



SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA

DE LA **MODA**
REPÚBLICA DOMINICANA

EXHIBICIÓN
DE LA OFERTA
EXPORTABLE



© 2021. SITUACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA MODA EN REPÚBLICA DOMINICANA

Elaborado por:
Dirección de Inteligencia de Mercados ProDominicana

Diseño y diagramación:
Dirección de Marketing y Comunicación ProDominicana



OCTUBRE | 2021
Santo Domingo, República Dominicana

Bienvenidos

Para más información,
contáctenos

1-809-530-7777

Desde el interior sin cargos:

1-829-200-7777

Info@prodominicana.gob.do

www.prodominicana.gob.do





Contenido

| | | |
|------------|--|--------------|
| 01. | Presentación | 7 |
| 02. | Industria de la moda en República Dominicana | 8 |
| | 2.1 Organizaciones visibles en la industria | 10 |
| | 2.2 Cadena de valor de la Mipyme de confección, diseño y comercialización de la Moda en República Dominicana | 12 |
| 03. | Estadísticas de exportación de República Dominicana | 14 |
| 04. | Identificación del valor real correspondiente a Moda | 14-15 |
| | 4.1 Metodología | 14 |
| | 4.2 Resultados de la metodología: | 15-23 |
| | 4.3 Acuerdos comerciales vigentes en República Dominicana | 24 |
| 05. | Benchmark: Acciones implementadas por otros países para la promoción del sector | 25 |
| | 5.1 Colombia | 26 |
| | 5.2 Italia | 27 |
| | 5.3 Reino Unido | 28-29 |
| | 5.4 Brasil | 30-31 |
| 06. | Análisis de resultados de las encuestas realizadas a diseñadores | 32-38 |
| | Conclusiones | 41 |
| | Recomendaciones | 42 |
| | ANEXO | 43 |





1. Presentación

Este documento tiene como objetivo proporcionar información relevante sobre la industria de la moda en la República Dominicana, para el posterior diseño de un plan de promoción comercial, orientado a impulsar las exportaciones de este importante sector en los mercados internacionales.

Entre los aspectos incluidos, se encuentran algunos elementos que pueden servir de base para el levantamiento y actualización de diversas informaciones. Se destacan, principalmente algunos elementos importantes mencionados en los estudios realizados por el Instituto de la Moda en la República Dominicana (InmodaRD): (1) Diagnóstico y Direccionamiento Estratégico INMODARD, el cual se realizó con la colaboración del Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) en junio 2017 y, (2) Informe sobre impacto del covid-19 en la industria de la moda dominicana, elaborado por InModaRD, DominicanaModa y Dare to Care el 24 de septiembre 2020.

En este orden, se realiza un análisis de las exportaciones dominicanas a partir de los registros de la Dirección General de Aduanas (DGA), así como las del Banco Central. Es preciso destacar que, este “breve estudio” se centra en las exportaciones del sector relativo al diseño propiamente dicho. Partiendo de esto, y según las estadísticas disponibles, se realiza un esfuerzo por dimensionar la importancia de este sector excluyendo del análisis los valores correspondientes a las zonas francas. Es importante destacar que el subregistro existente de las exportaciones de moda de diseñador impide conocer los valores reales en las exportaciones de esta industria.

Además, se presenta un benchmark con la idea de conocer las medidas adoptadas por otros países en el proceso de desarrollo de la industria de la moda; las lecciones aprendidas de dichos eventos muy bien podrían emularse como experiencias válidas y aplicables al estado de desarrollo de la referida industria en nuestro país.

Como complemento importante de este proceso de levantamiento de información y que consideramos agrega valor, desde la dirección de Estudios Económicos y Estadísticos se realizaron una serie de entrevistas y compartimos un formulario a personalidades destacadas en el sector. Dichas entrevistas estuvieron enfocadas, principalmente, en conocer las dificultades que limitan la internacionalización del sector y, a su vez, identificar las posibles restricciones para exportar y las medidas o iniciativas que consideran necesarias para potencializarlo; el referido formulario también recoge algunos aspectos generales de las empresas.

Partiendo del levantamiento de información realizado, se finaliza este documento con algunas conclusiones y recomendaciones.



2. Industria de la moda en República Dominicana

República Dominicana ha logrado afianzarse en los últimos años en la industria de la moda, logrando alcanzar gran reconocimiento a nivel internacional. Así como por el surgimiento de nuevos talentos que salen de diferentes escuelas de diseño del país, entre las que se destaca la Escuela de Diseño de Altos de Chavón; el otro factor de ascendencia en la industria de la moda dominicana resulta ser la dinámica generada por las micro y pequeñas empresas de confecciones presentes en todo el país.

Muchos talentos han resaltado la moda dominicana a nivel nacional e internacional. Entre los nombres que forjaron una plataforma de crecimiento para la industria de la moda dominicana podemos mencionar; el caso de Oscar de la Renta, el cual es un ejemplo notable, ya que llegó a convertirse en un ícono mundial a partir de creaciones con un sello fresco y elegante, enaltecó la industria y su legado permanece en los que hoy en día visten sus creaciones. Además, Jorge Diep, Giannina Azar, Martin Polanco, Luis Domínguez, Dianny Mota, Jenny Polanco, entre otros. En este orden, podemos agregar a este listado dos importantes eventos que también forman parte de la plataforma de crecimiento; Dominicana Moda y RD Fashion Week.



Caracterización de la moda en RD

De la mano con el Ministerio de Industria, Comercio y Mipymes (MICM) y de la empresa consultora Project Consulting Group, INMODARD realizó un estudio diagnóstico del sector en el que se consultó a un grupo de 20 empresas representativas de cada uno de los eslabones de la cadena de la moda y se sostuvieron entrevistas con varios actores claves.

* *Este estudio revela que:*

- El 82% son microempresas de menos de 10 empleados.
- El 76% declara tener la empresa en las instalaciones de su casa, mientras que tan solo el 24% tiene un espacio de trabajo tipo taller o fabrica y/o un espacio propio de comercialización tipo tienda. Lo anterior evidencia la baja visibilidad que tienen las empresas frente a sus clientes y la decisión de bajar costos administrativos y financieros para poder competir en el mercado.
- Del total de las empresas consultadas, el 77% son dirigidas por mujeres y el 23% por hombres, lo cual evidencia la alta participación de la mujer en la actividad económica de las empresas vinculadas a la Moda.
- En términos de estructura etaria el 18% de las y los empresarios consultados tiene entre 18 y 25 años, el 24% tiene entre 25 y 35 años, el 35% entre 35 y 50 años, el 12% más de 50 años (un 11% no respondió a la pregunta).
- Con relación al tema de la formalización, el 24% de los entrevistados declaran que su empresa está formalizada, el 35% que no está formalizada y el 41% no responde a la pregunta, lo cual hace suponer que muy probablemente el porcentaje de informalidad sube a un 76%.



2.1 Organizaciones visibles en la industria

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



Evento más importante de moda realizado en República Dominicana, donde durante una semana completa se realizan al menos 5 desfiles diarios. Tiene como objetivo dar a conocer el talento de los diseñadores de moda dominicanos a nivel mundial.

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

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

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



La Asociación Dominicana de Diseñadores de Moda (ADODIMO) es una entidad que agrupa, capacita e impulsa todos los integrantes de la industria textil en la República Dominicana, conformados por todos los actores que intervienen en su cadena de valor: creativo, confección, producción, promoción, proyección y comercialización. Este gremio, cuya presidenta es la diseñadora Melkis Díaz, fomenta la creación de empleos al sector, actualmente sostiene acuerdos con el INAGUJA y el programa Supérate para la implementación de proyectos para su beneficio y ha colaborado activamente en las actividades realizadas a favor de la industria por el MICM.

Actualmente esta asociación la conforman un total de 150 socios, los cuales se han enfocado en fortalecer los conocimientos técnicos de sus integrantes. En sentido general, busca cultivar la consciencia del mercado de la moda, su funcionamiento y retos para los diseñadores; así como la imagen pública, creando así un perfil completo del empresario moderno del siglo 21.

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

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



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

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

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



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

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



2.2 Cadena de valor de la Mipyme de confección, diseño y comercialización de la Moda en República Dominicana

(Por InModaRD)

A menudo, tiende a identificarse la moda con los productos acabados (confección, género de punto, calzado, complementos) que ocupan las portadas de la prensa especializada. En realidad esos productos son el resultado de una larga cadena de fases, actividades y actores de cuya interacción depende buena parte del éxito que el producto obtiene en el mercado.

El conocimiento de esta cadena de valor es fundamental para comprender la estructura y el funcionamiento del sistema de la moda y de las empresas que compiten en él. Es necesario conocer las debilidades y fortalezas de la cadena de valor de la moda en República Dominicana para poder accionar de manera más eficiente. A continuación, se presentan los eslabones de esta cadena.

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

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

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



- **3. Transformación:** En términos generales, la industria textil está encabezada por las grandes empresas, mientras que el proceso de confecciones y diseño es realizado por las MiPymes. El proceso de comercialización, el cual se realiza en gran medida a nivel nacional, es realizado tanto por las empresas grandes como por las MiPymes.
- **4. Servicios de soporte:** Existe una estructura de soporte institucional significativa, sin embargo, está dispersa y disgregada. Los servicios de soporte requeridos por las empresas dedicadas a la moda en el país son brindados en su gran mayoría por entidades públicas. Existen pocas empresas privadas que den soporte en esta cadena.
- **5. Investigación e Innovación:** Desde el punto de vista industrial, la innovación es la introducción de productos o procedimientos de fabricación nuevos o mejorados en el mercado. Las innovaciones en la industria textil y de la moda se pueden ver en las aplicaciones iniciales de la comunicación entre humano y máquina, por ejemplo, los dispositivos de tejido controlados por voz. Al comparar las soluciones digitales, la recolección de datos de producción asistida por sensores tendrá el mayor efecto en la eficiencia de los procesos y en la calidad del producto.

La industria de la moda dominicana no cuenta con una estructura que pueda ofrecer soporte que demandan las empresas para escalar eficazmente en la senda de su desarrollo. No existe apoyo sobre orientación para enfrentar los nuevos retos, desafíos y adherirse a las tendencias que surgen en la industria en términos de investigación e innovación.
- **6. Actividades complementarias de acceso a mercados:** Las actividades empresariales son dispersas. Si bien es cierto que existen varias asociaciones dedicadas a apoyar el desarrollo de la industria, estas no realizan actividades de asociatividad permanentes.

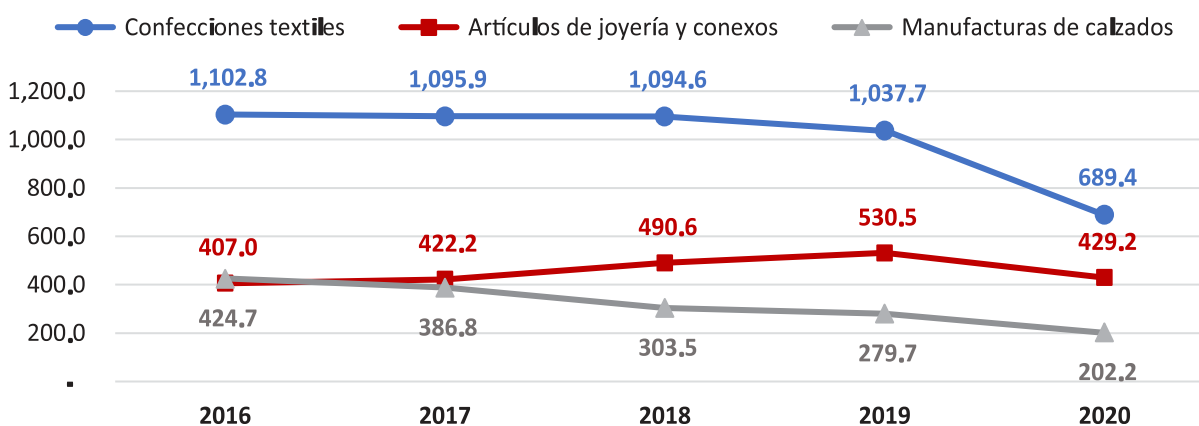


3. Estadísticas de exportación de República Dominicana

Según los datos estadísticos del Banco Central de la República Dominicana (BCRD), en los últimos 5 años, el país ha exportado US\$5,020.4 millones de confecciones textiles, US\$2,279.5 millones de artículos de joyería y US\$1,596.9 millones de manufacturas de zapatos, para un total de US\$8,896.8 millones en el período señalado.

Estas partidas representan el 12.8% del total exportado en el 2020, para un monto de US\$1,320.8 millones.

Gráfico no. 1
Exportaciones Dominicanas de textiles, calzados y joyería
Valores en US\$ millones. Período 2016-2020



Fuente: Elaborado por Prodominicana con datos del BCRD

4. Identificación del valor real correspondiente a Moda

Metodología

- 1. Elección del año 2019 como base para el estudio, debido que el 2020 fue un año atípico en la economía en general, donde fueron afectadas en gran manera las pequeñas y medianas empresas, incluyendo las de la industria de la moda.
- 2. Identificación de las partidas arancelarias correspondientes a prendas de vestir, calzados y joyería, incluida la bisutería y confecciones en cuero.
- 3. Análisis de los datos según régimen, haciendo especial énfasis en el nacional.
- 4. Filtro de las empresas con valor exportado superior a US\$1,000 en el régimen nacional.
- 5. Análisis discriminatorio de las 324 empresas resultantes en el régimen nacional, con el fin de identificar los valores reales exportados en la industria de la moda.

a) Validación de la actividad económica principal de estas empresas a través del RNC en la DGII y también otros directorios empresariales, así como la validación de los productos exportados en la base de datos de DGA.



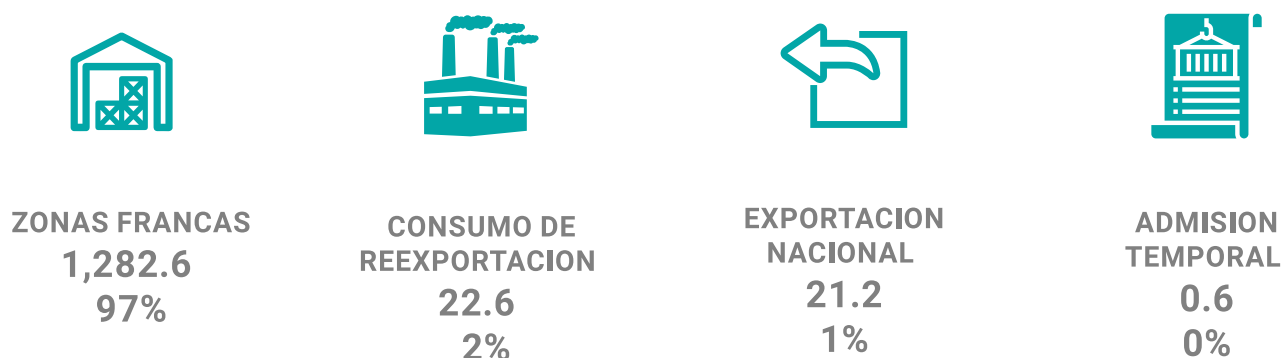
Resultados de la metodología:

Para el año 2019, el valor total exportado, considerando las partidas identificadas correspondientes a la industria de la moda, es de US\$1,327.0 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% del valor total, esto es US\$1,282.6 millones. Mientras que las nacionales apenas el 1%, correspondiente a US\$21.2 millones.

En cuanto a consumo de reexportación, mediante contacto con las empresas, se validó que los US\$22.6 millones exportados en este régimen corresponden en realidad a una empresa de logística que brinda servicios a zonas francas textiles. Por lo que, este monto no será considerado en el valor final estimado para la industria.

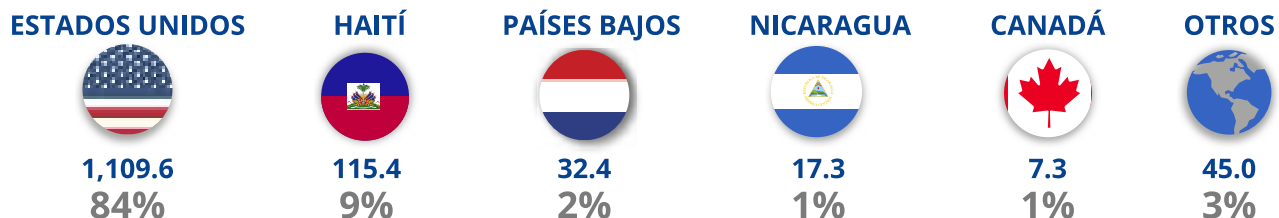
Gráfico no.2
Exportaciones Dominicanas de confección textil, de cuero, artículos de joyería y calzados
Según régimen, valores en US\$ millones



Fuente: Elaborado por Prodominicana con datos de DGA

En el gráfico no.3 se observa que el principal destino de las exportaciones de las partidas arancelarias correspondientes a la moda es Estados Unidos con más del 80% del valor exportado, en segundo lugar, se encuentra Haití con una participación de 9%, a este le sigue Países Bajos con 2%, Nicaragua con 1% y Canadá con 1%.

Gráfico no.3
Principales destinos de las exportaciones de confección textil, de cuero, artículos de joyería y calzados, valores en US\$ millones



Fuente: Elaborado por Prodominicana con datos de 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 2019 estos diez productos representan el 85%.

Los artículos de joyería, excluidos los de plata, son el principal producto de moda exportado en zonas francas. Para el año 2019 este representó el 30%, para un monto de US\$379.9 millones, seguido de los t-shirts y camisetitas de algodón con un valor de US\$332.7 millones y una participación de 26%, y en tercer lugar se encuentran los calzados con parte superior de cuero natural con un valor de US\$166.5 millones y participación de 13%.



Gráfico no.4
Principales productos exportados de la industria de la
moda en Zonas Francas
Valores en US\$ millones, 2019



ARTÍCULOS DE JOYERÍA



379.9 30%

**T-SHIRTS Y CAMISETAS,
DE PUNTO, DE ALGODÓN**



332.7 26%

**CALZADO CON PARTE
SUPERIOR DE CUERO
NATURAL O REGENERADO**



166.5 13%

**ARTÍCULOS DE JOYERÍA
DE PLATA**



45.1 4%

**CALZADO CON SUELA
DE CAUCHO Y PARTE SUPERIOR
DE CUERO NATURAL**



38.8 3%

SUÉTERES DE FIBRAS



28.9 2%

SOSTENES "CORPIÑOS"



26.7 2%

**PARTES SUPERIORES
DE CALZADO Y SUS PARTES**



26.0 2%

CALZADO DE DEPORTE



26.7 2%

SUÉTERES DE ALGODÓN



17.2 1%

OTROS



197.5 15%

Nacional

En cuanto al régimen nacional, que es donde se concentrará el análisis a partir de ahora, se tiene que:

Al realizar la revisión de las 324 empresas resultantes, luego de filtrar el valor exportado por mayores de US\$1,000.0, de los US\$21.2 millones en el régimen nacional, al menos el 45% (US\$9.6 millones) corresponde a empresas cuya actividad principal es producir y comercializar productos de moda. El 53% corresponde a empresas como gift shop y empresas que se dedican a la importación y exportación de prendas de vestir. El 2% corresponde a exportaciones de productos de moda a través de courier.





© Dominicana Moda

Cuadro no.1
Análisis de las Empresas Exportadoras
de las partidas correspondientes a la Moda
en el Régimen Nacional, 2019

| | Cant. | Valor US\$MM | Part.% del valor |
|-------------------|------------|--------------|------------------|
| Total | 324 | 21.1 | 100% |
| Moda real | 54 | 9.6 | 45% |
| Otras actividades | 253 | 11.1 | 53% |
| Courier | 17 | 0.4 | 2% |

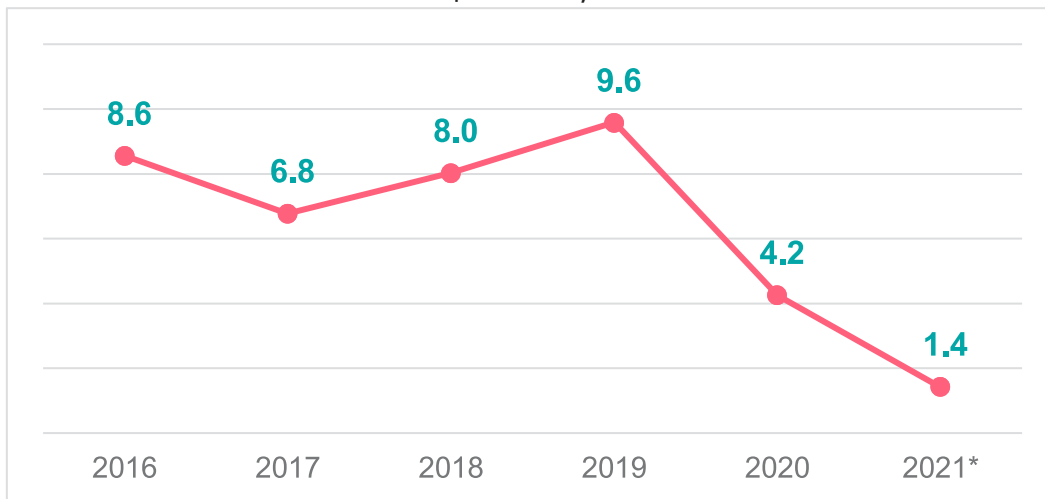


El régimen de zonas francas ha sido excluido del análisis anterior dado que, estas instalaciones producen en grandes cantidades, sin embargo, los diseñadores ofrecen productos de moda en cantidades limitadas y personalizadas, elaboradas fuera de este régimen.

En el período 2016-2020 se exportaron, en promedio, US\$7.4 millones de las partidas correspondientes a la industria de la moda (según metodología). Como se muestra en el siguiente gráfico, el 2019 es el año que muestra mayor valor exportado con US\$9.6 millones y un crecimiento de 19% respecto al 2018.

En el año 2020 se evidencia una caída de 56% respecto al año 2019, siendo el valor exportado de US\$4.2 millones. Este comportamiento fue provocado en gran medida por la pandemia del Covid-19, ya que muchas pequeñas y medianas empresas tuvieron que cerrar sus puertas.

Gráfico no.5
Comportamiento de las exportaciones de Moda en la República Dominicana
Valores en US\$ millones, 2016 - abril 2021



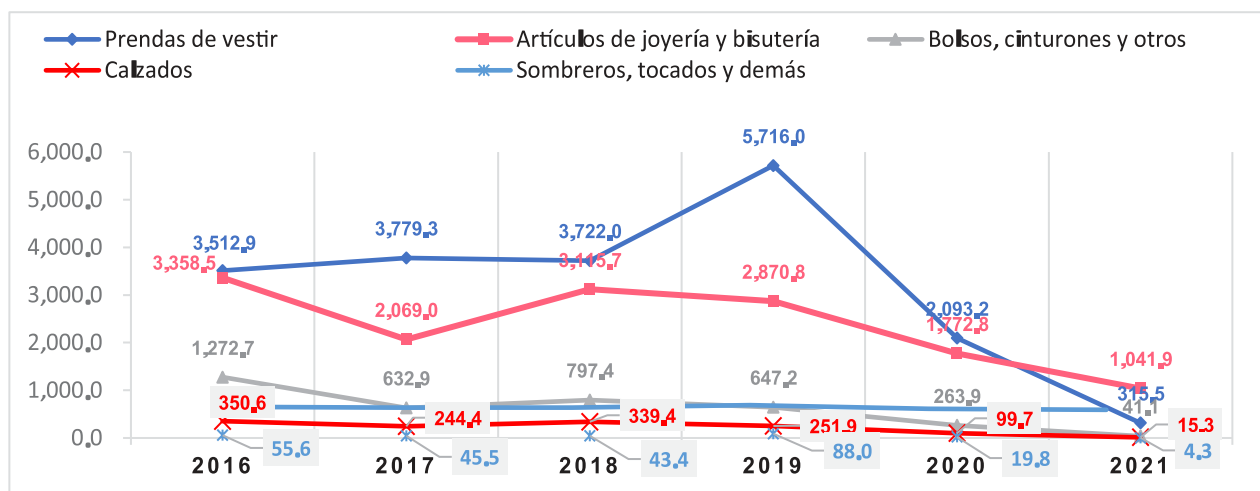
Fuente: Elaborado por Prodominicana con datos de DGA

En el gráfico no.6 se observa el comportamiento de las exportaciones por categoría dentro del régimen nacional y específicamente los valores correspondientes a las 54 empresas dedicadas exclusivamente a la moda.

Las prendas de vestir constituyen la principal categoría, la cual para el 2019 fue la única en experimentar crecimiento. Esta categoría comprende principalmente, los t-shirts, blusas, camisas, pantalones largos y cortos, faldas, vestidos en diversos materiales textiles, principalmente algodón y poliéster.



Gráfico no.6
Comportamiento de las exportaciones de Moda en la República Dominicana, según categoría
Valores en US\$ miles, 2016 - abril 2021

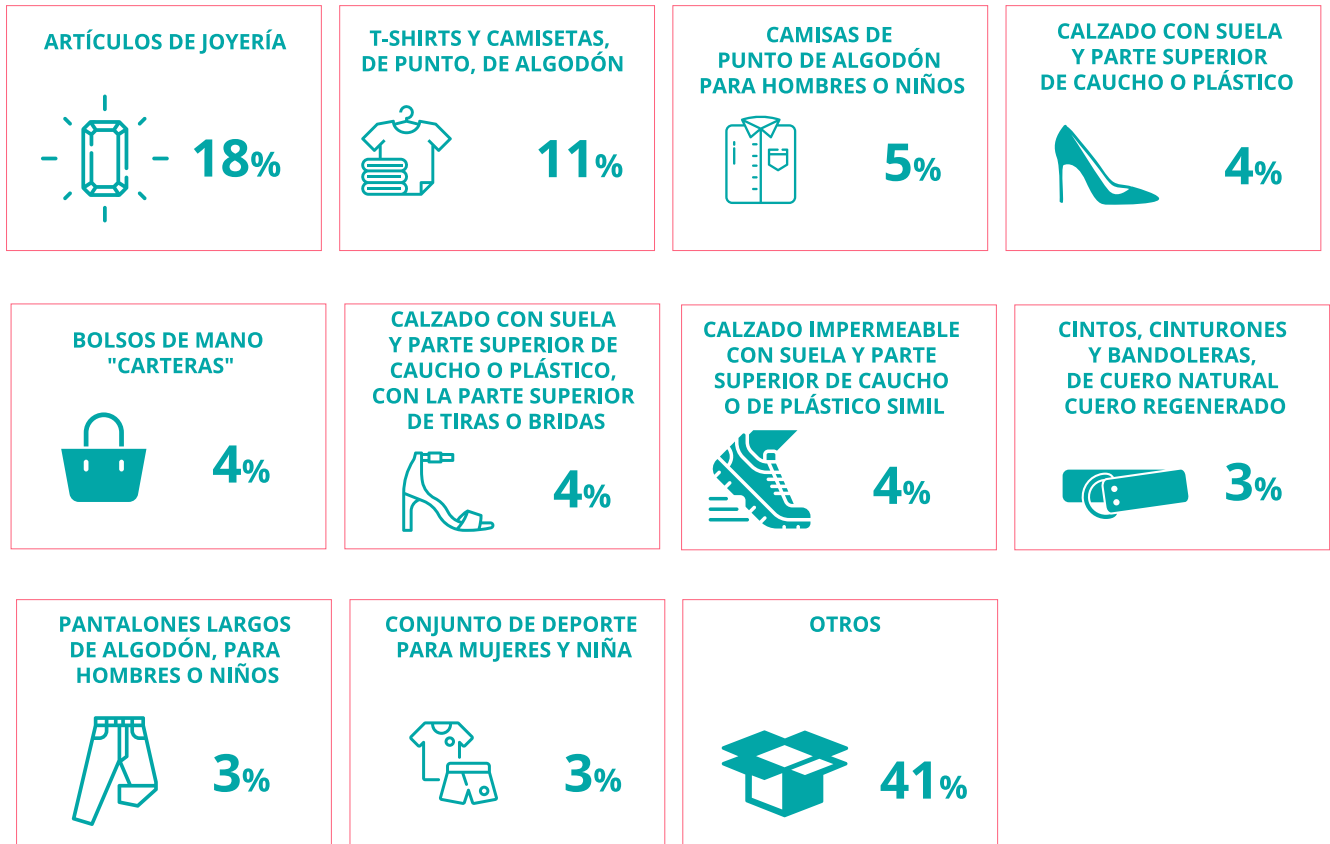


Fuente: Elaborado por Prodominicana con datos de DGA

Se puede observar en el gráfico a continuación, los principales productos de la industria de la moda exportados bajo régimen nacional. Estos diez productos representan el 59% de todo lo exportado en este renglón.

Se identifica como principal producto artículos de joyería 18%, t-shirts y camisetas de punto de algodón con 11% de participación, camisas de punto de algodón 5%, entre otros.

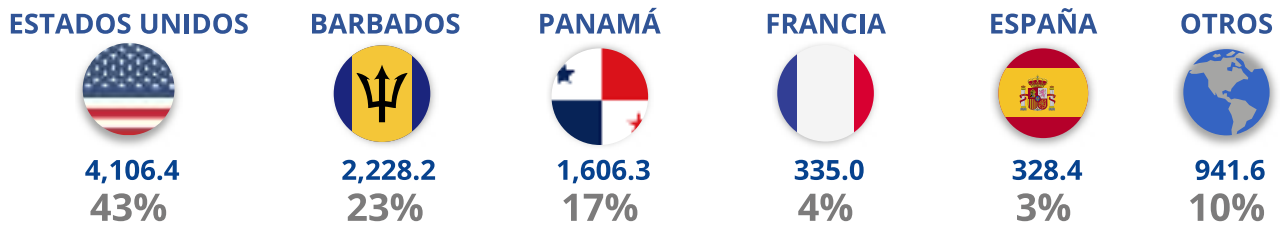
Gráfico no.7
Principales productos exportados de la industria de la moda en régimen nacional
Valores en US\$ millones, 2019



En el siguiente gráfico se puede observar los principales destinos de las exportaciones de moda (valor real identificado), donde Estados Unidos ocupa el primer lugar con una participación 43%, a este le sigue Barbados con un 23%, Panamá 17%, Francia 4% y España 3%. Estos cinco destinos representan el 90% de todo lo exportado de moda en el 2019.

Cabe resaltar que, al analizar los valores exportados según destino, se identificó un valor de US\$2.2 millones cuyo destino se registra como República Dominicana, el cual ha sido agregado en otros. Este valor corresponde a las exportaciones realizadas en suelo dominicano, por ejemplo, las ventas gift shops a extranjeros.

Gráfico no.8
Principales destinos de las exportaciones dominicanas de productos de moda, régimen nacional



República Dominicana

4.1 Acuerdos comerciales vigentes en República Dominicana

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



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



Estos acuerdos tienen como objetivo principal continuar impactando en las exportaciones dominicanas hacia los países contrapartes; y, de esa manera, alcanzar un mejor posicionamiento de los productos a nivel global, cuando cumplan con los requisitos de origen establecidos en los mismos. Además, impulsan a mejorar la eficiencia productiva para presentar una oferta exportable que cumpla con las tendencias y exigencias de los mercados de destino.

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

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

Durante los últimos años, diferentes países han logrado destacarse a nivel mundial en este sector, a raíz de la gran tradición que poseen en cuanto a crear tendencia, organizar eventos internacionales, así como el apoyo de políticas públicas que han contribuido decididamente a la mejora de su posicionamiento internacional. A continuación, ejemplos de las acciones implementadas por algunos países considerados líderes dentro del sector hoy día:





5.1. Colombia 🇨🇴

En los últimos años la industria de la moda colombiana se ha destacado por su evolución hacia una mayor variedad y calidad del diseño y la confección, convirtiéndose en uno de los principales referentes de moda en Latinoamérica.

Este resultado ha sido posible al fuerza combinado de los diferentes actores que conforman la industria; como resultado, Colombia ha logrado posicionarse en un lugar de honor en los mercados internacionales, con exportaciones de prendas de vestir a más de 100 países.

En función de lo anterior, es importante resaltar que la industria de la moda colombiana representa un estimado de 9,4% sobre el total del PIB industrial y genera alrededor de 600 mil empleos.

Colombia cuenta con el Instituto de la Moda (Inexmoda), el cual conecta a todos los actores claves del sistema para ayudar a la transformación y fortalecimiento de la industria, promoviendo así su crecimiento y desarrollo.

A través de Inexmoda se han desarrollado diferentes iniciativas tales como:

- ✦ **Fortalecimiento empresarial para el sistema moda:** Proyecto que busca transferir conocimiento de alto nivel que se traduzca en potenciamiento de las empresas vinculadas en el largo plazo.

✦ **Ferias:** Organización de encuentros entre diferentes actores que potencian la industria a nivel mundial.

✦ **Encadenamientos productivos formales:** el cual propicia un trabajo integrado entre empresas anclas y proveedores con el objetivo de aumentar la productividad la industria, generar relaciones sostenibles en el tiempo y crecimiento progresivo, a través de procesos de encadenamientos productivos.

✦ **Épica Inexmoda:** Programa de Transformación Empresarial de la secretaría de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín e Inexmoda que consiste en desarrollar los negocios de la ciudad que persigue potenciar el talento de empresarios y emprendedores que, actualmente dinamizan y le agregan competitividad y crecimiento de sus marcas.

⊕ **Respecto a las ferias, se destacan:** Colombiatex y Colombia moda (Semana de la moda de Colombia); ambas coordinadas por Inexmoda, que es la plataforma a través de la cual se realizan encuentros, tanto de manera presencial como digital, donde diferentes expositores tienen la oportunidad de conectar con compradores especializados.

Incentivos:

⊕ **El Plan Vallejo:** Permite la importación de bienes de capital, materias primas, insumos y repuestos con exención de derechos e impuestos a la importación, sujeto al cumplimiento de compromisos de exportación de bienes o servicios finales.





5.2. Italia 🇮🇹

La industria de la moda italiana es considerada como un referente internacional que se ha caracterizado por su calidad tanto en el diseño como en la confección. De allí han surgido grandes marcas como Prada, Armani, Valentino, Dolce&Gabbana, Gucci, Cavalli y otras más que son muy reconocidas en el mundo.

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

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

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

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

De acuerdo con los datos registrados por el SMI, este país normalmente exporta por año un aproximado de 32,753 millones de euros en prendas de vestir.

Otro organismo importante que representa la moda italiana tanto a nivel nacional como internacional, es el llamado Sistema Moda Italiana Tessile e Moda, mediante el cual se coordinan los acercamientos con las entidades gubernamentales.

Cabe resaltar que, con la creación del Sistema de la Moda en Italia, no solo se contribuyó con el desarrollo de la parte comercial, sino también con la innovación del producto, lo cual es necesario para la competitividad dentro del mercado global.

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

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

Otros puntos importantes:

⦿ **Realización de ferias comerciales**

Realización de ferias comerciales como Milano Unica, Pitti Imagine Filati y Filo; se trata de importantes eventos nacionales donde los fabricantes italianos cuentan con un espacio para exhibir sus nuevas colecciones y donde se reúnen diferentes personalidades provenientes de otros países.

⦿ **Programa Nuova Sabatini o crédito a la innovación**

Implementado por el Ministerio de Economía, que facilita a pequeñas y medianas empresas el acceso a crédito, con el fin de aumentar la competitividad del sistema de producción del país. La medida contempla inversiones en maquinarias, equipos, sistemas, bienes de capital para uso productivo, hardware, software y tecnologías digitales.

5.3. Reino Unido

Reino Unido es considerado uno de los 5 mercados europeos más importantes en consumo y con la industria de la moda más potente del continente. Es hogar de grandes marcas muy reconocidas a nivel mundial como Burberry, Paul Smith y Vivienne Westwood.

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

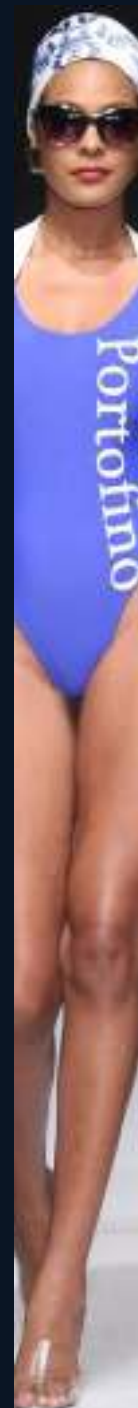
El Consejo de la Moda fortalece la moda británica en la economía global como líder en negocios creativos y responsables, construyendo e invitando a la industria a participar en una sola red y lograr una moda exitosa. Esta red comprende un cuerpo de miembros designados de la industria, fundamentales para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

El departamento gubernamental Digital, Cultura, Medios y Deporte (DCMS) de Reino Unido es la entidad encargada de patrocinar el Consejo de la Moda, atendiendo así a las necesidades que tenga la industria en el momento. En cuanto a la educación, el Consejo de la Moda Británica dentro de su estructura tiene una fundación dedicada a apoyar el crecimiento y el éxito del futuro de la industria, ofreciendo subvenciones y tutoría empresarial.

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

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

Importante destacar que el apoyo gubernamental que recibe el sector y todas las iniciativas implementadas por los gremios, han impactado de manera significativa en las ventas, ya que Reino Unido exporta aproximadamente un total de US\$190 millones en accesorios, prendas de vestir y calzados al año.



5.4. Brasil 🇧🇷

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

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

La ABIT ha implementado algunas acciones para beneficio de las empresas socias, estas son:

- Datos estadísticos sobre comercio exterior en la cadena textil y de la confección: elabora datos mensuales de exportaciones e importaciones brasileñas del sector.
- **Negociaciones Internacionales:** acompaña las negociaciones sobre acuerdos comerciales y defiende la posición del sector en estos acuerdos; asesora a las empresas asociadas en los acuerdos que ya existen en puntos como la regla de origen y las preferencias arancelarias.
- **Operaciones de Comercio Exterior:** acompaña y propone cambios en la legislación relacionada con temas de comercio exterior; ayuda a los miembros a aclarar dudas sobre los procedimientos y la legislación de comercio exterior brasileños.
- **Inteligencia competitiva:** elabora datos y estudios que asisten a las empresas en sus estrategias para ingresar a los mercados internacionales.
- **Barreras comerciales:** monitorea las barreras comerciales en terceros mercados y promueve acciones con el gobierno brasileño para mitigarlas con el fin de facilitar el acceso de las exportaciones brasileñas al mercado externo; asesora a las empresas asociadas en la aclaración de dudas sobre las barreras identificadas.
- **Internacionalización:** programa de Internacionalización en alianza con Apex-Brasil , Texbrasil , que trabaja con empresas del sector textil y de confección para desarrollar estrategias para conquistar el mercado global.



El programa de internacionalización Texbrasil asiste a las empresas en todas las etapas de su proceso de exportación, ayudando desde la preparación de un principiante hasta la acción de una marca ya internacionalizada.

➤ **Para ello ofrece los siguientes productos:**

© Dominicana Moda

- **Capacitación:** programas enfocados a instruir a las empresas en la adaptación de productos según los mercados, pautas para el uso de datos de inteligencia.
- **Información:** suministro de datos estratégicos en los mercados internacionales que ayudan a las empresas en la toma de decisiones.
- **Negocios:** acciones de promoción de empresas a nivel internacional a través de diversas plataformas, como ferias internacionales, showrooms, desfiles y la llegada de compradores internacionales a Brasil, entre otros.
- **Imagen:** actividades para desarrollar la presencia de empresas en el mercado internacional, a través de viajes de periodistas a Brasil y contratación de relaciones con la prensa internacional.
- **Personalización:** posibilidad de apoyar a las empresas más desarrolladas en el proceso de exportación en acciones individuales de acuerdo a las necesidades de la empresa.
- **Sustentabilidad:** Apoyo a las empresas comprometidas con el tema de la sustentabilidad, fortaleciendo los negocios y alentando a las marcas a liderar la transformación hacia un mundo más sustentable.



A lo largo de **20 años**, este programa ha ayudado a unas **1.600 marcas** a entrar en el camino de la exportación, generando **USD 9 mil millones en negocios**.

Algo importante que ha logrado la Agencia de Promoción de Comercio e Inversión de Brasil (Apex-Brasil) en alianza con otras entidades de la moda brasileña es el lanzamiento de un proyecto llamado Brasil Fashion Now, que consiste la creación de un espacio exclusivo para las marcas brasileñas en plataforma digital.

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

➤ **Incentivos:**

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

En general, el impuesto a la importación de bienes de capital es del 14% y el de los bienes de informática y telecomunicaciones del 16%. A través de la tarifa Ex, el impuesto se ha reducido al 0%.

➤ **Grandes marcas brasileñas:**

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

6. Análisis de resultados de las encuestas realizadas a diseñadores

Como complemento importante de este proceso de levantamiento de información y valor agregado a la ya existente, desde la dirección de Estudios Económicos y Estadísticos se realizó una serie de entrevistas a personalidades destacadas en el sector y un sondeo a través de un formulario digital. Dicho levantamiento se enfocó, principalmente, en conocer las dificultades que limitan la internacionalización del sector y en las medidas o iniciativas que consideran necesarias para potencializarlo, así como algunos aspectos generales de las empresas.

El marco referencial comprende alrededor de 65 entidades de la industria de la moda dominicana, a las cuales se les envió el formulario vía correo electrónico, también se realizó una jornada de llamadas. La tasa de respuesta fue de 16.9% (11/65).

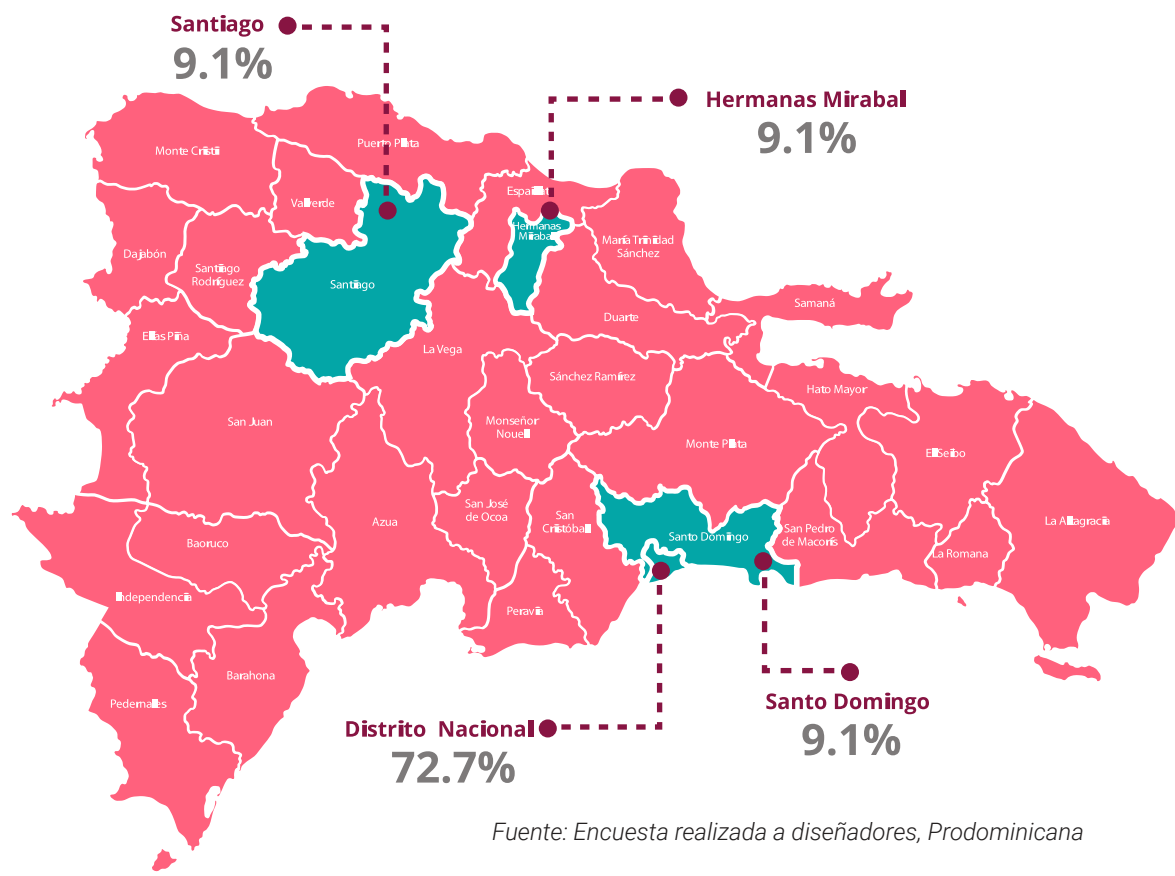
Es importante puntualizar que, las empresas identificadas en la base de datos, con las cuales se realizó el análisis cuantitativo mostrado en el acápite #4 de este documento, no son las mismas que han respondido a la encuestas y entrevistas. La principal razón es que la mayor parte de las empresas que han respondido al cuestionario no exportan de manera directa, por lo que no han podido ser identificadas en la base de datos.

✦ **Provincia donde opera la industria**

El 72.7% de las empresas y/o diseñadores encuestados opera en el Distrito Nacional. Cabe resaltar en este aspecto, que, aunque estos diseñadores residen en el distrito, las prendas no necesariamente son confeccionadas en el mismo lugar. Muchos de estos subcontratan la confección, incluso fuera del país.



Gráfico no. 9
Provincia donde operan las empresas consultadas. Mayo 2021

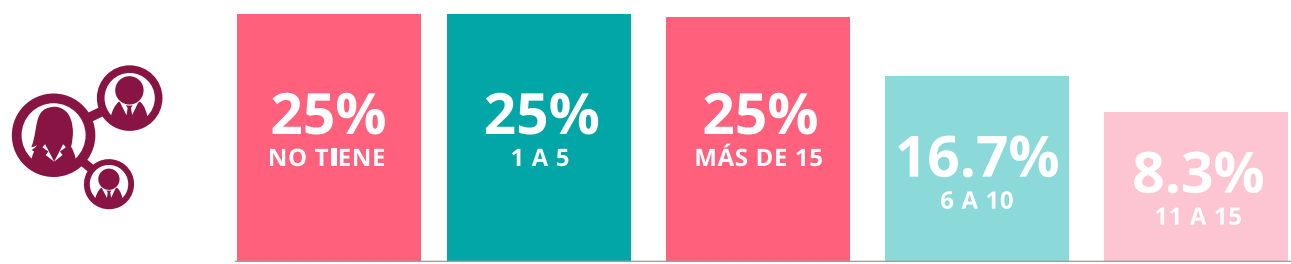


Fuente: Encuesta realizada a diseñadores, Prodominicana

✦ **Porcentaje de empleados**

El 50% de las empresas encuestadas tienen entre 1 y 15 empleados. Es decir, la mitad de las empresas consultadas dedicadas a la moda se constituyen como pequeñas empresas y a esta caracterización obedece las acciones que realizan.

Gráfico no. 10
Porcentaje de empleados de las empresas consultadas. Mayo 2021



Fuente: Encuesta realizada a diseñadores, Prodominicana

✦ **Años en la industria**

La totalidad de empresas consultadas declararon tener más de 10 años en la industria, lo cual corrobora con la idea de que la experiencia es una de las principales fortalezas de los diseñadores y empresas dedicadas a la moda en el país. Sin embargo, a pesar de la experiencia, estas empresas no han podido trascender de manera significativa en la internacionalización de su actividad productiva.

Gráfico no. 11
Años en la industria de las empresas consultadas.
Mayo 2021



Fuente: Encuesta realizada a diseñadores, Prodominicana

✦ **Productos que comercializan las empresas**

Los productos comercializados por las empresas dedicadas a la moda en el país son muy variados. A continuación, se citan los productos comercializados por las empresas consultadas.

Importante resaltar en este punto que, muchas de las empresas consultadas, además de diseñar y confeccionar prendas de vestir, también se constituyen agentes de modelaje, ampliando así su oferta a través de este servicio.

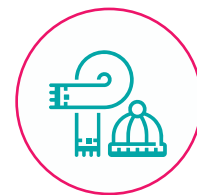




**Ropa a la medida,
ropa Ready to wear**



Chacabanas



**Bufandas, bolsas, retorno
y servicios**



Modelos



**Blusas faldas
y vestidos**



Uniformes



**Ropa de mujer, de
niños mujer,
de niños**



**Vestuarios de pajes, ropa
infantil y accesorios para
niños**



Camisas y trajes



¿Ha vendido sus productos en mercados internacionales (ha exportado)?

El 54.5% de las empresas consultadas tiene experiencia en exportar y han realizado exportaciones en los últimos dos años. El 18% ha exportado alguna vez, pero no lo hace en la actualidad, mientras que el 27.3% nunca ha exportado, pero manifiestan interés en exportar.

De las empresas que han declarado haber exportado, casi en su totalidad no exportan de manera directa, en su lugar lo hacen a través de diferentes courriers.

Importante destacar que, algunas de las empresas que no se encuentran exportando en la actualidad ha sido producto de la pandemia provocada por el covid-19, lo que afectó su productividad y competitividad.

Gráfico no. 12
¿Ha vendido sus productos en mercados internacionales?
Mayo 2021

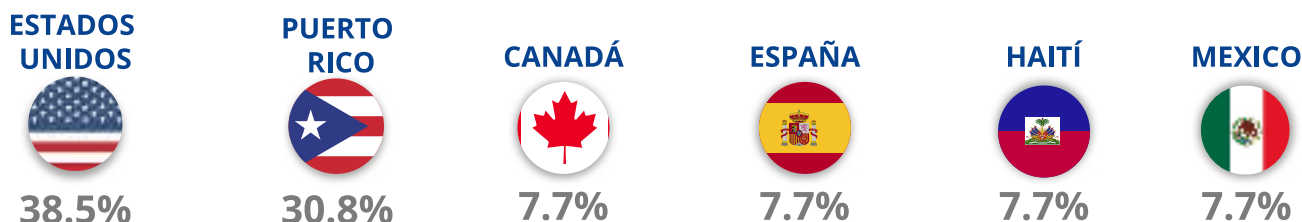


Fuente: Encuesta realizada a diseñadores, Prodominicana

✦ Destinos de las exportaciones

Entre los principales destinos de las exportaciones realizadas por las empresas de moda consultadas, se encuentra en primer lugar Estados Unidos con una participación del 38.5%, seguido de Puerto Rico con 30.8%, Canadá ocupa un tercer lugar con 7.7%, entre otros.

Gráfico no. 13
Destinos de las exportaciones realizadas por las empresas consultadas.
Mayo 2021



Fuente: Encuesta realizada a diseñadores, Prodominicana

✦ **Principales restricciones para exportar a las que se enfrenta el sector de la moda**

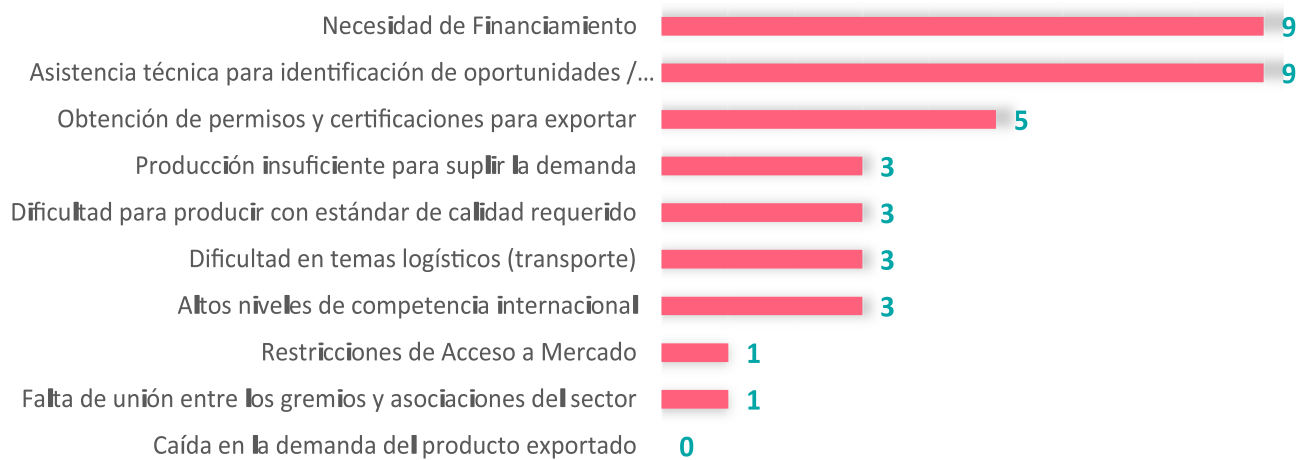
Al consultar sobre las principales restricciones que enfrentan las empresas de la moda al momento de exportar se encuentran:

La necesidad de financiamiento; esto pudiera estar influenciado porque la mayor parte de los insumos son importados, aumentando así el costo de producción y afectando su competitividad en los mercados internacionales.

En segundo lugar, la necesidad de asistencia técnica en la identificación de oportunidades de negocios con el exterior; se resalta la necesidad de apoyo en participaciones en ferias internacionales con la presencia de compradores de diferentes mercados.

En tercer lugar, señalan la obtención de permisos y certificaciones para exportar; en este orden se enmarcan las trabas enfrentadas por las empresas en el proceso de formalización.

Gráfico no. 14
Principales restricciones para exportar a las que se enfrenta el sector de la moda
Mayo 2021



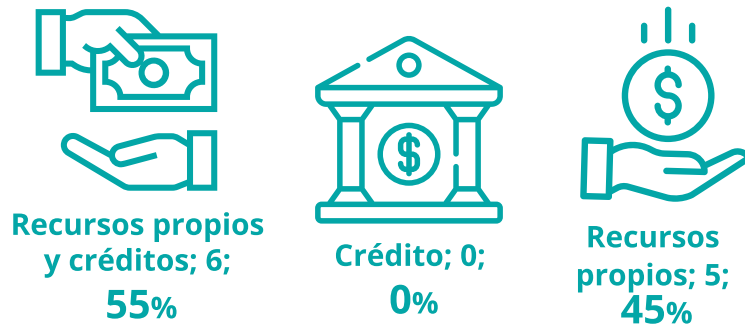
Fuente: Encuesta realizada a diseñadores, Prodominicana



★ **Fuente de financiamiento:**

El financiamiento de las actividades productivas del 55% de las empresas consultadas proviene de sus propios recursos y del crédito. Al ser entrevistadas, algunas de las empresas manifestaron que antes de la pandemia no tenían necesidad del crédito, su productividad les permitía costear las actividades.

Gráfico no. 15
Fuente de financiamiento de las empresas consultadas.
Mayo 2021



Fuente: Encuesta realizada a diseñadores, Prodominicana



✦ ¿Qué tipo de apoyo necesita de ProDominicana para aumentar o iniciar sus exportaciones?

De un total de 11 respuestas, 10 declaran la necesidad de apoyo por parte de ProDominicana en la participación de eventos comerciales como, misiones, ferias y demás. 8 manifiestan la necesidad de asistencia técnica en procesos de exportación.

Gráfico no. 16
Apoyo necesario de ProDominicana. Mayo 2021



IDENTIFICACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES

6 (50%)



PARTICIPACIÓN EN EVENTOS COMERCIALES (MISIONES, FERIAS,...)

10 (83.3%)



CAPACITACIONES EN COMERCIO EXTERIOR

5 (41.7%)



ASISTENCIA TÉCNICA EN PROCESOS DE EXPORTACIÓN

8 (66.7%)



OTROS

1 (8.3%)



Conclusiones

República Dominicana es un país rico en talentos y posee todo el potencial para convertirse en un líder del sector a nivel regional. Una estrategia clara desde el gobierno contribuirá a cubrir las necesidades de tan importante industria.

Como resultado de las informaciones revisadas y de acuerdo con lo consultado con una muestra de diseñadores dominicanos con vasta experiencia dentro de la industria, una de las principales dificultades que impiden que el sector pueda expandir sus horizontes al exterior, es el costo de producción; el cual les resta competitividad a las empresas.

A pesar de que existen diversas entidades que buscan potencializar la industria de la moda en el país, estas se encuentran dispersas. El sector carece de coordinación, que permita alcanzar dicho objetivo. La comunicación entre las empresas y los diferentes renglones de la cadena está limitada, provocando así que los esfuerzos realizados no tengan los resultados esperados.

Otro punto para destacar es la gran cantidad de diseñadores dominicanos que subcontratan la confección con otras empresas locales y en algunas ocasiones con empresas fuera del país. Según sus opiniones, producir fuera los hace más competitivos, ya que los costos de producir en el país son más elevados.

Una gran cantidad de diseñadores de moda en el país realiza sus exportaciones de manera indirecta, principalmente a través de couriers. Las exportaciones de moda de diseñador no se registran directamente por la entidad que es producida. Este hecho provoca que el análisis sea más complejo al no tener una dimensión real de quienes componen el comercio del sector.

Tomando en consideración que este sector representa una parte importante en la economía dominicana por los empleos e ingresos que genera, entendemos que una coordinación eficaz entre el sector y el gobierno impulsará para un mejor posicionamiento de la industria de la moda dominicana en los diferentes escenarios internacionales.

Recomendaciones

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

- ✓ **Ofrecer capacitaciones técnicas en comercio exterior:** Facilitar a las empresas recibir información y asesoramiento de los temas más relevantes, como lo son las normativas que rigen en otros países, las oportunidades comerciales que pueden tener sus productos en el mercado internacional y los beneficios que otorgan algunos países con los que República Dominicana tiene acuerdos comerciales. Además, en tecnología enfocadas en el área de la moda que permitirán innovar y aumentar la capacidad productiva.
- ✓ **Creación de un clúster:** Crear un espacio integrado por todas las empresas y diseñadores dominicanos de las diferentes categorías de diseño vinculados a la moda. Esto permitirá atender las necesidades futuras o existentes del sector, estimulando así a la creación de nuevas empresas y promoviendo la cooperación y competitividad.
- ✓ **Creación de un espacio o salón de exhibición única y exclusivamente para las marcas dominicanas:** Esto permitiría a los diseñadores dar a conocer sus colecciones, transmitir un mensaje al público a través de sus diseños, logrando así que turistas se interesen en adquirir dichas piezas y sirvan de portavoz.
- ✓ **Creación de una plataforma online:** Consiste en un espacio donde se puedan mostrar las marcas a clientes. Las mismas se pueden dividir en dos categorías: las plataformas de venta, es decir tienda electrónica donde se venda directamente al consumidor final; y plataforma B2B, espacio donde se podrán ofrecer los productos a comercios minoristas. (Esta iniciativa ya se encuentra en discusión).
- ✓ **Régimen especial para la importación de materias primas:** Adopción de una ley, norma o programa de gobierno donde se otorguen incentivos u otros beneficios como la reducción del impuesto a la importación de telas.
- ✓ **Acompañamiento a ferias internacionales:** Con el fin de establecer conexiones, exhibir sus productos, conseguir contactos de potenciales compradores y conocer las tendencias de los mercados.
- ✓ **Promoción intensiva de los desfiles y eventos de moda nacionales:** Realizar campañas publicitarias en toda la ciudad, incluyendo también a los aeropuertos con el objetivo de conectar de manera directa con el público nacional y extranjero.
- ✓ **Realización de focus group o grupo focal:** Como un método para conocer las opiniones, puntos de vista, planes y estrategias de los diseñadores. Así como, la dimensión real del sector.

ANEXO

Listado de Empresas Exportadoras de Moda 2019

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

Fuente: Elaborado por Prodominicana con datos de DGA



Para más información,
contáctenos

1-809-530-7777

Desde el interior sin cargos:

1-829-200-7777

Info@prodominicana.gob.do

www.prodominicana.gob.do