La moda, puede considerarse como la forma más antigua de economía creativa; de hecho, la vestimenta fue utilizada como un instrumento de diferenciación social en la Roma imperial y el convulsivo periodo denominado como La República. La forma de vestir identificaba la clase social de la persona y, en algunos casos, hasta la posición en la estructura de política y de gobierno. En esa época, "...era la misma sociedad la que imponía estas reglas de vestimenta que permitían ver el poder o clase del individuo " y no una decisión a partir de las preferencias de los individuos en esa estructura social.

Durante la época de la República (509 a.C. - 27 a.C.), se promulgaron leyes con el objetivo de determinar quién podía hacer uso de determinados adornos en la vestimenta, con el propósito expreso de identificar, visualmente, la posición relativa de la persona en la estructura social. Esa reglamentación permitía, además, diferenciar entre patricios y plebeyos, así como entre los mismos patricios (en función de su linaje familiar).

Además, los diferentes accesorios utilizados en la sociedad romana no sólo constituían evidencias sobre su prestigio y la importancia social de las personas, sino que representaban un identificador del respeto que debían recibir del resto de la población. En sentido amplio, el hecho de mostrar riqueza con la vestimenta era una forma de demostrar, visualmente, el poder o rango social del individuo dentro de la estructura social y las diferentes divisiones del poder político (incluyendo los rangos dentro de la jerarquía militar).

Evidentemente, en la antigua Roma, las personas de mayor poder adquisitivo hacían uso de su riqueza adquirir ciertos diseños y tipos de vestimentas caracterizados por una mejor calidad de los materiales utilizados en su confección; en la época actual, la moda sigue siendo una manifestación cultural que, de alguna manera, expresa visualmente los indicios creativos que nos acerca a los diferentes cambios sociales que están surgiendo en una determinada sociedad en un momento del tiempo.

En ese sentido, la moda constituye una expresión cultural que, de alguna manera, refleja el sentido del gusto y expresión de la personalidad del consumidor de una época determinada; y su uso se orienta hacia el sentido del placer y no hacia la satisfacción de una necesidad; la moda prioriza la estética sobre la necesidad. Y, esa valoración estética, trasladada desde el creador del producto hacia el usuario, tiende a infundir cierto éxtasis especial que, de alguna manera, justifica el consumo. Por tanto, el consumo de los productos de la moda surge de una valoración especial muy subjetiva, cuyo efecto actúa sobre el ego del individuo sobre la consideración de que el consumo representa una experiencia inolvidable.



### 6.3. ITALIA EN LA ÉPOCA MODERNA

---

En cuanto a Italia, tiene su propia historia del origen de la moda. Se destaca el desfile de modas de 1951, organizado por Giovanni Battista Giorgini. Momento que tuvo los ojos de los financieros de Estados Unidos, pues mostraron interés en este negocio. Luego, en 1958 oficialmente se fundó la Cámara Sindical de la Moda Italiana, que más adelante se llamó la Cámara Nacional de la Moda Italiana. Esta fue creada con el fin de que sea una asociación apolítica con una duración de 10 años con posibilidades de extensión. **Su mayor objetivo consistió en obtener la protección y el crecimiento de la industria de la moda y sus intereses económicos.** Además de esto, promovió el estudio, y la coordinación de todo aquello que podría ser benéfico para las diferentes categorías dentro de la industria. En los años 70, la alta moda se unió al Pret-a-Porter.

Italia ha sido reconocida por ir más allá de una industria y haber creado todo un sistema de la moda, pues incluye instituciones que buscan regular las actividades productivas de este sector e identifican y pronostican cambios sobre las perspectivas futuras. Este sistema es lo que ha permitido su desarrollo.

Actualmente en Italia, Milán se posiciona como una ciudad de moda, a nivel de atraer turismo a la zona con el propósito de adentrarse en este sector.



## 6.4. COLOMBIA

Colombia es un referente de la industria de la Moda en América Latina, y en este país, la industria tiene más de 100 años de funcionamiento. Se recuerda como en sus inicios el año 1907 cuando Coltejer, la primera empresa de textil fue creada en el país por Alejandro Echeverría.

La industria continuó creciendo, y se destaca a Silvia Tcherassi, quien logró presentar sus creaciones hasta las pasarelas de las semanas de la moda de París y Milán. Su historia siguió su curso y en 2004, fue honrada en París con la Orden de las Artes y las Letras.

De igual forma, se cuenta con Nancy González, quien tiene una de sus creaciones de bolsos en el Museo Metropolitano de Nueva York, en exhibición permanente, como uno de los 65 artículos más destacados de la moda desde el siglo XVIII hasta el día de hoy.

Hoy en día, Colombia cuenta con espacios relevantes que sirven para el desarrollo y promoción de la industria de la moda como lo son: Bogotá Fashion, Colombiamoda, y Colombiatex.



## 6.5. REPÚBLICA DOMINICANA

---

Si se estudia el caso de la República Dominicana, cabe remontarse a la época de la dictadura de Rafael Trujillo, quien le dio gran importancia a la vestimenta. Trujillo, es recordado por ser un hombre sofisticado y buscaba contar con un pueblo bien vestido. El diseñador Rafael Valentín Peña realizaba los diseños y vestía a los clientes de la élite del Caribe para esa época. Más adelante, en los años 60, al terminar el régimen, la industria comenzó a despegar cuando las obras de Oscar de La Renta y Farah Cabrera comenzaron a hacerse presentes en la sociedad.

Para el 1978 se apertura la primera escuela de moda en la Universidad Mundial Dominicana. A partir de entonces, la industria ha ido en crecimiento, agregándose la Escuela de Diseño de Altos de Chavón en 1983, la única filial del Parsons School of Design fuera de los Estados Unidos.

En 2006, DominicanaModa, dirigido por célebres de la moda tales como: Sócrates McKinney, Fidel López y Mirka Morales, causó sensación luego de sus cinco días de desfiles y exposiciones. La historia se sigue escribiendo con eventos como RD Fashion Week, y, DR Design Week, evento que sirvió de anfitrión para Latin America Fashion Summit en el país. Además de estos, se han realizado Premios a la Moda Dominicana, foros y congresos en apoyo a la industria

Gianning

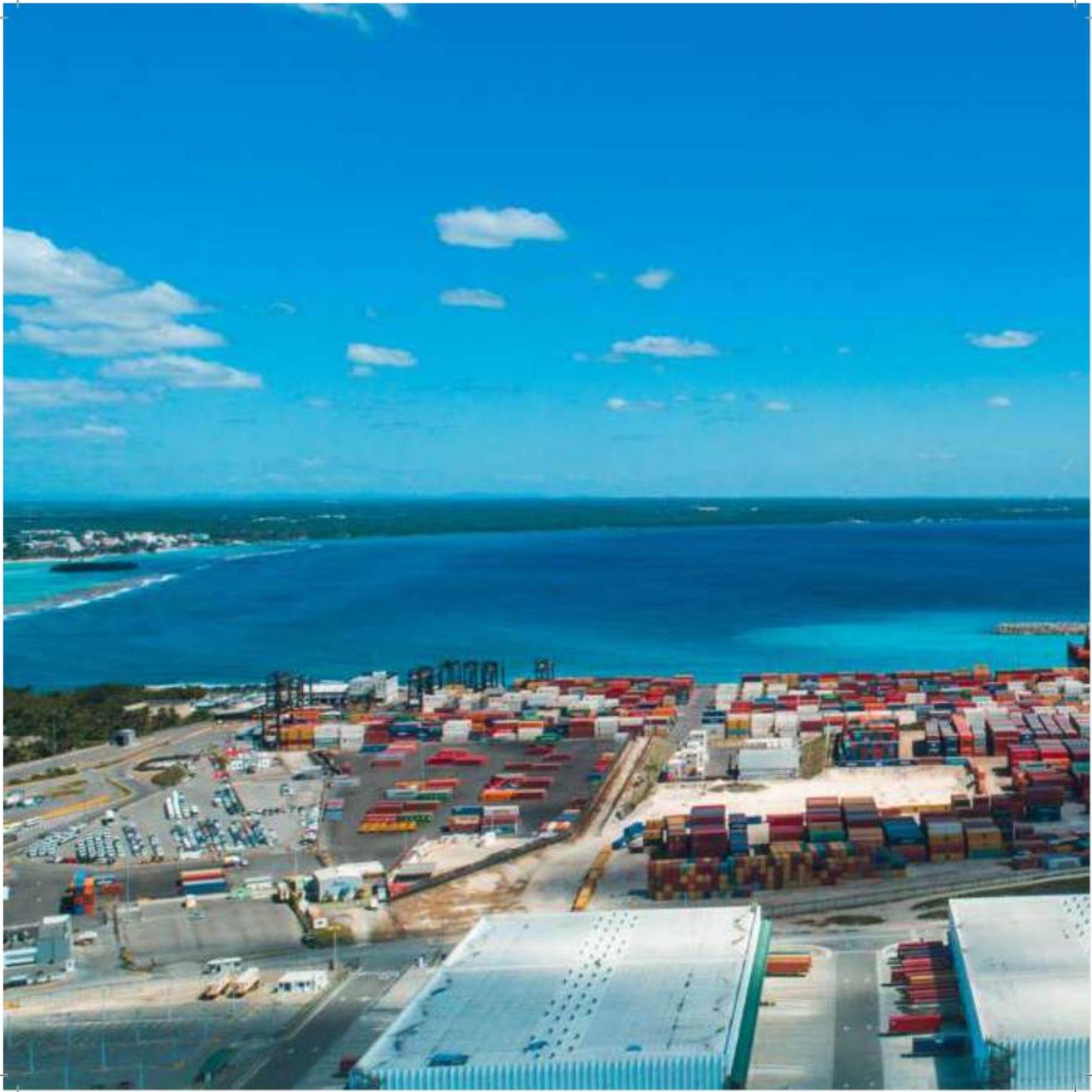






07

Recomendación técnica  
de negocios y comercio



## 7. RECOMENDACIÓN TÉCNICA DE NEGOCIOS Y COMERCIO

---

La industria de la moda no es altamente competitiva, esto queda sujeto a los estándares y exigencias de los mercados internacionales en asuntos de marcas y de la industria misma. Se ha de considerar los gustos y preferencias de los consumidores o demandantes de los productos de moda. Asimismo, las estaciones y los elementos que definen la industria como parte de ciertos estamentos en el orden social. Para alcanzar una penetración en los mercados demandantes y en los consumidores de marcas y diseños se han de considerar elementos de la exclusividad con que operan determinadas marcas internacionales.

Además, alcanzar la conquista de otros mercados obliga a conocer los gustos y preferencias de este cambiante mundo industrial donde los sujetos de mayor demanda son extremadamente exigentes, por ende, por condiciones de costo, de economía de escalas y probablemente por las características mismas de la industria de la moda dominicana. Se convierte en inalcanzable, la anhelada competitividad de un sector altamente complejo pues involucra la condición de servicio, quizás intangible en el diseño, pero tangible desde la óptica de las prendas que conforman la estructura de los productos "fashion" como son: vestuario, joyería, accesorios, calzados, entre otros.

Es indiscutible que la moda forma parte de los sectores que debe atender críticamente al tema de calidad y acuñar las variables del marketing, en busca de posicionarse. Se debe estar consciente de la competitividad del sector.

Según Carlos Cavanilles (2020), "Las decisiones de fijación de precios corren el riesgo de convertirse en respuestas al alza, a los cambios de precio de los competidores. Se pueden definir como objetivos del precio aquellas expectativas en las que se plasman las metas, en cuanto a ventas, que una empresa espera alcanzar."

## 7. MEDIDAS PARA IMPULSAR EL SECTOR MODA

---

En una industria tan dinámica y competitiva como la moda, los nuevos emprendedores creativos enfrentan el desafío de competir con marcas consolidadas. Sin embargo, dado que la demanda de ropa y accesorios persistirá mientras las personas los necesiten, el sector de la moda ofrece oportunidades perdurables.

**Al considerar el crecimiento de su marca, es crucial que los interesados se enfoquen en los siguientes aspectos:**



- **Identificar y abordar su demografía y nicho de mercado:**

Evitar el error común de querer complacer a todos y en lugar de ello, diseñar estrategias específicas para un nicho de mercado. Esto implica determinar el género, grupo de edad, ubicación y actividades recreativas de los consumidores, así como sus deseos y necesidades.



- **Enfocarse en los productos más exitosos:**

En lugar de seguir las tendencias pasajeras, es más rentable a largo plazo centrarse en los productos que aportan un valor distintivo a la marca. Estos productos populares forman parte esencial del branding y contribuyen al éxito tanto en la industria de la moda como en cualquier negocio.



- **Generar el sentimiento de FOMO en las promociones:**

Aplicar la estrategia de "Fear of Missing Out" (FOMO), que induce en el consumidor el miedo a perderse una experiencia única si no realiza una compra. Esto puede lograrse mediante descuentos temporales en artículos seleccionados, creando una sensación de urgencia y oportunidad.





- **Invertir en Style Guides y Look Books:**

Como marca de moda, es esencial mostrar cómo combinar prendas para crear looks atractivos y memorables para los consumidores. Presentar una sección que demuestre las mejores formas de utilizar los artículos puede fomentar la compra y la creatividad en el uso de los productos.



- **Utilizar videos cortos para plataformas como Instagram y TikTok para inspirar en moda:**

Los consumidores buscan constantemente elevar su estilo y destacar en público. Crear contenido de video que muestre inspiración en moda y cómo lucir los artículos con estilo generará relevancia y FOMO en relación con los productos, fortaleciendo la confianza y fidelización de los clientes.



- **Recopilar reseñas de servicio y productos:**

Motivar a los clientes a dejar comentarios sobre sus experiencias con la marca es una poderosa estrategia de marketing, ya que los consumidores suelen confiar en las opiniones de otros antes de realizar una compra. Además, implementar programas de lealtad para clientes frecuentes puede mejorar aún más la experiencia del cliente y fomentar la repetición de compra.

Estas acciones permiten lograr varios objetivos, como el crecimiento del negocio, identificación de oportunidades de mejora, satisfacción de nuevas necesidades, aumento de ingresos, captación y retención de clientes, distribución efectiva de productos y servicios, y superación de las expectativas de los consumidores.

En conclusión, la industria de la moda ofrece oportunidades duraderas y, aunque puede resultar intimidante entrar en un mercado tan cambiante y vasto, también brinda la posibilidad de mantener activa la creatividad y el conocimiento. Es esencial mantener un hábito constante de aprendizaje para actualizar las herramientas de marketing, publicidad y llegada a nuevos consumidores, con el fin de desarrollar una estrategia efectiva para el negocio de moda. Con decisiones e inversiones adecuadas, se puede obtener un plan de marketing sólido y exitoso para la marca de moda.



R-edit





08

Leyes e Incentivos

## 8. LEYES E INCENTIVOS

### BENEFICIOS DE LA LEY 84-99 SOBRE FOMENTO A LAS EXPORTACIONES.

Las empresas de la industria de la moda tienen la oportunidad de aprovechar el mecanismo del régimen de admisión temporal, establecido mediante la Ley 84-99, de fecha del 6 de agosto de 1999, sobre la Reactivación y Fomento a las Exportaciones, para la importación de las materias primas, insumos y bienes intermedios de la moda, con el beneficio de la suspensión de los derechos e impuestos de importación, para luego ser incorporados a su oferta exportable conforme al plazo establecido en esta Ley.

De manera específica, se considera Régimen de Admisión Temporal la entrada de determinadas mercancías a territorio aduanero dominicano, con el beneficio de la suspensión de los derechos e impuestos de importación y procedentes del exterior o de las zonas francas de exportación, para ser reexportadas en un plazo no mayor de dieciocho (18) meses, descontado a partir de los 30 días siguientes a la admisión de las mercancías en territorio aduanero nacional.

**A través de este régimen, se pueden beneficiar los siguientes tipos mercancías:**

Materias primas, insumos, bienes intermedios, etiquetas, envases y material de empaque, y partes, piezas, moldes, matrices, utensilios y otros dispositivos cuando sirvan de complemento de otros aparatos, máquinas o equipos empleados en la elaboración de bienes de exportación.





## INCENTIVOS A LA CADENA TEXTIL

La industria de la moda también tiene la oportunidad de beneficiarse de la Ley 56-07 que declara de prioridad nacional los sectores pertenecientes a la Cadena Textil, de fecha 4 de mayo del 2007. De manera expresa, se incluyen los sectores pertenecientes a la cadena textil, confección y accesorios, pero también los sectores de pieles, fabricación de calzados y manufacturas de cuero.

Esta Ley fue concebida considerando la importancia que han tomado estos sectores como importantes fuentes generadoras de empleos directos e indirectos a nivel nacional, su necesidad de transformación sustancial frente a los cambios que se están produciendo en el comercio internacional y procurando promover el desarrollo de enlaces industriales y cadenas de abastecimiento entre las empresas de zonas francas y la industria local.

### Mediante esta Ley, se disponen como incentivos:

Exención de un 100% del pago del Impuesto sobre la Transferencia de Bienes Industrializados y Servicios (ITBIS) y demás impuestos para la importación y/o compra en el mercado local de los insumos, materias primas, maquinarias, equipos y servicios necesarios.

Exención de un 100% del pago del Impuesto sobre la Renta, en cuanto a su proceso de producción.

Este régimen es administrado por el Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación (CNZFE), quienes otorgan una Autorización para la instalación de las empresas de los sectores pertenecientes a la cadena textil, confección y accesorios, pieles, fabricación de calzados y manufactura de cuero, interesados en beneficiarse con las disposiciones de la Ley 56-07.



INAGUIA

09

Acuerdo  
ProDominicana y FedEx

## 9. ACUERDO PRODOMINICANA Y FEDEX

---

Entre ProDominicana y FedEx, se firmó un acuerdo de colaboración que ofrece a los clientes de ProDominicana, productos y servicios con tarifas preferenciales además de capacitaciones sobre temas de transporte internacional y comercio exterior.

Este acuerdo puede favorecer a todas las marcas de moda que se registren como clientes de ProDominicana con un visible interés de comenzar a exportar.

### 9.2 PRODOMINICANA E INPOSDOM

Con el fin de trabajar hacia el mejoramiento de la productividad y competitividad de las MiPymes, ProDominicana e INPOSDOM firmaron un acuerdo. Dentro del mismo se acordó facilitar el servicio de transporte y logística de distribución nacional e internacional de aquellos productos de la oferta exportable. De igual forma, desarrollar la red de contrapartes en el exterior para la recepción de mercancías en los países destino. Además, se busca promover la complementariedad de carga no agrícola.

Para los clientes registrados en ProDominicana, se otorga el beneficio de tarifas preferenciales de exportación.

#### Ferias y eventos nacionales & internacionales

Como parte de las estrategias de la promoción de los productos y servicios de la industria de la moda, es importante acudir a los diferentes eventos que existen como plataformas para los actores del sector. Se ha realizado una investigación de las principales ferias nacionales e internacionales relacionadas con el calzados, joyería y textil que, pueden servir para complementar la labor de exposición de las distintas marcas.



**DENTRO DE ESTAS SE ENCUENTRAN:**

**NACIONAL**



- RD Fashion Week
- Fashion Freak Fest
- Days to Shine
- Punta Cana Merengue Fashion Week

**INTERNACIONALES**



Multisectorial

- Latin America Fashion Summit
- Istanbul Fashion Connection (IFCO)
- Fashion Prime en Turquía
- Feria de Moda de Shenzhen en China
- Bogotá Fashion
- Colombiamoda



Calzado

- GDS en Alemania
- Micam en Italia
- Couromoda en Brasil
- Francal en Brasil
- Sapica en México
- LeShow Istanbul
- Eksposhoes en Turquía
- Gafshoes en Turquía
- CHIC – China International Fashion Fair



Para joyas

- Inhorgenta Munich en Alemania
- Vicenza ORO en Italia
- Feninjer en Brasil
- Iberjoyas en España
- Istanbul Jewelry Show en Turquía



De textil

- Domotex en Alemania
- Fenit en Brasil
- De vestuario y moda
- Pret a Porter en Francia
- Pitti Immagine Bimbo
- Sao Paulo Fashion Week en Brasil
- Piktech en Turquía
- ITM en Turquía
- Hightex en Turquía
- IF Wedding Fashion Izmir en Turquía
- International Trade Fair for Textile and Garment Industry
- Colombiatex



R-ediv

@REDITE

The background of the image shows a fashion show runway with several models in black dresses. A large, semi-transparent graphic overlay consisting of overlapping circles in shades of pink, red, and yellow is positioned in the foreground. The number '10' is prominently displayed in a bold, pink font within the yellow circle.

# 10

Acuerdos comerciales vigentes  
en República Dominicana

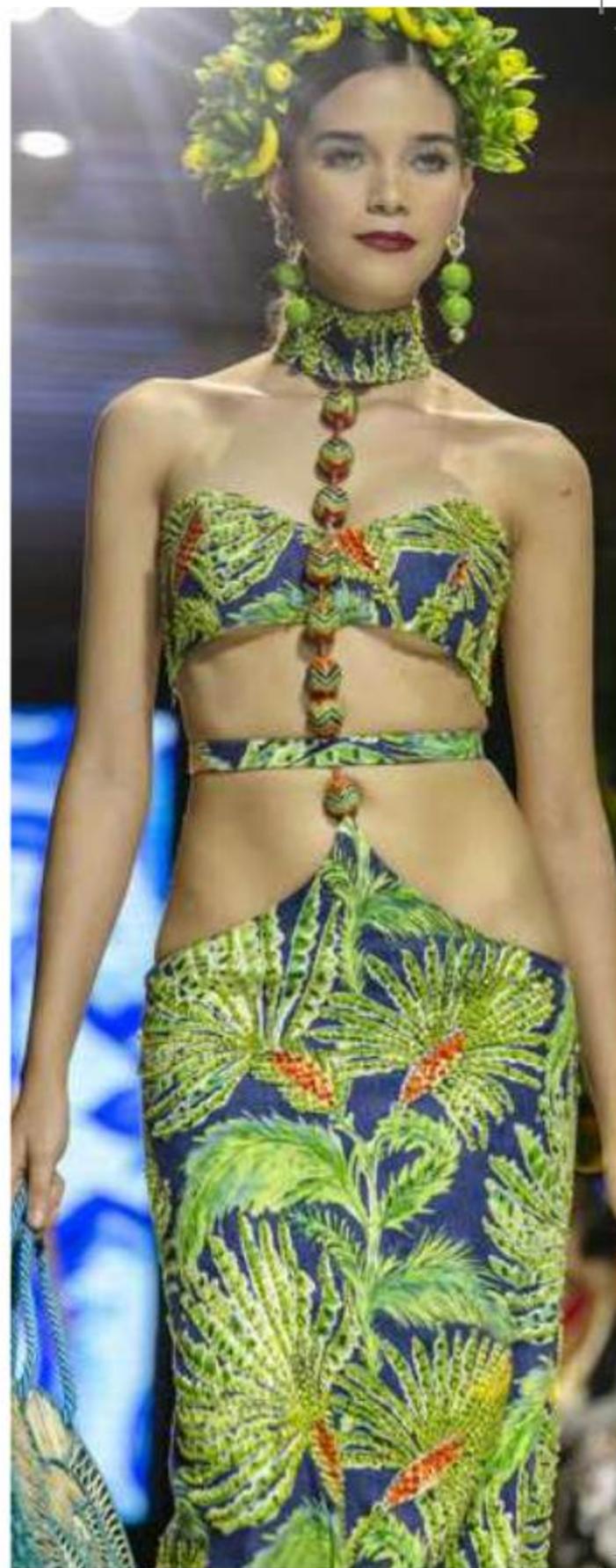


## 10. ACUERDOS COMERCIALES VIGENTES EN REPÚBLICA DOMINICANA

República Dominicana tiene suscrito 6 acuerdos comerciales, a través de los cuales las prendas de vestir, calzados y joyas se benefician de aranceles preferenciales 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.





A fashion show scene is visible in the background, featuring a model in a shimmering gold dress on the left and another model in a purple dress in the center. The foreground is dominated by a large, semi-transparent pink circle. The number '11' is printed in a bold, yellow, sans-serif font within this circle.

11

Hallazgos



## 11. HALLAZGOS

Dentro del marco del presente estudio, se realizó un focus group al cual asistieron como representantes del sector, cuatro diseñadoras dominicanas que se desenvuelven en venta al por mayor, al detalle, a la medida y moda sostenible. De este grupo, resaltaron los siguientes hallazgos.

-La mayoría financió el inicio de sus empresas con fondos propios, y una de ellas obtuvo financiamiento de inversión ángel y fondos por medio de Banca Solidaria de Promipymes. Los principales obstáculos que enfrentan son, en primer lugar, la mano de obra especializada y con calidad. Existe cada vez menos oferta de este servicio y al encontrarlo, el costo es elevado, por lo que las diseñadoras se ven obligadas a subir el precio de sus piezas para poder cubrir sus costos. En especial para la moda sostenible, estandarizar los procesos no resulta factible, por lo que el precio de las piezas puede ser más elevado a lo que el público dominicano está acostumbrado.

De las entrevistadas, sólo una ha vendido en los mercados internacionales como Panamá, Estados Unidos, Puerto Rico, Alemania y España. Sin embargo, todas concuerdan en que los altos costos de envío intimidan y son una de las razones principales del porqué no han comenzado a exportar. Han recibido propuestas de compras, pero siguen investigando las mejores formas de envío.

En caso de incursionar a los mercados internacionales, les gustaría tomar un préstamo para poder financiar sus operaciones, pero siguen buscando alguno, o ayuda de alguna institución que proporcione una tasa conveniente.

Al preguntarles como esperan que ProDominicana apoye el sector de la moda, surgieron ideas variadas. Desde utilizar plataformas existentes, como las diferentes pasarelas de moda y eventos y utilizar un stand que funcione para promocionar los diseñadores dominicanos. De igual forma, abogar por crear oportunidades para el desarrollo de la industria en lo que respecta al financiamiento y la capacitación dentro de la industria textil. Las participantes en el referido encuentro recomiendan extender las capacitaciones que comprenden impuestos y leyes útiles. Mencionaron utilizar los días ya establecidos como el día Internacional del diseñador de moda para crear eventos en los cuales se presenten los diferentes emprendedores y sus creaciones, que sirvan de promoción y para networking.

La industria tiene un potencial mayúsculo en el país, ya que algunas marcas han logrado escalar a mercados tan importantes como parte de España y la ciudad de Miami. Desde el país, se puede augurar las ventas y aumentar aún más la promoción utilizando salones y espacios vacíos para realizar pop-ups en zonas turísticas.



## EN RESUMEN:

1. Requerimiento de financiamiento para impulsar la industria por parte de nuevos emprendedores.
2. Facilidad de acceso a instituciones crediticias que permita a los nuevos emprendedores reducir ciertos obstáculos para consolidar sus marcas.
3. Establecimiento de un sistema de capacitación focalizado para las diferentes industrias ligada al sector moda. Entre estos, instrumentos impositivos, mecanismos de aprendizaje y tecnológicos para el sector, conocimiento de plataformas para la promoción, sistema de aprovechamiento de oportunidades de los mercados emergentes en asuntos de moda.
4. Esquema de facilitación para la inserción en los mercados internacionales de nuevos emprendedores.
5. Aprovechamiento del sector turismo para realizar presentaciones y exposiciones en los centros turísticos regionales, dado que el país está siendo favorecido por un tipo de turista de elevados niveles de ingresos y, consecuentemente, con capacidad de compra de los productos que ofrece nuestra industria de la moda hacia el resto del mundo.









# 12

Las Tecnologías de  
Información: un Impulso  
mundial de la moda

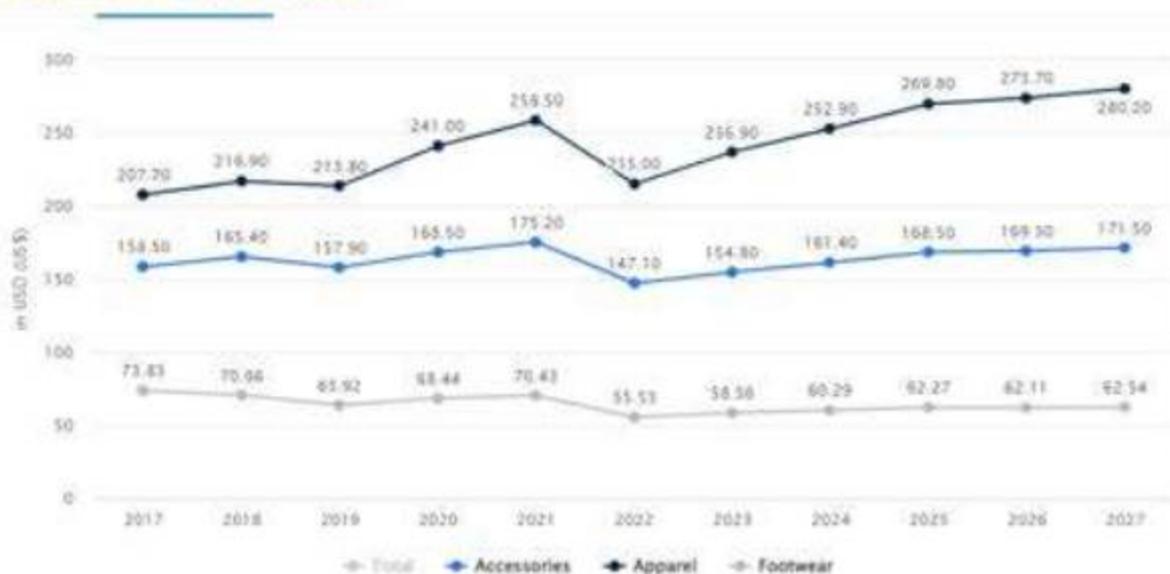
The image shows two young women with dark skin and curly hair, smiling and looking at a smartphone held by one of them. They are in a bright, creative studio environment with various colorful posters and drawings on the wall behind them. The overall mood is positive and collaborative.

## 12. LAS TECNOLOGÍAS DE INFORMACIÓN: UN IMPULSO MUNDIAL DE LA MODA

La industria de la moda se ha visto ampliamente favorecida por el uso de las tecnologías de información para su expansión; la rapidez en la capacidad de respuesta que permite la tecnología de información, en lo relativo a la satisfacción de la demanda, ha creado las condiciones de un futuro promisorio para el comercio electrónico de moda y prendas de vestir. Esa mayor interacción de los clientes con las tiendas virtuales de la industria de moda facilita no solo la labor de promoción y venta, sino también la recepción de los pedidos sin salir de casa; eso indica que la industria de vestimenta y accesorios ocupa una posición privilegiada para capitalizar la tecnología y las nuevas tendencias de acceso y consumo de los productos. Bajo esa nueva perspectiva se prevé un crecimiento sostenido de la industria de vestimenta y de la moda en los próximos años.

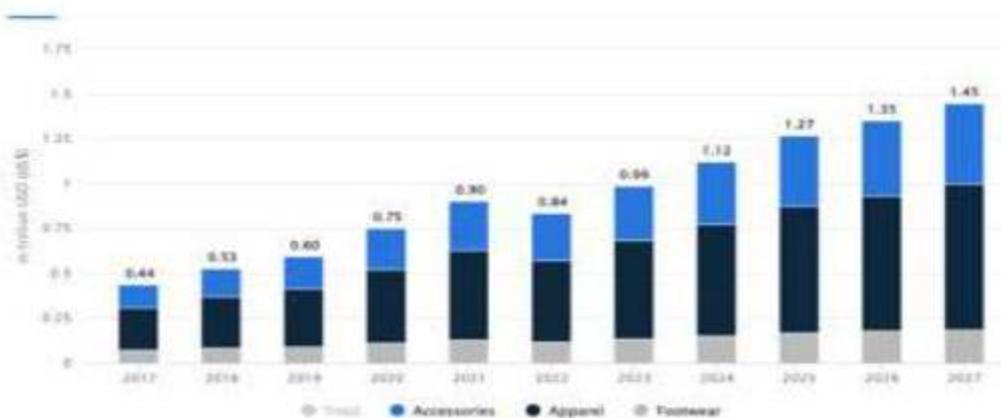
**Ingreso promedio por usuario por segmento y proyecciones al 2027**  
**Período 2017-2022; en US\$**

AVERAGE REVENUE PER USER BY SEGMENT



Fuente: STATISTA

**Ingreso por segmento y proyecciones al 2027**  
**Período 2017-2022; en US\$**



Fuente: STATISTA

De acuerdo con STATISTA, en el segmento de accesorios, la participación global en línea de los ingresos totales ya alcanzó el 23% en 2020, pero se prevé que el crecimiento de dicho segmento de mercado continuará en los próximos años, impulsado por la demanda de las regiones del este y sudeste de Asia, debido a la expansión de la clase media y la existencia de una infraestructura de compras fuera de línea rezagada. Una de las principales tendencias que se observa es la integración directa de la funcionalidad de compras en la visualización de contenido en las redes sociales, lo que permite la conversión de clientes de alta velocidad, bajo el concepto de “inspirar y vender” (por ejemplo, Instagram Checkout).

Eso es consistente con la tendencia fomentada por las tecnologías de información, en donde la audiencia está pasando cada vez más del escritorio al móvil, y mejorar la experiencia de navegación y pago móvil se está volviendo crucial. Este cambio en la conducta de los consumidores está obligando a las empresas de fabricación de prendas de vestir a incrementar sus inversiones en sistemas de bordado controlados por computadora, con el objetivo de mejorar eficiencia vía reducción en los costos operativos. Como resultado, esa estructura industrial está en capacidad de diseñar automáticamente en la tela, a partir de un patrón digitalmente programado; esa parece ser la tendencia de la industria de la moda en la sociedad digital, sobre todo en el segmento de vestimentas.

La abrupta disrupción ocasionada por el COVID en la industria de la moda fue una consecuencia directa de la obligación de quedarse en casa decretada en la mayoría de los países; pero, ese evento también potenció un cambio radical en la conducta de los consumidores: cambiar a las compras en línea, utilización de las tecnologías de información. Esos cambios en la demanda empujaron a los productores de moda a innovar para adaptarse a la nueva realidad creada y, en tal sentido, adoptaron estrategias novedosas en lo relativo al marketing, presentación de sus productos y su despacho hasta los hogares. Una cuestión para destacar es que, el 2022 representó un punto de inflexión importante en cuanto al uso y el desarrollo de la tecnología en la industria de la moda; a partir de ese año, la inteligencia artificial (IA), la realidad virtual y aumentada (VR y AR) se erigen en elementos de apoyo sustanciales de la moda.

Sobre ese nuevo formato de interacción entre la oferta y la demanda, un informe de McKinsey y The Business of Fashion (2022) estimó que las ventas mundiales de moda superarán, en los próximos años, entre un 3% y un 8% respecto a los niveles alcanzados en el 2019; además, indican que la recuperación más fuerte se experimenta en los mercados de China y EE. UU. No obstante, en un reciente informe, indica que el nivel de pesimismo de los ejecutivos de la moda respecto a la situación sobre el próximo año 2024. Eso se debe a la inestabilidad económica generada por la inflación en Europa y EE. UU., dado los máximos históricos en los precios alcanzados en el presente 2023; en tal sentido, la industria enfrenta a una disminución en la demanda y un incremento de los costos para las diferentes marcas. Otros efectos a los que habrá de sobreponerse son: la inestabilidad geopolítica y las interrupciones de la cadena de suministro; para lo cual la industria confía en un mayor uso de las tecnologías disponibles como un aliado clave para su expansión.

De hecho, la industria de la moda tiene expectativas bien fundadas en la utilización de la Inteligencia Artificial en las áreas de fabricación, comercialización y la venta de los productos; e incluso, el uso de la Inteligencia Artificial puede ser extendido hacia mejorar la comprensión de la conducta del consumidor, como un elemento clave en la satisfacción de la demanda. Esa innovación resulta de suma importancia, puesto que permite presentar una oferta de diseños y patrones que resulte atractiva para los clientes; la expectativa futura es que la IA emergerá como el diseñador del producto. Evidentemente, es muy probable que la Inteligencia Artificial no sea tan eficiente en interpretar los sentimientos del consumidor que, de alguna manera, determinan sus preferencias en la adquisición de productos de moda, así como las normativas que están condicionando hacia una preferencia social por la moda sostenible. Por lo tanto, las empresas de moda se verán compelidas a establecer un mayor compromiso con los clientes y buscar mecanismos que permiten interpretar correctamente los cambios que se producen en sus necesidades.

### 13. MODA Y LA ECONOMÍA NARANJA

En su concepto, la economía naranja, hará referencias verdaderamente estructurales en cuanto a la interpretación de los nuevos modelos de lo que se conoce como economía de lo intangible. Desde esta visión se contextualiza la aparición de los elementos culturales de servicios que involucran tanto el capital humano como el capital intangible y lo que este representa en la economía postmodernista.

En una interpretación de las Naciones Unidas se hace referencia a un concepto en evolución basado en activos creativos que generan crecimiento que potencialmente pueden contribuir en el desarrollo de un sector o de un pueblo en general. En este orden, el criterio de lo creativo ha mostrado fuerte crecimiento como sector a escala global.

Se estima que a nivel mundial este tipo de economía es responsable de cerca de un 3% del PIB con un impacto de más de 25 millones de empleos creados a nivel global.

Según la UNESCO, para los próximos 10 años (2030-2035) la economía creativa tendría una expansión de un 40% y como valor agregado un incremento de los empleos en este tipo de actividad productiva.

En el caso de República Dominicana, los sectores: Arte, cultura, y audiovisuales, han adquirido preponderancia en los últimos 15 años. El primer Informe de la Cuenta Satélite en República Dominicana, elaborado por el Banco Central y el Ministerio de Cultura, revela que las industrias culturales y creativas (ICC) representaron el 1.5% del PIB en 2016 y contribuyeron con el 12.5% del empleo total en 2014. En cuanto a la demanda, se estima que el gasto total en bienes y servicios de las ICC alcanzó los RD\$41,265 millones, siendo los productos de entretenimiento, los **servicios de internet y la asistencia a eventos culturales los principales componentes de este gasto.** Sin embargo, al momento de realizar mediciones específicas, en consistencia con las **cuentas nacionales y la contabilización del producto de este sector o de la economía creativa** o naranja, es preciso destacar que República Dominicana no ha redefinido las líneas convergentes **de forma que se disponga de las denominadas cuentas satélites para realizar las apropiaciones,** valor añadido y niveles de renta, sectorialmente identificadas para tales fines.

No obstante, los servicios contenidos en las plataformas y programas de enfoque a los servicios modernos han identificado áreas claves en el contenido de este tipo de economía. De ahí se ha establecido que **la cultura es todo un mundo de aperturas y oportunidades para la creatividad** en consonancia con lo que expresan organismos internacionales y que en el caso de República Dominicana llaman a inversiones en la creatividad y podrían ser una prioridad en materia de inversiones sostenibles.

En el ámbito de la industria de la moda, en el país se debe resaltar la importancia de las ideas plasmadas en los diseños como elemento fuerte de dicha industria. Se establece, además, que se trata de un sector que ha de agrupar aspectos tangibles como la parte de lo intangible, siendo así, se tiene, por ejemplo, diseños como parte de las ideas y la creatividad y las industrias complementarias como la manufactura de calzados, los textiles y los diseños de joyería, para citar sólo algunos elementos.

## 4. MODA COMO SERVICIO MODERNO

Al momento de establecer las líneas de acción hacia un programa que permita la expansión y el desarrollo de las exportaciones de servicios modernos, cabe mencionar la Estrategia Nacional de Exportación de Servicios Modernos, elaborada por el Ministerio de Industria, Comercio y Mypimes (MICM), la cual cuenta con pilares que han sido estratégicamente establecidos por los organismos e instituciones que impulsan la solidificación de este programa.

Como primer instrumento se define el desarrollo de capacidades auténticas como punto de partida para el conocimiento de quienes se involucran y comprometen en estas actividades. En ese orden, República Dominicana cuenta con equipo técnico y personal para conducir tanto las medidas y acciones como los niveles de entrenamiento requeridos a este nivel.

En lo adelante se sitúan otras líneas estratégicas puntualmente identificadas como es el caso del segundo pilar, que engloba los aspectos normativos e institucionales identificados por el MICM en su estrategia. En ese renglón, se puede destacar la importancia de los sistemas de información que se alinean con el elemento previo relacionado con el desarrollo de capacidades. Además, se incorpora el mecanismo institucional de seguimiento y monitoreo de las políticas impulsadas por el Gobierno en términos de alcanzar metas que realmente despierten el interés de los grupos involucrados en cuanto al desarrollo de la industria de servicios modernos. De este modo, estos dos pilares pueden servir como medidas estratégicas aplicables en áreas de la economía creativa, y en particular, en los bienes y servicios que se derivan de la industria de la Moda.





Desde entidades como ProDominicana, se establecen en perspectiva enfoques que sirven de apoyo en cuanto a promoción, análisis, investigaciones, estudios y entrenamientos, constituyendo componentes fundamentales para impulsar proyectos y programas como los servicios modernos y de subsectores como la industria de la moda.

Como entidad gubernamental promotora de la atracción de inversión extranjera directa y las exportaciones, que de forma proactiva realiza ProDominicana, es preciso indicar la importancia de crear mecanismos de crédito y financiamiento para aquellos involucrados en la producción de servicios modernos. Este elemento es vital, dado que existen sectores y grupos sociales con ideas emprendedoras que actualmente no se le facilitan líneas de crédito o servicios vinculados con el desarrollo de las empresas que intentan impulsar como proyectos de vida.

Siguiendo los principios que respaldan la creación de un entorno propicio para los sistemas productivos, donde las empresas desempeñen un papel central en el desarrollo de estructuras de ecosistemas, se plantea como cuarto pilar la importancia de involucrar a los actores en áreas de mayor valor agregado. Esto implica fomentar la investigación en el proceso, evaluar las tendencias internacionales y la incorporación de elementos de vanguardia, con el fin de estimular la innovación y la creación de nuevos servicios.

ProDominicana, en su función de promover las exportaciones, constituye un espacio fundamental para respaldar las acciones relacionadas con la colocación de bienes y servicios en el mercado internacional, como lo es en la industria del diseño y la moda. La entidad mantiene un acercamiento continuo con los entes económicos y las personas jurídicas que hacen de este sector su quehacer de trabajo cotidiano. En este contexto, se hace hincapié la búsqueda de oportunidades y de mercados, aprovechando la proximidad geográfica y los acuerdos comerciales de los cuales el país es signatario, y que resultan favorables para diversos sectores empresariales a nivel nacional. Sobre ese particular, se promueven servicios modernos mediante líneas de acción en el sector de la moda en República Dominicana.





13

Anexo

## 13. ANEXO

### 13.1. EMPRESAS DOMINICANAS EXPORTADORAS DE MODA

Listado de las Principales Empresas Dominicanas Exportadoras de Moda

#### NOMBRE DE LA EMPRESA

- 1 RIO DE LA PLATA IMPORT & TRADING S R L
- 2 AGUA MENTA SRL
- 3 CPD BOUTIQUES LLC
- 4 GRISELANGEL PAULA VENTURA
- 5 CARIBBEAN CRYSTAL SOCIETY DOMINICANA S R L
- 6 BIJOU DOMINICANA S R L
- 7 AUSTRAL DOMINICANA 77 SRL
- 8 PERSIO ABREU S R L
- 9 LOUIS VUITTON REPUBLICA DOMINICANA SRL
- 10 JUAN BOJOS C POR A
- 11 DIAMONDS INTERNATIONAL SRL
- 12 LITTLE SWITZERLAND SRL
- 13 EMILIO RADHAMES ZAPATA MENA (DAKA BLUE AMBAR)
- 14 MARIA DEL CARMEN GOICOICHEA LAZCANO
- 15 EFECTOS LMR SRL
- 16 SAM NISSIM
- 17 SUPPLY ARTE PAREO O & M SRL
- 18 MIRA DISENOS SRL
- 19 EL PALACIO DE LAS GUAYABERAS DIAZ SRL
- 20 CREACIONES FLERIDA S R L
- 21 LANDOLT DANIEL JURGEN
- 22 CONSORCIO ARTESANAL DOMINICANO SRL
- 23 DANNYGER MANUFACTURING SRL
- 24 EZIGNA GROUP SRL
- 25 HARRISON S R L
- 26 JOSEPH FARID HADEED
- 27 INVERSIONES CORIANDER SRL

#### **NOMBRE DE LA EMPRESA**

- 28 JOSE MIGUEL RICARDO PIMENTEL
- 29 NUROAN SRL
- 30 ANA SRL
- 31 ASOCIACION DE ARTESANOS Y SERVICIOS MARINOS INC
- 32 ROSA ADANNY MARIBEL JIMENEZ UREÑA
- 33 NOSART BUSINESS SRL
- 34 TIOCA S A
- 35 JUANA IRIS LIRANZO RODRIGUEZ
- 36 CALZASTUR S A
- 37 INVERSIONES ALEDOM SRL
- 38 TALLER VIDA PLENA SM SRL
- 39 TALLER DE JOYERIA GARCIA MARTE SRL
- 40 SUBLIME BY PARIS SRL
- 41 MONTRESA USA LLC
- 42 MICHAEL ROTHSTEIN
- 43 FASHION USA ATHLETICS DR S R L
- 44 DOMEPO IMPORT SRL
- 45 DREAM TEXTILES SRL
- 46 COSITA LINDA EIRL
- 47 CARIMAGE SRL
- 48 CREACIONES ALBA C POR A
- 49 FREDDIE EUGENIO CARRAU REYES
- 50 JOACHIM AUGUST HOFMANN
- 51 RUBEN DARIO MERCEDES
- 52 MILDRED VIRGINIA OGANDO GARCIA
- 53 JOLDANA ALTAGRACIA GUZMAN REYNOSO
- 54 BATU WEAR SRL

*Fuente: Elaborado por Prodominicana con datos de DGA*

## 13.1. PARTIDAS ARANCELARIAS SELECCIONADAS.

### PARTIDAS ARANCELARIAS SELECCIONADAS PARA EL ESTUDIO

#### Capítulo

42 - Manufacturas de cuero; artículos de guarnicionería y de talabartería; artículos de viaje; bolsos de mano y componentes similares; manufacturas de tripa.

#### Sub-partida

- 4202.21 - Bolsos de mano "carteras", incl. con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de cuero ...
- 4202.29 - Bolsos de mano "carteras", incl. con bandolera o sin asas, con la superficie exterior de fibra ...
- 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 ...

#### 61 - PRENDAS Y COMPLEMENTOS DE VESTIR, DE PUNTO.

#### Sub-partida

- 6101.20 - Abrigos, chaquetones, capas, anoraks, cazadoras y artículos simil., de punto de algodón, para ...
- 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)
- 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. camisones, "T-shirts" y camisetas)
- 6105.20 - Camisas de punto, de fibras sintéticas o artificiales, para hombres o niños (exc. camisones, ...
- 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)
- 112.41 - 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.**

- 6201.13 - 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, ncop 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, ...
- 6401.10 - Calzado impermeable con suela de metal, cuya parte sup. no esté unida a la suela por costura ...

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

- 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" ...

7113.20 - - 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)

*Giannina*





*Azar*

14

Bibliografía

## BIBLIOGRAFIA

---

- Acuerdo entre la República Dominicana y el gobierno de la República de Finlandia para la Promoción y Protección Recíprocas de las Inversiones. (2001, noviembre). [http://www.sice.oas.org/Investment/BITSbyCountry/BITS/ DOM\\_Finland\\_s.pdf](http://www.sice.oas.org/Investment/BITSbyCountry/BITS/ DOM_Finland_s.pdf)
- Banco Central de la República Dominicana. (s. f.-a). Costo de las Canastas de Consumo. <https://www.bancentral.gov.do/a/d/2534-precios>
- Banco Central de la República Dominicana. (s. f.-b). Estadísticas conforme al sexto manual de balanza de pagos del FMI. <https://www.bancentral.gov.do/a/d/2532-sector-externo>
- Banco Central de la República Dominicana. (s. f.-c). Estadísticas: Sector turismo. <https://www.bancentral.gov.do/a/d/2537-sector-turismo>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe. (2020). Inversión Extranjera Directa en América Latina y el Caribe. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/ie>
- Comisión Nacional de Energía. (2021). Concesiones provisionales y definitivas. <https://www.cne.gob.do/concesiones-cne/>
- Consejo Nacional de Zonas Francas de Exportación. (2020). Informe Estadístico Sector Zonas Francas. [https://www.cnzfe.gob.do/phocadownload/Publicaciones/Informeestadistico/Informe%20CNZFE%202019\\_web.pdf](https://www.cnzfe.gob.do/phocadownload/Publicaciones/Informeestadistico/Informe%20CNZFE%202019_web.pdf)
- Dirección General de Aduanas (DGA). Estadísticas Dinámicas. <https://www.aduanas.gob.do/estadisticas/dinamicas/>
- EF Standard English Test. (2021). English Proficiency Index. <https://www.ef.se/assetscdn/WIBlwq6RdJvcD9bc8RMd/legacy/~/~/media/centralefcom/epi/downloads/full-reports/v10/ef-epi-2020-english.pdf>

- Edwards, K. (n.d.). Top insights about the state of fashion [Business of Fashion and McKinsey & Company report]. Ecommercegermany. <https://ecommercegermany.com/blog/top-insights-about-the-state-of-fashion-business-of-fashion-and-mckinsey-company-report>
- McKinsey & Company. (2022, November 29). The state of fashion 2023: Holding onto growth as global clouds gather. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion#/>
- Bakshi, S. (2022, January). Fashion industry in 2022 & beyond. Fibre2Fashion. <https://www.fibre2fashion.com/industry-article/9327/fashion-industry-in-2022-beyond>
- Fast fashion market size, trends and Global Forecast to 2032. The Business Research Company. (2023, January). <https://www.thebusinessresearchcompany.com/report/fast-fashion-global-market-report>
- Gallaga, P. (n.d.). 2022 global ecommerce report: Fashion and apparel. The BigCommerce Blog. <https://www.bigcommerce.com/blog/2022-fashion-apparel-report/?allid=eyJpIjoiejBFMmY5SDRtTitqR09jUyIsInQiOiJwVTVz cFhaaFNCXC9SZWdsWGFVaWNDUT09In0%253D>
- El estatus social y la vestimenta en Roma. IMPERIVM. (2021, March 30). <https://www.imperivm.org/el-estatus-social-y-la-vestimenta-en-roma/>
- Bernal, G. T. (n.d.). The State of Fashion 2022 report: 10 trends that will shape the fashion industry. BCome. <https://bcome.biz/blog/the-state-of-fashion-2022-report-10-trends-that-will-shape-the-fashion-industry/>
- Fashion - worldwide: Statista market forecast. Statista. (2023, July). <https://www.statista.com/outlook/dmo/ecommerce/fashion/worldwide#revenue>
- Yepes, Laura & Redondo-Méndez, Andrea & Vargas, Paula. (2023). Análisis de estrategias del e-commerce en el sector textil: Caso Dimatex. Economía & Negocios. 5. 10.33326/27086062.2023.1.1557.

- Oficina Europea del Medio Ambiente. (2022, March). El armario del bienestar: Una economía del bienestar para el sector de la moda y el textil. eeb.org. [https://eeb.org/wp-content/uploads/2022/09/ES\\_Wellbeing\\_Wardrobe\\_Report.pdf](https://eeb.org/wp-content/uploads/2022/09/ES_Wellbeing_Wardrobe_Report.pdf)
- IEX. (2018, November 28). Tradición sartorial, Genio creativo, Pasión por la Elegancia Eterna. Italian's Excellence. <https://www.italiansexcellence.it/es/tradicion-sartorial-genio-creativo-pasion-por-la-elegancia-eterna/#:~:text=Los%20or%C3%ADgenes%20de%20la%20moda,produjeron%20creaciones%20sartoriales%20exclusivamente%20italianas.>
- Invest in Colombia. (2023, February 9). Industria de la Moda, Invierta en Colombia. <https://investincolombia.com.co/es/sectores/manufacturas>
- Instituto Peruano de Publicidad, (2020, October 7). Moda Francesa: ¿Por qué es una referente en la industria?. IPP. <https://www.ipp.edu.pe/blog/moda-francesa/>
- Ramírez, P. A. Z. ¿ Al establecer mis precios basándome en mi público objetivo y en mi competencia podré llegar a concretar una venta con mayor facilidad?. [https://www.researchgate.net/profile/Paola-Zuniga-Ramirez/publication/356789684\\_Al\\_establecer\\_mis\\_precios\\_basandome\\_en\\_mi\\_publico\\_objetivo\\_y\\_en\\_mi\\_competencia\\_podre\\_llegar\\_a\\_concretar\\_una\\_venta\\_con\\_mayor\\_facilidad\\_1/links/61ad933aca2d401f27caffeb/Al-establecer-mis-precios-basandome-en-mi-publico-objetivo-y-en-mi-competencia-podre-llegar-a-concretar-una-venta-con-mayor-facilidad-1.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Paola-Zuniga-Ramirez/publication/356789684_Al_establecer_mis_precios_basandome_en_mi_publico_objetivo_y_en_mi_competencia_podre_llegar_a_concretar_una_venta_con_mayor_facilidad_1/links/61ad933aca2d401f27caffeb/Al-establecer-mis-precios-basandome-en-mi-publico-objetivo-y-en-mi-competencia-podre-llegar-a-concretar-una-venta-con-mayor-facilidad-1.pdf)
- Yepes, Laura & Redondo-Méndez, Andrea & Vargas, Paula. (2023). Análisis de estrategias del e-commerce en el sector textil: Caso Dimatex. *Economía & Negocios*. 5. 10.33326/27086062.2023.1.1557. <https://revistas.unjbg.edu.pe/index.php/eyn/article/view/1557>
- Rodríguez, S. H. (2020, February 7). Moda dominicana: Descubre en este reportaje como surgió en el país. Oh Magazine. <https://ohmagazinerd.com/moda-dominicana/>
- Amed, I., André, S., Balchandani, A., Berg, A., & Rölken, F. (2022, November 29). The state of fashion 2023: Holding onto growth as global clouds gather. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/retail/our-insights/state-of-fashion#/>

- Éxito de la Industria De La Moda Colombiana. Marca País Colombia. (2013, July 23). <https://www.colombia.co/extranjeros/negocios-en-colombia/la-industria-de-la-moda-en-colombia-un-sector-de-hechos-de-exito/#:~:text=La%20industria%20de%20la%20moda%20nace%20en%201907%2C%20cuando%20Alejandro,copiados%20de%20las%20tendencias%20europeas>
- Cavanilles, C. de V. (2020, June). Marketing de Moda y Lujo: Análisis de Estrategias de Pricing en Marcas de Moda. uniovi. [https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/60675/TFG\\_Carlos%20deVald%C3%A9sCavanillesD%C3%ADaz.pdf?sequence=4](https://digibuo.uniovi.es/dspace/bitstream/handle/10651/60675/TFG_Carlos%20deVald%C3%A9sCavanillesD%C3%ADaz.pdf?sequence=4)
- Aurore Chery. Recension de Chrisman-Campbell, "Fashion Victims. Dress at the Court of Louis XVI and Marie Antoinette". Royal Studies Journal, 2016, III. ffhalshs-01419530f. <https://shs.hal.science/halshs-01419530/preview/87-955-1-PB.pdf>  
La Historia. CHANEL. (n.d.). <https://www.chanel.com/es/about-chanel/la-historia/1910/>
- La Historia. CHANEL. (n.d.). <https://www.chanel.com/es/about-chanel/la-historia/1910/> Calendario de Exhibiciones y Ferias en Turquía. Expo in Turkey (n.d.) <https://www.expointurkey.org/> Ferias. (n.d.) <https://www.nferias.com/istanbul-fashion-fair/>
- Feria Internacional de Marcas de moda de China 2023. Canton Fair(n.d.) <https://es.cantonfair.net/event/1094-china-international-fashion-brand-fair>
- Sobre DWRD. Design Week RD. (n.d.) <https://designweekrd.com/que-es-dwrd/> ¿Qué es Dominicana Creativa? Dominicana Creativa(n.d.) <https://dominicanacreativa.com/que-es/>
- Belartino, Liseras y Berges.2016. What does the consumer look for? An analysis of clothing market in Argentina
- Nannini, V. "Moda, Comunicación y Poder: ¿Qué vestimos, por qué y qué queremos decir con eso?", 2016. Un País Donde La Moda Evolucionara. Marca País Colombia. (n.d.). <https://www.colombia.co/medio-ambiente/innovacion/un-pais-donde-la-moda-evolucionara/>
- Alldahi. (2021, December 22). Moda dominicana I: De La moda contemporánea. alldahi. <https://www.alldahi.com/post/moda-dominicana-i-de-la-moda-contempor%C3%A1nea>

© 2023. III edición "Situación de la Industria de la Moda en República Dominicana; Crecimiento e Internacionalización"

**Elaborado Por:**

**Equipo Directivo:**

- Angelina Biviana Riveiro Disla – Directora Ejecutiva
- Vladimir Pimentel Florenzán – Sub-Director General
- Mildred Walquidia Santos Santos - Sub-Directora Técnica
- Carolina Pérez – Directora de Inteligencia de Mercados
- Katy Capriles - Directora de Marketing y Comunicación
- Fausto J. Hernández – Asesor de la Dirección Ejecutiva

**Equipo Técnico:**

- Annelie Justiniano De Moya – Analista de Inteligencia de Mercados
- Agnelissa Corporán Montero – Analista de Inteligencia de Mercados
- Eloy Álvarez – Coordinador de Base de Datos
- Emilio Conde – Gerente de Políticas Económicas y Comerciales
- Euclides Paulino – Especialista de Inteligencia de Mercados
- Heidi Ojeda – Auxiliar de Inteligencia de Mercados (Coordinadora del estudio)
- Nikaulis Feliz – Coordinadora de Inteligencia de Mercados
- Temístocles Valera – Analista de Inteligencia de Mercados

**Dirección de Marketing y Comunicación**

- Marielle Araujo - Especialista de Producción

**Diseño y Diagramación**

- Hilario Disla

**Fotografía**

- Luciano Luna
- Javier Celado

**Fotos RD Fashion Week 2023**





 [www.prodominicana.gob.do](http://www.prodominicana.gob.do)  
[servicios@prodominicana.gob.do](mailto:servicios@prodominicana.gob.do)

 **Contacto:**  
1 (809) 530-5505

 **ProDominicana**  
Centro De Exportación E Inversión  
De La República Dominicana  
Av. 27 de Febrero Esq. Av. Gregorio Luperón,  
Plaza de la Bandera, Santo Domingo,  
República Dominicana

#### SÍGUENOS

