

Informe Económico de la Moda

2024

Impulsa



OBSERVATORIO
TEXTIL Y MODA

Modaes

minsoit
An Indra company

pressto
Tintorerías y Lavanderías
de España

SGS

Informe Económico de la Moda en España 2024

Reservados todos los derechos. Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, la copia o distribución de parte o la totalidad del presente documento bajo cualquier método o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático.

Impulsan
**OBSERVATORIO DEL
TEXTIL Y LA MODA**
www.observatoriotextilmoda.es

MODAES
www.modaes.com

Patrocinan
MINSAIT
www.minsait.com/es

PRESSTO
www.pressto.es

SGS
www.sgs.com/es-es

Sumario

Tribunas

- 08 “Un ecosistema de enorme importancia económica para el país”
JUAN PARÉS BOJ
Observatorio del Textil y la Moda
- 10 “Un observatorio para la transformación circular de la moda”
JOSÉ MONZONIS SALVIA
Observatorio del Textil y la Moda
- 12 “Un sector obligado a entenderse y a reivindicarse”
PILAR RIAÑO
Modaes

1 La industria en cifras



Empresas, empleo y negocio

- 22 Industria textil
26 Confección
30 Cuero y calzado

Actividad

- 34 Producción industrial
40 Cifra de negocios
44 Inversión
46 I+D

Tribuna

- 48 “Desafíos y oportunidades: un enfoque estratégico”
MARÍA HIDALGO
SGS Iberia

2 Mercado exterior



Balanza comercial

- 54 Industria textil
58 Confección
62 Cuero y calzado

3 Precios

Precios al consumo (IPC)

- 70 Ropa de hombre y mujer
71 Ropa de niño y complementos
72 Calzado de hombre y mujer
73 Calzado de niño y textiles y accesorios para el hogar

Precios industriales (Ipi)

- 74 Industria textil
76 Confección
78 Cuero y calzado

Precios a la exportación y a la importación (Iprix/Iprim)

- 80 Industria textil
81 Confección
82 Cuero y calzado



4

Comunidades autónomas



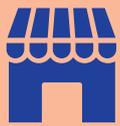
- 88 Comunidad Valenciana
- 90 Cataluña
- 92 Andalucía
- 94 Galicia
- 96 Castilla-La Mancha
- 98 Comunidad de Madrid

Tribuna

- 100 “La tintorería, entre la sostenibilidad y el servicio”
SILVIA DÍAZ
Pressto

5

Comercio textil



- 104 Distribución mayorista y minorista
- 106 Facturación, empleo y puntos de venta
- 108 Comunidades autónomas
- 110 Formatos comerciales
- 112 Segmentos

Tribuna

- 114 “Recommerce: un enfoque innovador para prolongar la vida útil de los productos”
ARANCHA PÉREZ-NAVARRO
Minsait (Indra Group)

6

Ecommerce



- 118 Evolución de las ventas de moda
- 120 Origen y destino
- 121 Perfil del consumidor online
- 122 Valor y volumen

7

El negocio de la moda en la economía española



- 126 PIB
- 128 Empleo
- 130 Exportación/Importación
- 132 Metodología

Presentación

Un sector tan dinámico como la moda requiere de la mejor información para una correcta toma de decisiones por parte de sus agentes. Tras doce ediciones cumpliendo este objetivo, el *Informe Económico de la Moda en España* inicia nueva etapa con el impulso conjunto del Observatorio del Textil y la Moda y Modaes y una misión común: poner en valor la fuerza del sector a partir de los datos de este motor económico.

Todo agente económico necesita información de valor para la toma de decisiones acertadas: datos que le permitan conocer la última hora sobre lo que ocurre en la economía, en la política o en la sociedad, a escala global y también en un mercado determinado, en su sector y en aquellos que tienen influencia sobre el mismo. Debe conocer lo máximo posible de lo que hacen sus competidores, de lo que necesitan sus clientes o de lo que impulsa el regulador. Si la información no está disponible, debe adivinarla como en un juego de unir puntos que separados no dicen nada, pero enlazados permiten predecir hacia dónde van las cosas. Es, por supuesto, algo que logran sólo algunos privilegiados.

No obstante, para completar este dibujo no basta con mirar a lo particular. El que quiere adivinar el futuro también debe conocer las grandes cifras que permitan calibrar la magnitud de las cosas y su evolución general, es

decir, la información macroeconómica.

En la moda, un sector que carece de una codificación específica a causa en parte de la complejidad de su cadena de valor, la ausencia de este tipo de datos es notable. Por ello, hace trece años nació el *Informe económico de la moda en España* con la voluntad de ser una herramienta para conocer las grandes magnitudes del sector de la moda en el país y facilitar así la toma de decisiones por parte de las empresas y sus líderes.

Esa fue la misión inicial, pero enseguida emergió otra igual o más importante que la primera: ayudar a medir la contribución económica del sector de la moda en España para, de esta forma, impulsar la visualización del mismo como un motor clave en la economía española.

La decimotercera edición del presente estudio es, sin embargo, especial por dos ra-

zones. Por un lado, porque por primera vez se desarrolla como un proyecto conjunto del Observatorio del Textil y la Moda, la entidad que representa por primera vez a la totalidad de los agentes del sector de la moda en España con la misión de acompañarles en sus procesos de transformación hacia una mayor circularidad, sostenibilidad y descarbonización (constituido en noviembre de 2021 por las dos principales organizaciones empresariales españolas del textil y la moda: Confederación Moda España y Consejo Intertextil Español), y Modaes, en el año de su quince aniversario como diario de información económica especializado en el sector de la moda. Por otro lado, es especial por sus resultados: tras diez años estimando el peso de la moda en el Producto Interior Bruto (PIB) español, en 2023 la moda vuelve de nuevo a los niveles máximos y recupera el 2,9%.



JUAN PARÉS BOJ

Presidente

Observatorio del Textil y la Moda

Un ecosistema de enorme importancia económica para el país

El *Informe Económico de la Moda en España* refleja de una manera muy clara la propia importancia del sector textil y moda en exportaciones, economía y empleo. Impulsarlo supone apostar por el talento, la tecnología (virtualidad) y consumidores (sensibilización). Europa puede reforzar su posicionamiento internacional alrededor de la sostenibilidad, la circularidad y trazabilidad. Debemos reflexionar sobre cómo hacerlo.

El sector del textil y la moda ocupa un lugar destacado entre los sectores económicos españoles. En datos de 2023, su aportación al PIB superó el 2,9%, con un 3,7% del empleo total y un 8,2% de las exportaciones de bienes. Pero este sector es, a su vez, fuente de creatividad, igualdad de oportunidades y, sin duda alguna, de escaporte exterior o, en otras palabras, de marca-país.

Aunque no todo el textil es moda (al igual que sucede con el cuero, calzado y confección) los englobamos en su totalidad en este *Informe Económico de la Moda en España* por múltiples razones. Y, entre ellas, que sin la moda es difícil mantener un tejido empresarial tan rico, diverso y complejo como el que constituyen estos subsectores nacionales. Este sector ha sufrido profundos procesos de transformación a lo largo de estos últimos cincuenta años. Y, en la actualidad, nos encontramos inmersos en un profundo viraje de las economías (al menos las occidentales) hacia una mayor circularidad, sostenibilidad y descarbonización a la que nuestra Industria no es ajena.

El sector del textil y la moda español ocupa posiciones de liderazgo internacional no sólo por sus grandes cadenas de moda, sino también por centenares de marcas, productores y profesionales reputados. Pero también en esas materias asociadas a esa transformación. En primer lugar, por sus esfuerzos de adaptación a normas, estándares y procedimientos europeos. Y, en segundo lugar, por haber sido también pioneros adoptando estándares internacionales voluntarios en materia social, ambiental y de gobernanza. Baste destacar que,

de los ocho convenios internacionales con sindicatos en diligencia debida, cuatro lo son con grandes cadenas españolas de moda. Este *Informe Económico de la Moda en España* muestra nuevamente la importancia actual de este ecosistema en la economía española.

Pero la competencia internacional sigue siendo imparable. Nuevas áreas productoras se están afianzando a nivel mundial. Más allá del Sudeste Asiático (y otros países limítrofes como India, Pakistán o Bangladesh) también las Repúblicas Centroasiáticas e, incluso, el área caucásica rusa próxima (tras las sanciones occidentales por la invasión de Ucrania) están, no sólo acelerando sus producciones de algodón, sino también invirtiendo fuertemente en sus manufacturas. Y, el Continente Africano está, a su vez, despertando también - de mano de la inversión china- cuando una elevada parte del actual crecimiento de la población mundial tiene su origen en ese continente.

Lo que nos debe hacer reflexionar en un doble sentido. En primer lugar, cómo lograr que el sector textil y de la moda mundial sea parte de la solución a los problemas actuales de clima, contaminación y sobreexplotación. Y que, como tal, contribuya positivamente al crecimiento, bienestar y salud de su población de forma sostenible. Y, en segundo lugar, el papel que debe jugar el sector europeo en este proceso. Así como del entorno legislativo que debe acompañarle (en sus reciprocidades comerciales, exigencias normativas y ritmo aplicativo) sin quebrantar su competitividad internacional.

Un observatorio para la transformación circular de la moda



JOSÉ MONZONIS SALVIA
Director general corporativo
Observatorio Textil y Moda

Podríamos afirmar que el gran vector de desarrollo del negocio de la moda en estos últimos treinta años ha sido el impacto del crecimiento económico mundial sobre amplias capas de población. Profundizar en su circularidad se percibe como una de sus principales herramientas para hacer frente a sus retos ambientales. El Observatorio tiene como misión acompañar al Sector Textil y Moda en estos procesos transformadores.

Los procesos de deslocalización de la Industria de la Moda (D.1980-D.2010) redujeron la base industrial occidental reconfigurando, al mismo tiempo, sus estructuras (allí donde pudieron mantenerse) hacia compañías especializadas, flexibles y ágiles localizadas alrededor de clústeres industriales de gran dinamismo. Pero, por otra parte, estos procesos extendieron globalmente producción, competencias y conocimientos ampliando, de ese modo, medios, recursos y capacidades y contribuyendo, al mismo tiempo, al avance del comercio mundial, especialización económica y mejora del nivel de vida de amplias capas de población. La presión geopolítica sobre estas cadenas globales de suministro (D.2020) pueden ir reconfigurándolas en uno u otro sentido. Otra gran transformación del sector se debe al rápido desarrollo de las nuevas tecnologías centrado inicialmente en la automatización de procesos aislados (D.1990), continuado con la integración de sus procesos (D.2000) y, finalmente, con la transformación digital de sus negocios (D.2010). El resultado más obvio para el consumidor occidental es la facilidad de acceso omnicanal en sus proce-

sos de compra. Lo que, para este sector, ha supuesto la necesidad de invertir aceleradamente en más, mejores y eficientes activos, capacidades y conocimientos. Y, por supuesto, el reto de la IA sobre todos ellos (D.2020). Así como por los profundos cambios en el perfil de gasto de sus consumidores más próximos que han ido reduciendo el peso de la Moda en sus presupuestos familiares desde la crisis financiera de 2008 (especialmente visible en Europa) demandando, al mismo tiempo, una moda más accesible, asequible y personal en la que las cadenas españolas han alcanzado una amplia reputación internacional. Actualmente asistimos a una nueva transformación alrededor de criterios ambientales que han prosperado legislativamente en el acervo comunitario europeo. En primer lugar, en sus políticas sobre descarbonización, eficiencia hídrica y circularidad a través del Pacto Verde Europeo y, especialmente, con la aprobación del Plan de Acción de Economía Circular en marzo de 2020 y, posteriormente, de la Estrategia Textil 2030 en marzo de 2022. Y, en un segundo lugar, por criterios sociales e, incluso, de gobernanza corpo-

rativa fundamentados sobre valores culturales occidentales de una larga tradición. Y el Observatorio, constituido en noviembre de 2021 por Confederación Moda España y Consejo Intertextil Español, viene desplegando su misión como brújula estratégica, palanca de transformación y herramienta de colaboración público-privada.

La Industria europea deberá acelerar sus procesos de innovación, desarrollo tecnológico e, incluso, multilocalización hacia las principales áreas mundiales de crecimiento, con el triple objetivo de avanzar hacia productos de mayor valor añadido, hacia productos más sostenibles y con procesos más ecoeficientes. Y, en este marco, se abren también nuevas oportunidades derivadas de los objetivos de aprovechamiento de residuos posconsumo.

Precisamente para cumplir con esos objetivos tendremos que incorporar nuevos agentes a las cadenas circulares de productos textiles y calzado que, tradicionalmente, no han sido catalogados en las estadísticas oficiales como pertenecientes a esta Industria si bien, en los próximos años, van a sumar inversiones significativas.

Un sector obligado a entenderse y a reivindicarse



PILAR RIAÑO
Fundadora
Modaes

El sector de la moda, en su conjunto, sufre de algunas dolencias estructurales, como una falta histórica de unión y una imagen como negocio que está alejada de la realidad. La moda española es fuerte, dinámica, creativa y está en una lucha constante por la competitividad, y además es líder mundial, pero la imagen de sector en crisis y del pasado todavía está instalada en el imaginario colectivo de poderes públicos y privados.

Modaes cumple en 2024 quince años de trayectoria como medio de información económica del negocio de la moda, un tiempo en el que hemos tenido el privilegio de aprender cada día sobre esta industria apasionante de la mano de los empresarios, directivos y profesionales que dan vida a este vibrante sector. Después de este tiempo, en el que hemos intentado ser unos cronistas fiables sobre la actualidad y las grandes tendencias que afectan al sector desde dentro y fuera del negocio, también hemos tenido la oportunidad de construir también nuestra propia opinión sobre las claves de esta industria. Nunca llegaremos a entender tanto como los ejecutivos que están en el día a día de una empresa, pero tener una visión periférica y desde fuera nos proporciona cierta atalaya.

Fortaleza, dinamismo, creatividad y una lucha constante por la competitividad son en este sentido algunos atributos con los que sin duda podemos describir al sector de la moda, que goza además de un importante liderazgo y prestigio internacional. Sin embargo, humildemente también nos vemos con la potestad de formular algunas críticas constructivas sobre algunas de las dolencias que afectan al conjunto de esta industria. En una frase, al

negocio de la moda en España le ha faltado unión y autoafirmación.

La dura transición que inició esta industria en las últimas décadas del siglo XX y las primeras del XXI, a raíz del fin del llamado Acuerdo Multifibras, dejaron un desánimo generalizado en el sector y una sensación de industria en crisis que le persigue desde entonces. Tal vez hubo demasiada publicidad de las noticias negativas, que hizo que para muchos de fuera del sector (y algunos dentro del mismo) no se apreciaran los resultados positivos que también tuvo esta transición. La moda española es hoy una de las más potentes del mundo, con compañías líderes, profesionales en puestos de responsabilidad en compañías del sector en todo el mundo y un rico ecosistema de empresas líderes en varios segmentos y en casi todas las fases de la cadena de valor. Pero la imagen de sector pequeño, poco competitivo, amenazado y del pasado todavía está en el imaginario colectivo, al menos en los círculos del poder político y económico del país.

La otra crítica que se puede formular al sector es el bajo nivel de cohesión que tradicionalmente ha tenido, dificultando todavía más que se logre la necesaria autoafirmación

del mismo. Como sector, la moda española ha tenido pocos instrumentos que den voz a todo el sector, y probablemente demasiados altavoces de algunas de sus partes. ¿El resultado? Venimos diciéndolo desde el primer día de Modaes: desde fuera de la moda, no se aprecia la verdadera importancia que tiene esta industria como generador de riqueza, empleo y bienestar y no se percibe como lo que es: una industria de futuro, con enormes componentes de innovación, creatividad y valor añadido.

Coincidiendo con la presentación de una nueva edición del *Informe Económico de la Moda en España*, que quiere contribuir a que al menos se conozca un poco más la importancia de este sector, no podemos dejar de insistir en estas dos ideas: los agentes de la moda en España están obligados a entenderse más y a reivindicarse más. Hace falta más unión para afrontar los retos que vienen, pero también trabajar más en que este negocio proyecte una imagen que se asemeje más a lo que es en realidad.

Es un honor sentirnos partícipes, de la mano de un *partner* inmejorable como es el Observatorio del Textil y la Moda, en la lucha por superar estos desafíos.

CIFRAS RELEVANTES

De la cifra de negocio de la industria de la moda al número de empresas, su estructura y sus trabajadores.

MILLONES DE EUROS

16.620

La cifra de negocio de la industria ha continuado con impulso y vuelve a crecer a doble dígito en el último ejercicio.

EMPRESAS

17.481

El número de sociedades de la industria de la moda decrece de nuevo, pero aumenta el peso de aquellas de mayor dimensión.

TRABAJADORES

131.487

La cifra de trabajadores de la textil, confección y cuero y calzado retoma el crecimiento en 2023 tras la ligera contracción del año anterior.

MILLONES DE EUROS

7.009

El textil se mantiene como la industria con la cifra de negocio más elevada y consigue superar la barrera de los 7.000 millones.

PRODUCCIÓN

-5,7%

La industria textil contrae su producción en 2023 tras encadenar dos años consecutivos de crecimiento.

TRABAJADORES

35%

El mayor grupo de trabajadores es el de la industria textil, seguido de cerca por la confección de prendas, con un 34% del total.

1 La industria en cifras

La industria española de la moda continúa creciendo a buen ritmo. La cifra de negocio del conjunto de la industria registró en 2022 un incremento a doble dígito, y acumula un crecimiento del 28,9% en los dos últimos ejercicios con datos disponibles. En concreto, las industrias de textil, confección y cuero y calzado sumaron 16.620 millones de euros de cifra de negocio.

En el número de empresas, se agravó la tendencia a la caída, presente durante los últimos cuatro ejercicios, y la cifra experimentó una disminución del 11,2%, la mayor de la década. El número de afiliados, por el contrario, se vio incrementado en un 1,2% en 2023, y se acerca paulatinamente a los niveles previos al estallido de la pandemia.

Por subsectores, la industria textil fue la que menos tejido empresarial perdió, con un 7,7%, mientras que el número de compañías dedicadas a la fabricación de productos de cuero y calzado cayó en un 16,3%. En cambio, en cuanto al número de trabajadores, la industria del cuero y el calzado es la única que anotó una tasa positiva, con un repunte de hasta el 5,6% en 2023.

El Índice de Producción Industrial (IPI) sufrió, de manera generalizada, una fuerte caída en todos los sectores de la moda en España. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), los tres sectores experimentaron la segunda mayor disminución de la década, sólo superada por la de 2020.



Empresas, empleo y negocio

↓ **11,2%**

El número de empresas dedicadas a la actividad industrial del sector experimentó en 2023 el mayor descenso de la década, y ya acumula cuatro ejercicios de disminución.

1. La industria en cifras

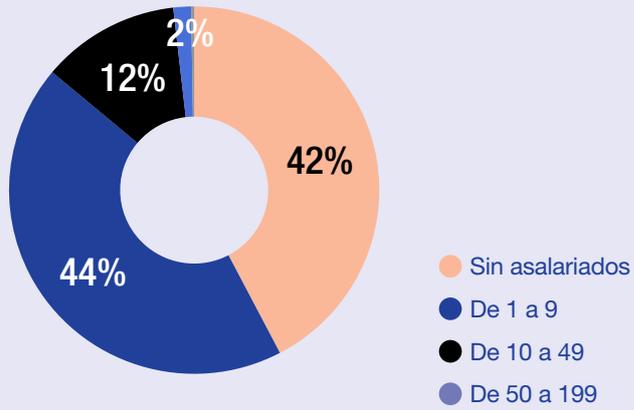
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



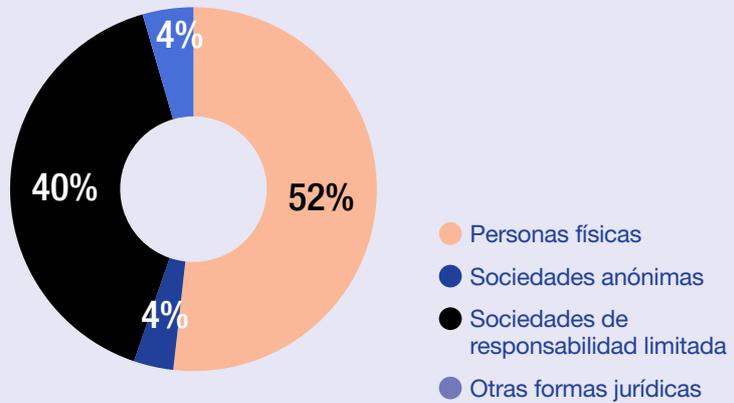
Fuente: INE

EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



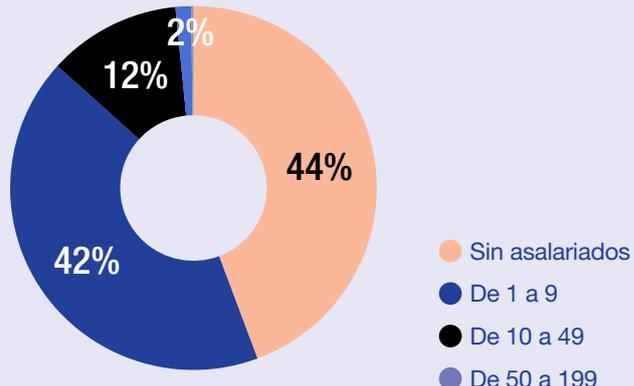
Fuente: INE

EMPRESAS POR FORMA JURÍDICA 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

LOCALES POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

Empresas, empleo y negocio

↑ **1,2%**

El número de trabajadores en la industria de la moda recupera la senda del crecimiento tras un año de caída, y se acerca de nuevo a las cifras registradas antes de la pandemia.

1. La industria en cifras

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

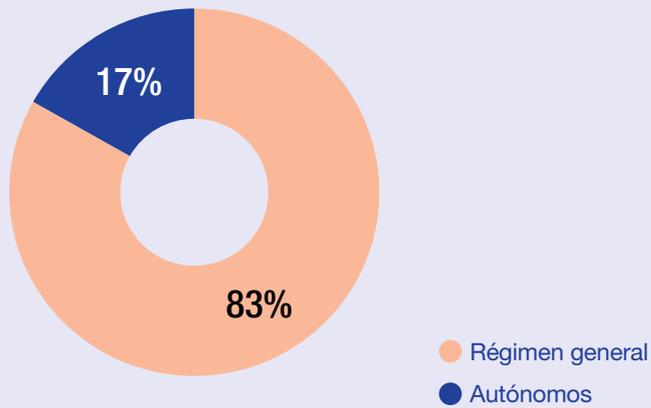
Variación anual. En porcentaje



Fuente: Seguridad Social

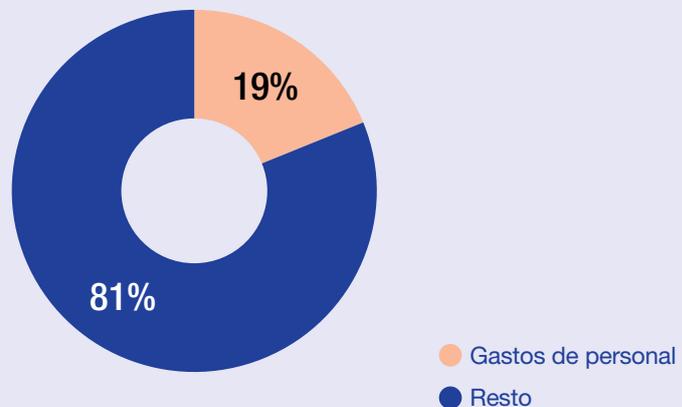


TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



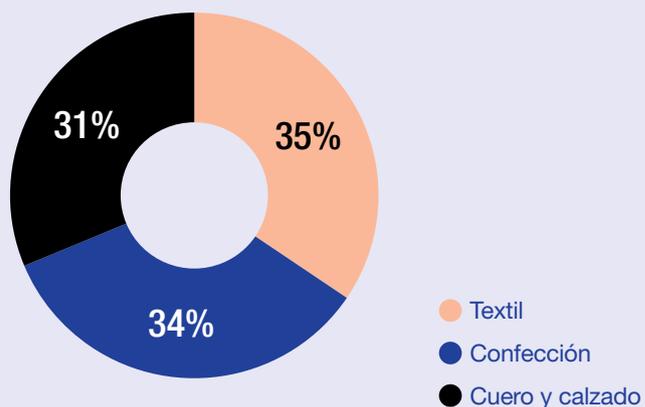
Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA FACTURACIÓN 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

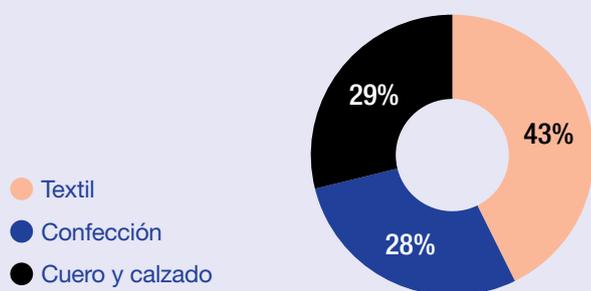
TRABAJADORES POR SECTOR 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Seguridad Social

Empresas, empleo y negocio

FACTURACIÓN POR SECTORES 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

GENERACIÓN DE INGRESOS 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



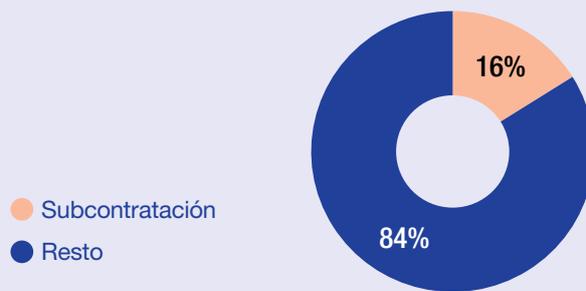
Fuente: INE

CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS INTERMEDIOS Y OTROS APROVISIONAMIENTOS SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



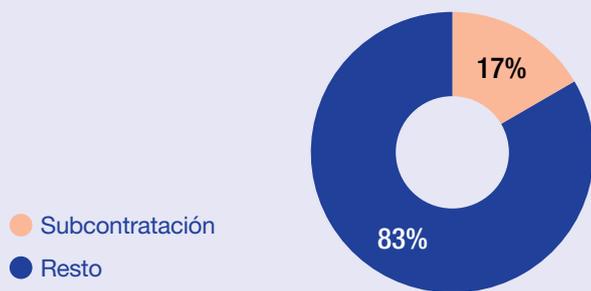
Fuente: INE

GASTOS EN SERVICIOS EXTERIORES SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



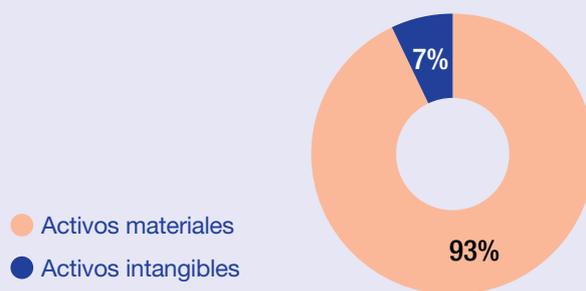
Fuente: INE

GASTOS EN SERVICIOS EXTERIORES SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

INVERSIÓN 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE



CIFRA DE NEGOCIO 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En millones de euros



Fuente: INE

La industria de la moda registró en 2022 la facturación más alta desde 2008, tras acumular un aumento del 28,9% en los dos últimos ejercicios. El excedente bruto de explotación también marcó su máximo en la década, con una subida del 14,6% en el último año.

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En millones de euros



Fuente: INE

Industria textil

Empresas

↓ **7,7%**

La industria textil experimenta la mayor contracción de la década en cuanto al número de empresas. Tras dos años de estabilización, la cifra cae cerca de un 8% en el último ejercicio.

1. La industria en cifras

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

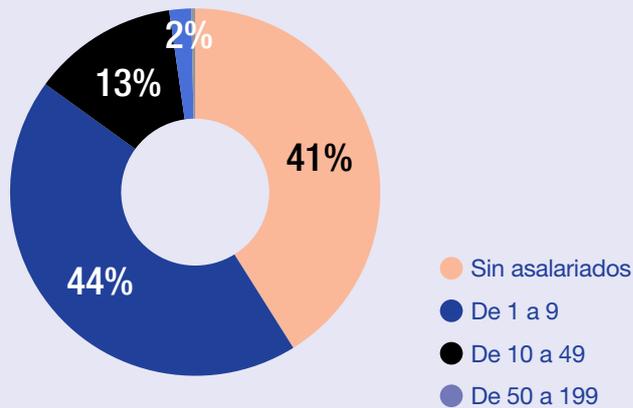
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



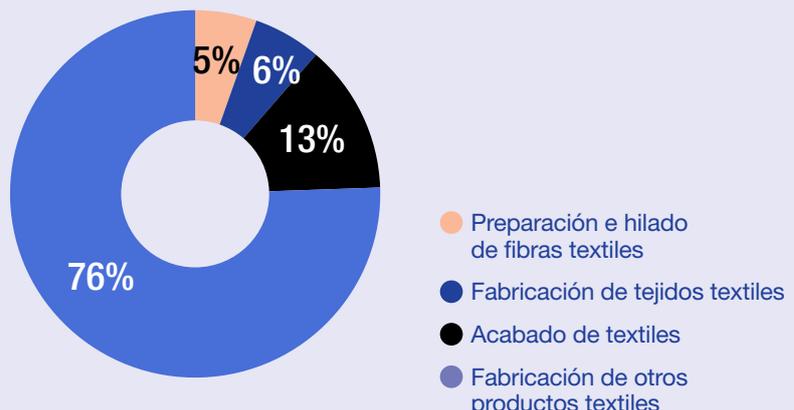
EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2023. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: INE

El textil continúa compuesto por un tejido de pequeñas empresas, y las de menos de diez empleados configuran una amplia mayoría, de más del 80% del total. Sin embargo, aumenta hasta el 15% la tasa de compañías con más de una decena de trabajadores.

EMPRESAS POR SUBSECTORES 2023. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: INE

Industria textil

Empleo

1. La industria en cifras

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

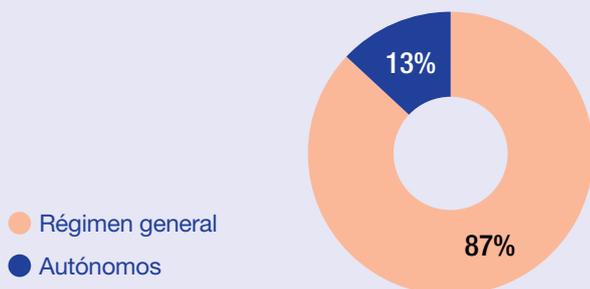
Variación anual. En porcentaje



Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual



Fuente: INE



Industria textil

Negocio

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual



Fuente: INE

El textil registró en 2022 la mayor facturación de la década y se mantiene como líder en la industria de la moda

CIFRA DE NEGOCIO 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros



Fuente: INE

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros



Fuente: INE

Confección

Empresas

↓ **11,2%**

El número de empresas de la industria de la confección registró en el último ejercicio la mayor caída en una década, hasta 8.063 compañías.

1. La industria en cifras

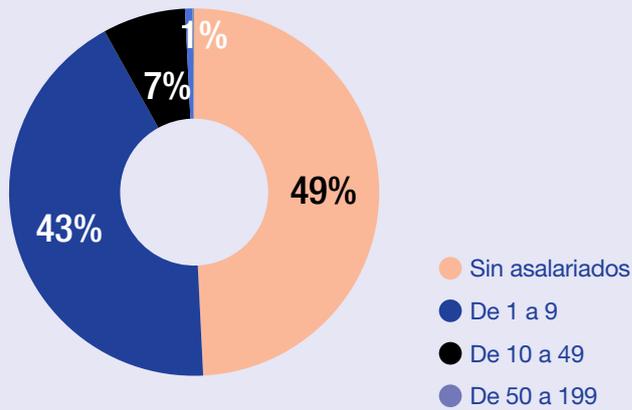
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2014-2023. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

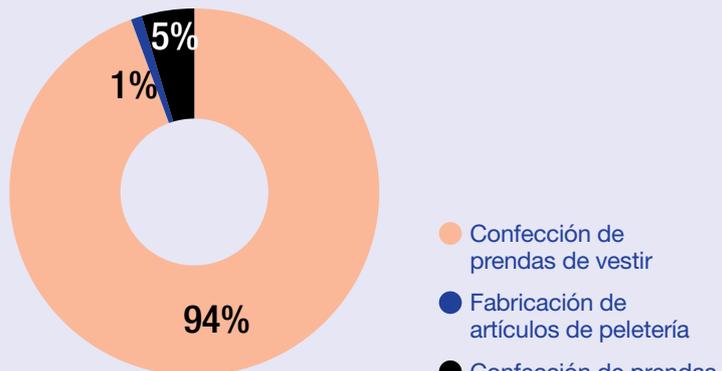
EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2023. CONFECCIÓN



Fuente: INE

En la confección, la tasa de empresas con menos de diez empleados es superior a la general y se encuentra en el 92%. No obstante, cae en cuatro puntos respecto al año anterior la tasa de empresas de confección sin asalariados y sube un punto la de aquellas con entre 10 y 49 trabajadores en plantilla.

EMPRESAS POR SUBSECTORES 2023. CONFECCIÓN



Fuente: INE

Confección

Empleo

1. La industria en cifras

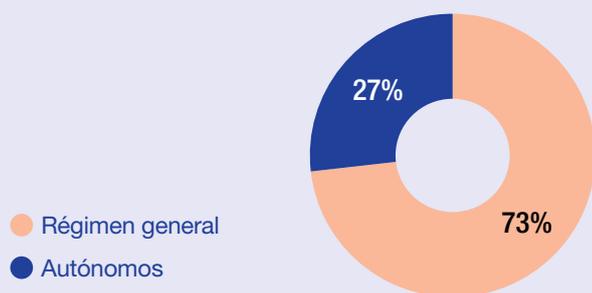
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2014-2023. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2023. CONFECCIÓN



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2022. CONFECCIÓN



Fuente: INE



Confección

Negocio

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2022. CONFECCIÓN



Fuente: INE

La cifra de negocio de la confección creció a doble dígito en 2022 y alcanzó el nivel más alto desde 2016

CIFRA DE NEGOCIO 2013-2022. CONFECCIÓN

En millones de euros



Fuente: INE

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2013-2022. CONFECCIÓN

En millones de euros



Fuente: INE

Cuero y calzado

Empresas

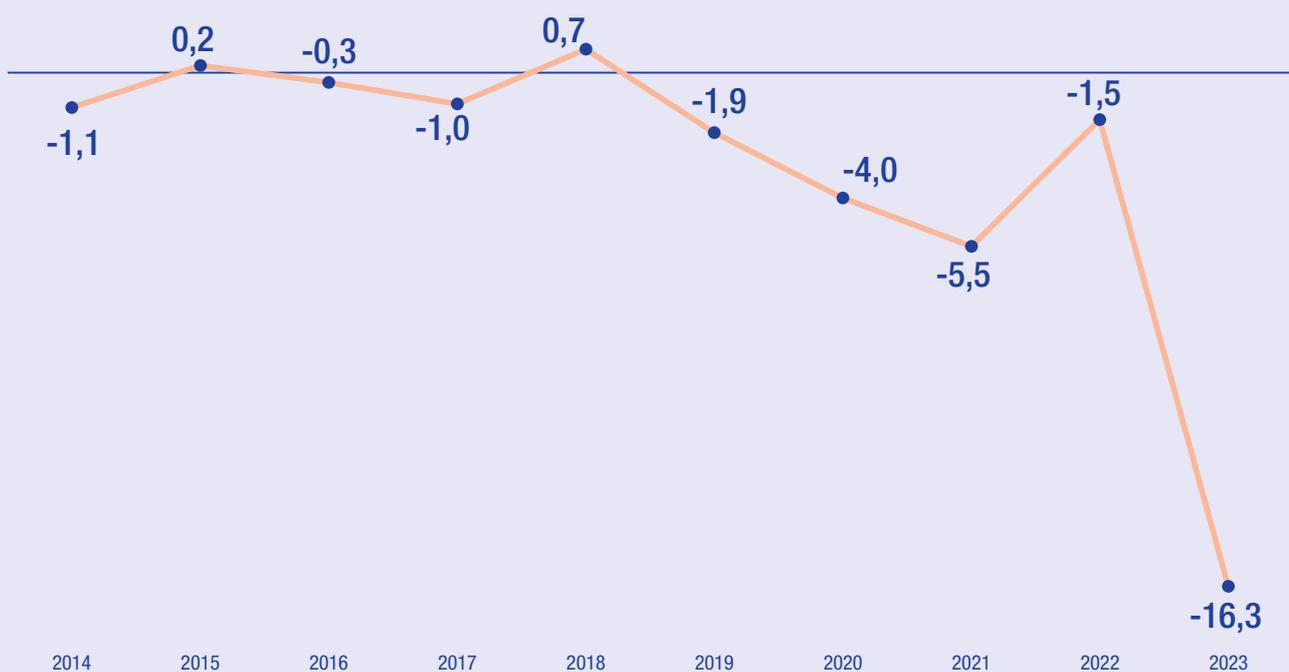
↓ **16,3%**

La industria del cuero y el calzado anotó en 2023 la caída más alta de la serie histórica en número de empresas, hasta menos de 3.500 sociedades.

1. La industria en cifras

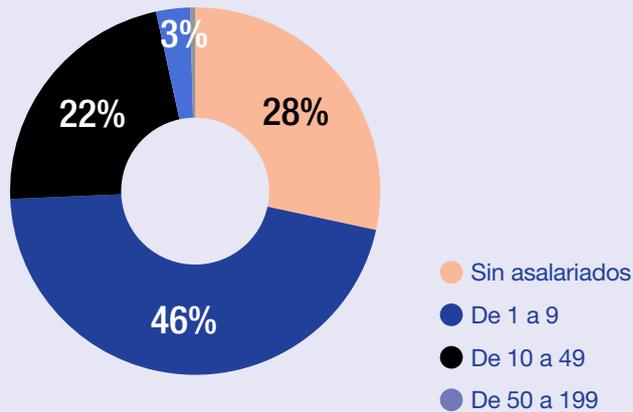
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2014-2023. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

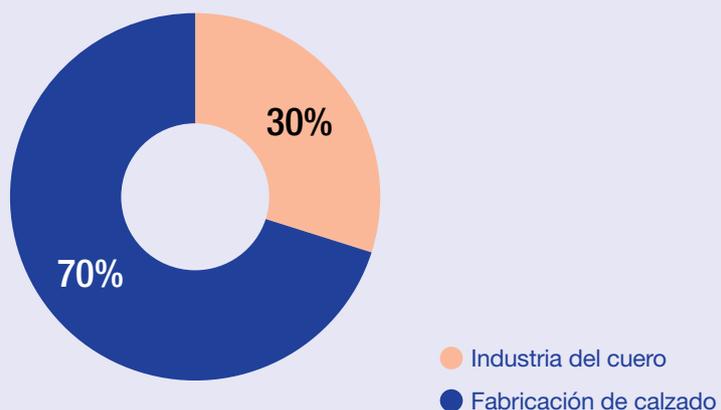
EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2023. CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

Una de cada cuatro empresas de la industria del cuero y el calzado en España emplea a más de diez trabajadores, mientras que en el textil y la confección, la cifra no alcanza el 20%. La fabricación de calzado destaca ampliamente como actividad principal frente a la industria del cuero, que copa el 30% de las empresas.

EMPRESAS POR SUBSECTORES 2023. CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

Cuero y calzado

Empleo

1. La industria en cifras

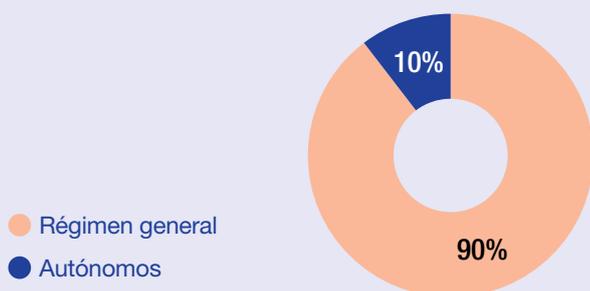
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2014-2023. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2023. CUERO Y CALZADO



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2022. CONFECCIÓN



Fuente: INE



Cuero y calzado

Negocio

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2022.
CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

La cifra de negocio del cuero y el calzado creció cerca de un 25% en el último ejercicio con datos disponibles y alcanzó el valor más alto desde 2016

CIFRA DE NEGOCIO
2013-2022. CUERO Y CALZADO

En millones de euros



Fuente: INE

EXCEDENTE BRUTO DE
EXPLOTACIÓN 2013-2022.
CUERO Y CALZADO

En millones de euros



Fuente: INE

Actividad

Producción industrial

Industria textil

IPI 2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

La producción industrial del textil se redujo un 5,7% el último ejercicio. El subsector del acabado de textiles fue el único que elevó su actividad en 2023, con una subida media a lo largo del año del 0,5% en relación al ejercicio anterior.



IPI 2023. PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS

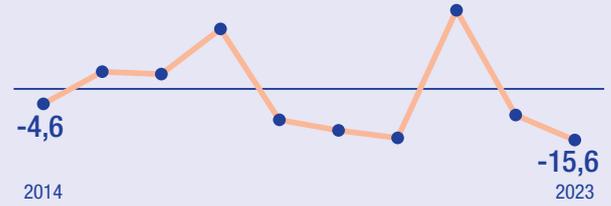
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2014-2023. PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2023. FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES

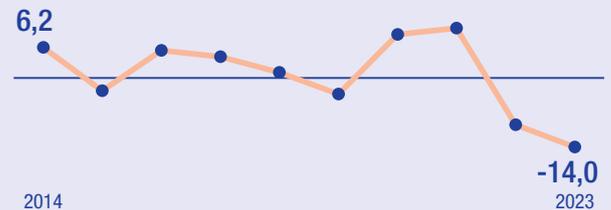
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2014-2023. FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2023. ACABADO DE TEXTILES

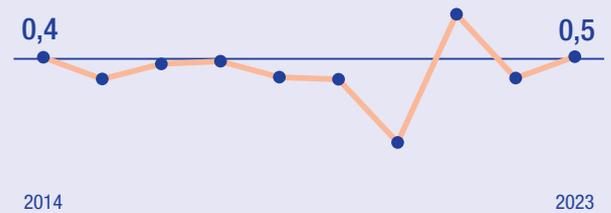
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2014-2023. ACABADO DE TEXTILES

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2023. FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES

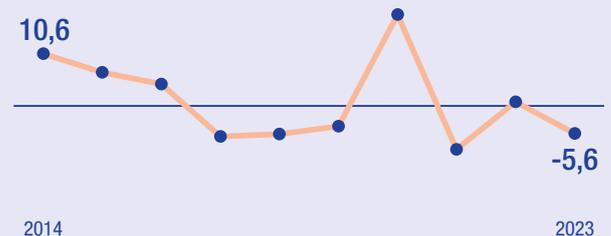
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2014-2023. FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

Producción industrial

Confección

IPI 2023. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2014-2023. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



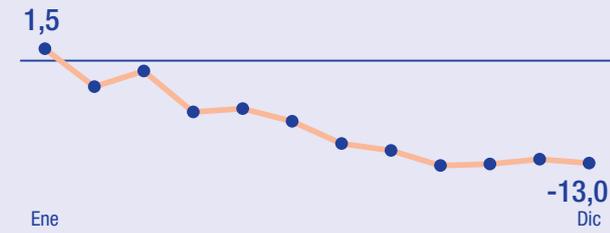
Fuente: INE

El Índice de Producción Industrial (IPI) de la confección cayó de forma continuada en todos los meses de 2023. La cifra anual, que anota una disminución media del 16,5%, rompe con la tendencia positiva de los dos ejercicios posteriores a la pandemia.



IPI 2023. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2014-2023. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2023. FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA

Variación anual. En porcentaje

Datos no disponibles por secreto estadístico

Ene Dic

Fuente: INE

IPI 2014-2023. FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA

Variación anual. En porcentaje

Datos no disponibles por secreto estadístico

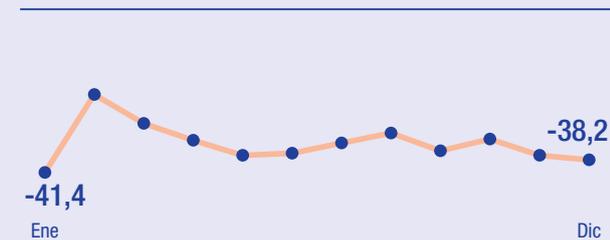
2014 2023

Fuente: INE

Tanto la confección de prendas de vestir como la de prendas de vestir de punto anotaron acusados descensos en sus índices de producción industrial en 2023, especialmente en el caso de las prendas de vestir de punto, que caen un 38,2% respecto alejercicio anterior.

IPI 2023. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO

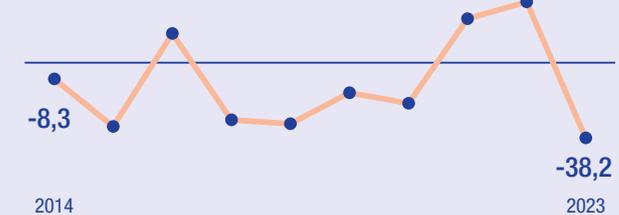
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2014-2023. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

Producción industrial

Cuero y calzado

IPI 2023. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2014-2023. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

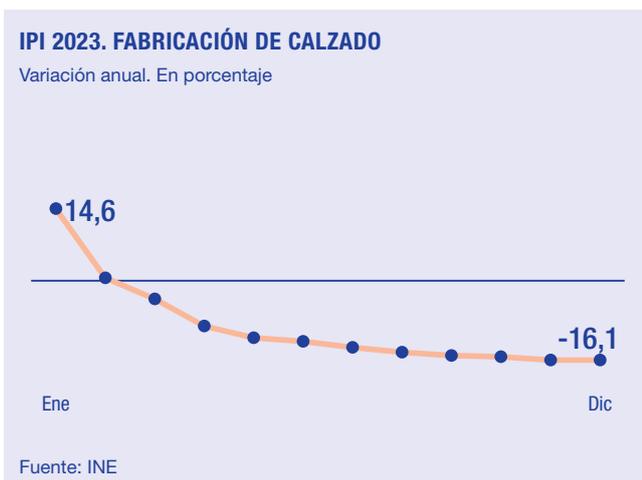


Fuente: INE

La producción de la industria del cuero y el calzado se contrajo en 2023 después de registrar su mayor incremento en el ejercicio precedente. Pese a iniciar el año con cifras muy prometedoras, enero fue el único mes de crecimiento en el último año.



El Índice de Producción Industrial (IPI) del subsector del cuero creció un 7,2% en el último año. Por contra, el calzado registró, con la única excepción de 2020, la mayor caída en su actividad de la última década, del 16,1%.



Cifra de negocio

Industria textil

1. La industria en cifras

ICN 2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ICN 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El Índice de Cifra de Negocios (ICN) del textil se redujo en 2023 tras dos años de fuerte incremento. La caída experimentada en 2023, del 6,6%, es la segunda más acusada de la década, sólo superada por la de 2020.

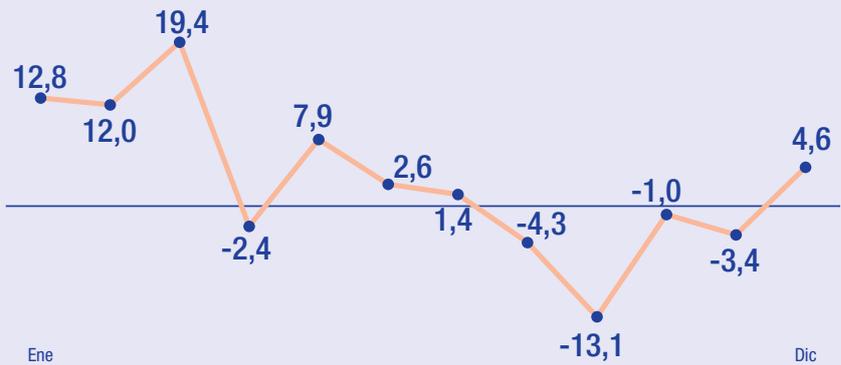


Cifra de negocio

Confección

ICN 2023. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ICN 2014-2023. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

1. La industria en cifras

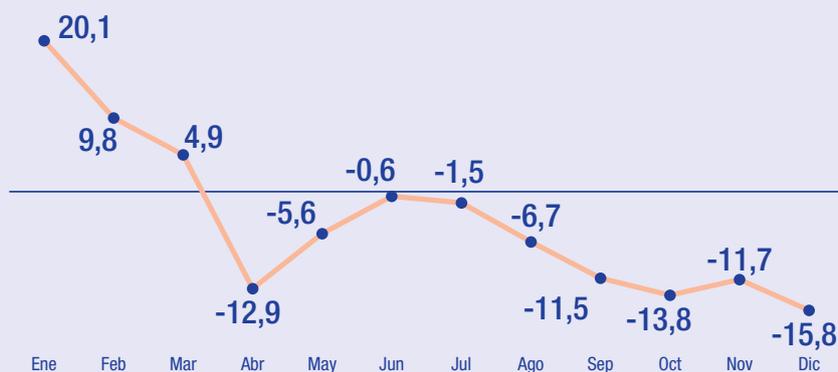
La confección moderó el crecimiento de su Índice de Cifra de Negocios (ICN) en 2023, tras dos ejercicios de subidas cercanas al 20%. Pese a empezar el año con mucha fuerza, la caída registrada en septiembre estabilizó las cifras.

Cifra de negocio

Cuero y calzado

ICN 2023. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ICN 2014-2023. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

La facturación de la industria del cuero y el calzado se redujo ligeramente en 2023, dejando atrás dos ejercicios de grandes incrementos tras la crisis de la pandemia. El primer trimestre del año fue el único donde el Índice de Cifra de Negocios (ICN) creció.



Inversión

↓ **1,6%**

La inversión en activos materiales de la industria de la moda cae ligeramente en 2022, tras un incremento de cerca de 80 millones de euros en el ejercicio precedente.

1. La industria en cifras

INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En millones de euros.



Fuente: INE



INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES 2022. TEXTIL

En millones de euros.



Fuente: INE

INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES 2022. CONFECCIÓN

En millones de euros.



Fuente: INE

INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES 2022. CUERO Y CALZADO

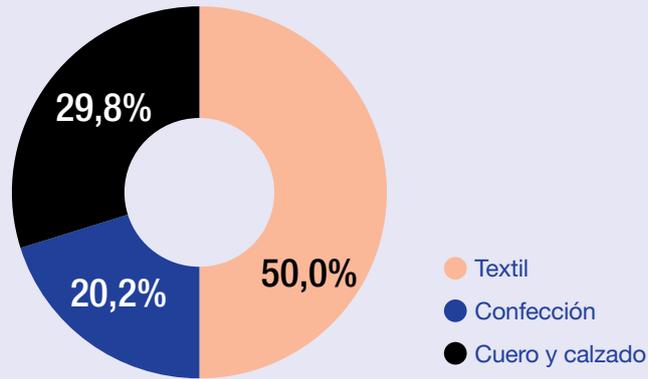
En millones de euros.



Fuente: INE

EMPRESAS CON GASTO EN INNOVACIÓN 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

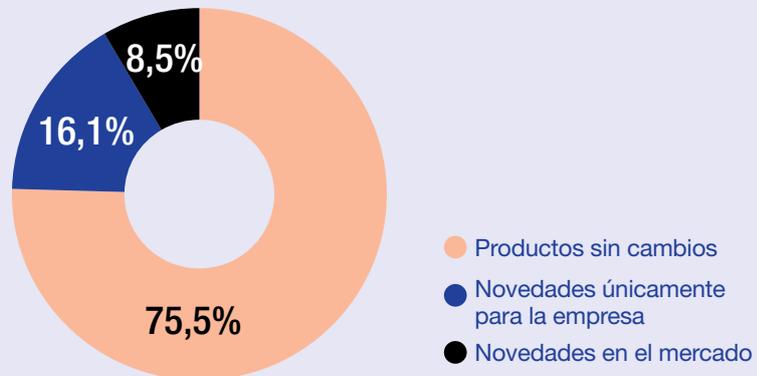
En porcentaje.



Fuente: INE

CIFRA DE NEGOCIO POR PROCEDENCIA 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En porcentaje.

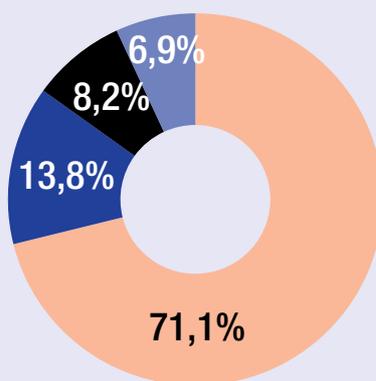


Fuente: INE

Las compañías del textil representan la mitad de las que realizaron gasto en innovación en 2022 dentro de la industria de la moda. Aún así, el 75,5% de la cifra de negocio de la industria proviene de las ventas de productos que no experimentaron innovaciones en el último año.

EMPRESAS CON INNOVACIONES DE PRODUCTO POR TIPO DE SOCIO 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En porcentaje.



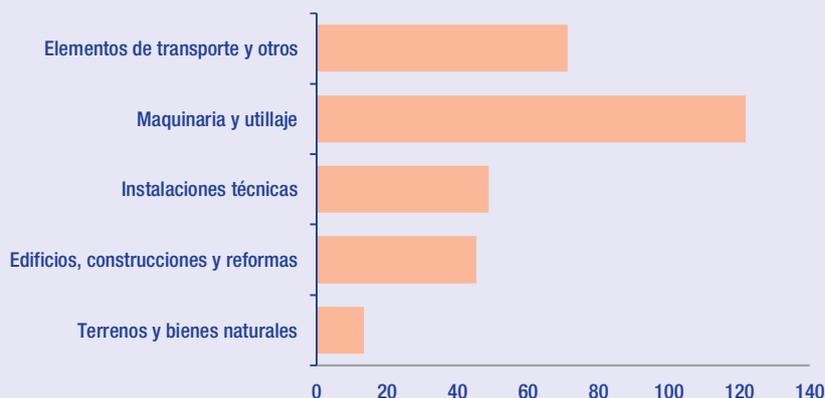
- Innovaciones desarrolladas únicamente por la propia empresa
- Empresas con innovaciones a través de adaptaciones o modificaciones
- Empresas con innovaciones desarrolladas junto a otras entidades
- Empresas con innovaciones desarrolladas por terceros

Fuente: INE

Siete de cada diez innovaciones de producto realizadas por la industria de la moda en 2022 fueron desarrolladas únicamente por la propia empresa. Las áreas que concentraron una mayor inversión durante el ejercicio fueron maquinaria y utillaje y los elementos de transporte.

INVERSIÓN EN INNOVACIÓN SEGÚN CATEGORÍA 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En millones de euros.



Fuente: INE

Desafíos y oportunidades: un enfoque estratégico



MARÍA HIDALGO

Softlines business development
SGS Iberia

La trazabilidad y la transparencia son hoy clave en la industria de la moda como una forma de proteger al consumidor. No obstante, la obligada transición hacia la sostenibilidad hace que estos conceptos ganen aún más relevancia: las empresas necesitan, por ello, conocimientos técnicos y un acompañamiento que estén a la altura de sus desafíos.

El sector textil se encuentra en un momento crucial, donde cada empresa, independientemente de su tamaño, debe enfrentar desafíos estratégicos únicos. Ya sea que estén comenzando su viaje hacia la sostenibilidad o buscando optimizar sus iniciativas existentes, es esencial proporcionar soluciones personalizadas para alcanzar sus objetivos y adaptarse a las demandas actuales.

Con un enfoque holístico, los desafíos del marco regulatorio europeo actual abarcan el control y gestión por parte de los operadores a lo largo de todo el ciclo de vida del producto, con herramientas legislativas varias, que inciden desde en el diseño del producto (que sean reciclables, durables, contenga materiales preferentes, entre otros) asegurando además una producción responsable, deslocalizada o no, (responsabilidad social o de análisis de ciclo de vida) hasta la gestión del producto en el fin de su vida útil (directiva de residuos).

Con medidas que inciden en la trazabilidad y la transparencia, se pretende garantizar la protección del consumidor otorgando su acceso a la información, para tomar decisiones de compra sustentadas y favorecer una vigilancia en frontera efectiva y la protección del mercado comunitario ante la competencia desleal, a través de la accesibilidad digital e inmediata a la información que evidencie el cumplimiento de estos requisitos, con herramientas como el DPP.

La CE apela a la capacidad de reinención del sector, tanto en la forma de producir moda, como de consumirla, sabiendo que los hábitos del consumidor no pueden reformar la industria. El panorama regulatorio actual marca los hitos a seguir para el productor e importador, por lo que es preciso para el tejido productivo europeo, definir una hoja de ruta clara que abarque todos los ámbitos y sea aplicable en cualquier tipología de empresa.

Para lograr estos desafíos, es crucial que las

pequeñas y medianas empresas del sector textil dispongan de las herramientas y el acompañamiento de expertos necesario. Para aquellas empresas dando sus primeros pasos, realizar un diagnóstico preciso para conocer su estado actual y definir un mapa de riesgos real y su aplicabilidad a las directivas en curso, permitirá establecer objetivos específicos, medibles, alcanzables y, sobre todo, realistas. Participar en foros estratégicos y espacios de cooperación empresarial es vital para mantenerse al día y tener una visión clara y compartida del camino a seguir.

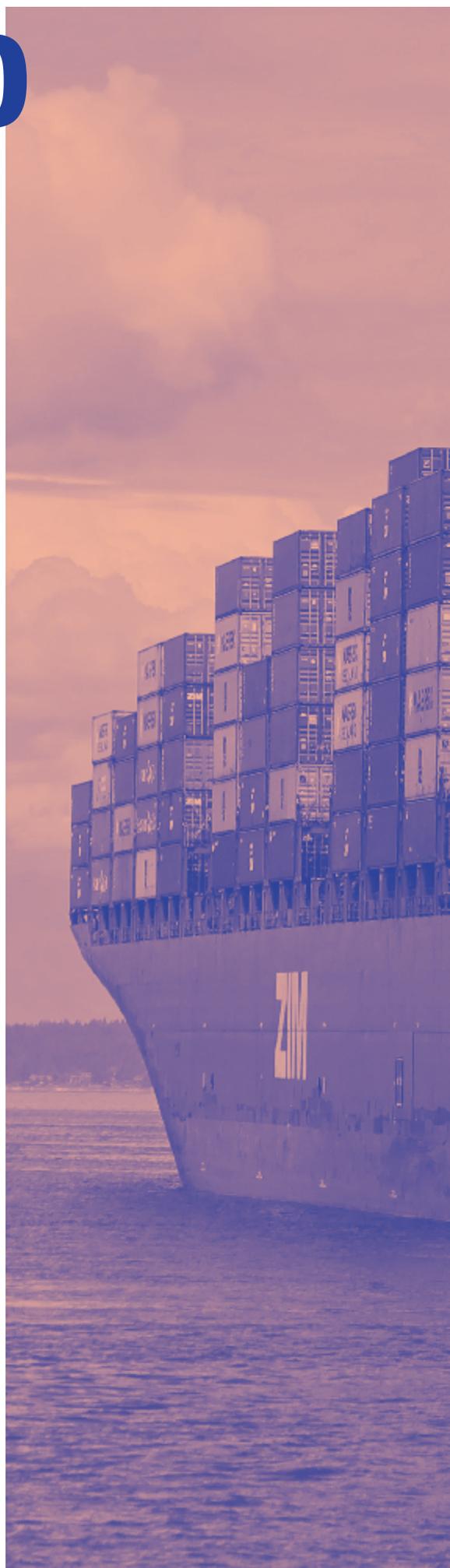
Todavía hay tiempo de empezar a adoptar una estrategia proactiva y colaborativa. La movilización y búsqueda de el acompañamiento y conocimiento técnico necesario, para enfrentar las demandas presentes, marcadas por todas las partes interesadas (desde los reguladores hasta los consumidores) son clave para hacer frente los desafíos actuales y futuros.

2 Mercado exterior

Las exportaciones españolas de textil, confección y cuero y calzado sufrieron un descenso superior al 5% en 2023 tras una carrera casi imparable en los mercados internacionales en las últimas décadas y después de haber marcado el máximo histórico en el año precedente. Las ventas al exterior de los sectores textil, de la confección y del cuero y calzado registraron tasas positivas durante el primer trimestre del año, pero fueron negativas en los tres siguientes, con la única excepción de junio. Francia, Italia y Portugal se mantuvieron como principales clientes y Polonia se coló en el *top 5* de destinos de la moda española.

En un entorno de debilidad en el comercio internacional, las importaciones siguieron el mismo ritmo y cayeron un 8% en 2023 en comparación con el año anterior. China mantiene su hegemonía como principal proveedor y Bangladesh y Turquía completan los cajones del podio de proveedores.

Las exportaciones de textil, pese a caer en un 4,3%, se quedaron cerca de los 4.200 millones de euros, dominadas por la fabricación de otros productos textiles. Por su parte, las ventas de calzado y cuero al exterior rebasaron los 5.500 millones de euros, marcando un nuevo máximo histórico. Por otro lado, y pese al acusado descenso que ha sufrido en 2023, el sector de la confección se volvió a situar como el principal exportador de la moda española, superando los 12.500 millones de euros y copando un 56% de las ventas al exterior del sector.





**CIFRAS
RELEVANTES**

De las exportaciones de moda en España a los mayores proveedores del sector.

**MILLONES
DE EUROS**

5.551

Las exportaciones de productos de cuero y calzado alcanzaron su récord histórico en 2023.

**VARIACIÓN
INTERANUAL**

-10,4%

Las exportaciones de confección sufrieron un acusado descenso en el último ejercicio.

**MILLONES
DE EUROS**

6.662

En 2023, China continuó con su hegemonía como principal proveedor de moda a España.

**VARIACIÓN
INTERANUAL**

-5,2%

En 2023, las exportaciones de la industria de la moda retrocedieron tras década de subidas casi imparables.

**MILLONES
DE EUROS**

6.643

La balanza comercial en productos de moda registra un saldo negativo de más de 6.600 millones de euros.

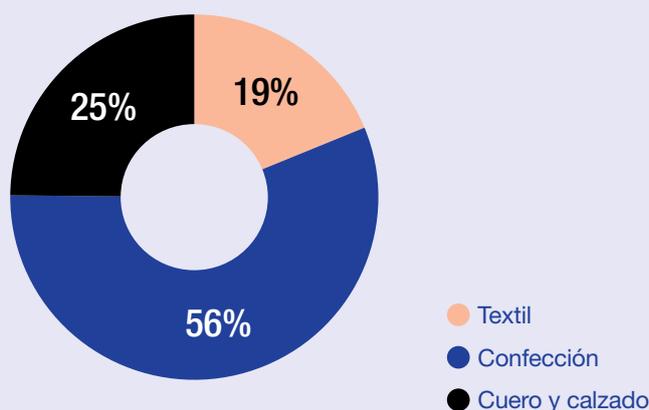
**MILLONES
DE EUROS**

-7,9%

Las importaciones de moda se contrajeron cerca de ocho puntos en 2023, bajando de los 29.000 millones.

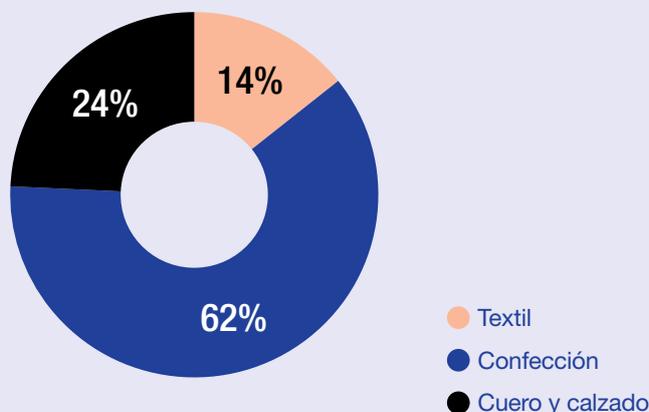
Balanza comercial

EXPORTACIONES 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Ices

IMPORTACIONES 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Ices

EXPORTACIONES 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

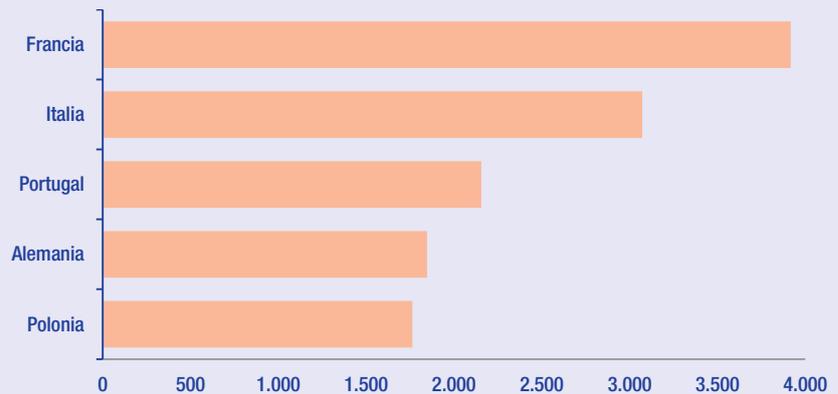
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	1.800	1.774	2.172	1.788	1.801	1.904	1.795	1.803	1.920	1.957	1.930	1.703
VAR %	15,9	0,5	1,7	-4,3	-11,3	2,4	-7,1	-11,5	-19,9	-9,2	-5,6	-5,5

EXPORTACIONES 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

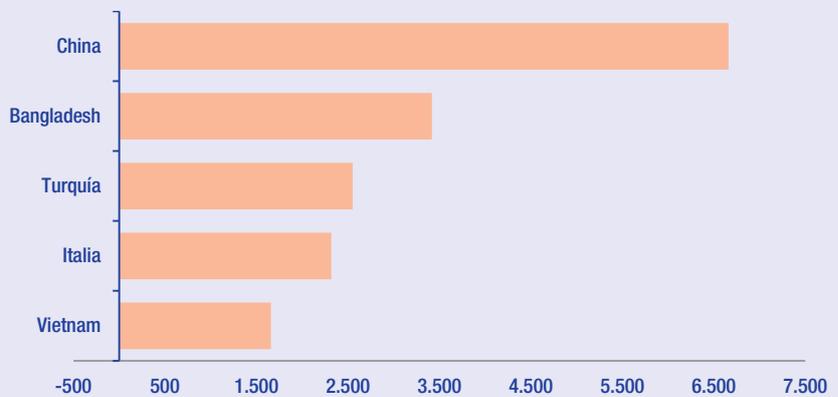
	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VALOR *	16.523	17.740	19.114	20.708	20.438	21.387	17.487	20.957	23.574	22.346
VAR %	8,9	7,4	7,7	8,3	-1,3	4,6	-18,2	19,8	12,5	-5,2

EXPORTACIONES 2023. PRINCIPALES CLIENTES. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Icesx

IMPORTACIONES 2023. PRINCIPALES PROVEEDORES. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Icesx

IMPORTACIONES 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	2.436	2.218	2.578	2.264	2.492	2.342	2.510	2.388	2.461	2.456	2.662	2.183
VAR %	13,8	-1,9	3,0	-5,8	0,7	-5,0	-3,9	-20,7	-28,0	-18,1	-3,7	-10,1

IMPORTACIONES 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

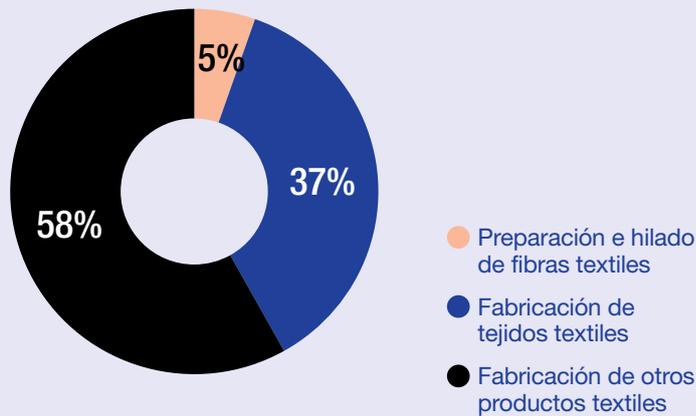
* En millones de euros.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VALOR *	20.374	22.858	24.518	25.336	25.652	27.349	24.049	25.269	31.480	28.990
VAR %	13,7	12,2	7,3	3,3	1,2	6,6	-11,9	4,9	24,6	-7,9

Industria textil

Exportaciones

EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2023. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: Ices

2. Mercado exterior

Las exportaciones de la industria textil cayeron un 4,3% en 2023 tras marcar su máximo histórico en el año anterior. La fabricación de otros productos textiles copa más de la mitad de las ventas de productos del textil al exterior.

EXPORTACIONES 2023. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR*	344	360	453	333	359	410	353	264	324	354	359	285
VAR %	6,1	-1,6	12,0	-10,5	-12,8	-4,0	-9,7	-12,1	-14,3	-6,7	3,9	-0,4

EXPORTACIONES 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

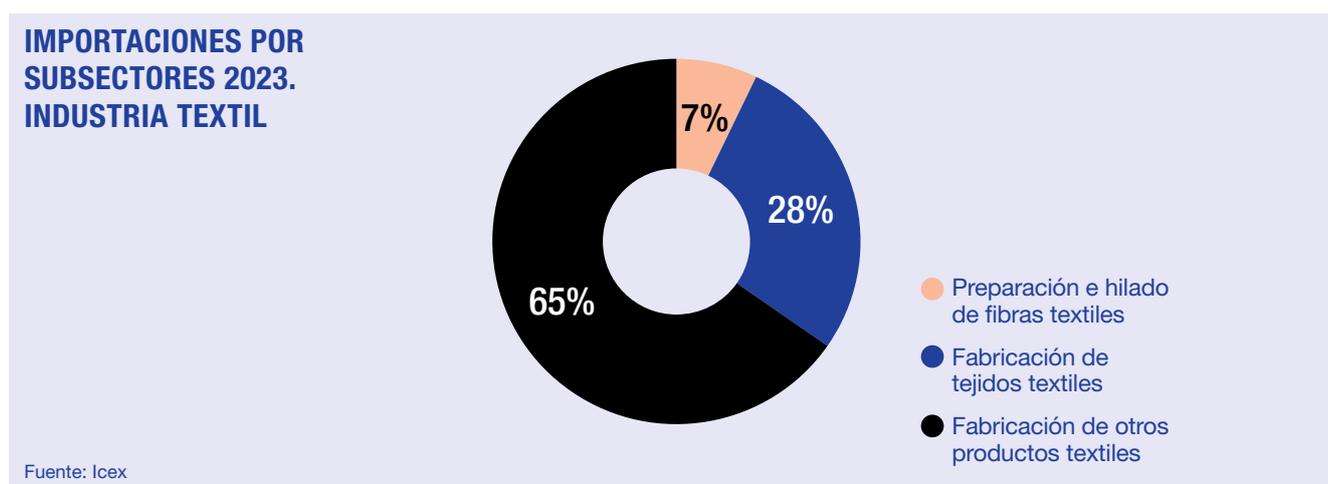
* En millones de euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VALOR*	3.212	3.341	3.618	3.905	3.888	3.871	3.403	4.017	4.387	4.199
VAR %	4,3	4,0	8,3	7,9	-0,4	-0,4	-12,1	18,0	9,2	-4,3



Industria textil

Importaciones



Las importaciones españolas de productos textiles se redujeron más de un 13% en 2023 tras mantenerse durante los doce meses del ejercicio en negativo en comparación con el año precedente.

IMPORTACIONES 2023. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	353	340	362	340	404	377	360	288	356	360	333	271
VAR %	-9,8	-17,7	-13,9	-14,6	-5,1	-17,0	-11,6	-28,4	-17,7	-3,3	-0,9	-13,6

IMPORTACIONES 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VALOR *	3.401	3.736	4.003	4.080	3.953	4.026	5.443	4.220	4.766	4.143
VAR %	11,0	9,9	7,1	1,9	-3,1	1,8	35,2	-22,5	12,9	-13,1

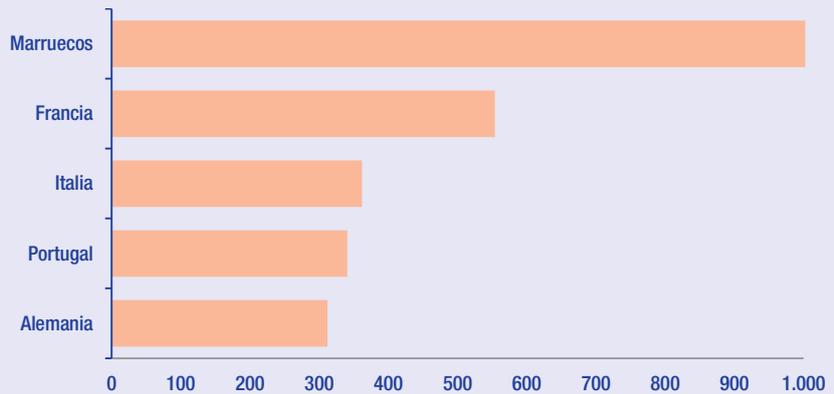
Industria textil

Clientes y proveedores

2. Mercado exterior

EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2023. INDUSTRIA TEXTIL

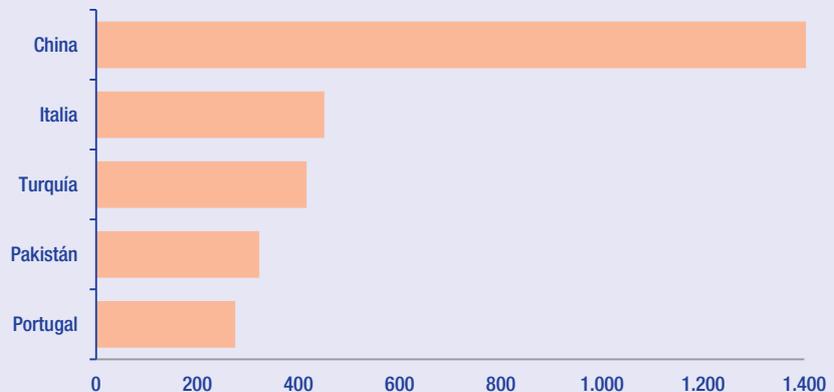
En millones de euros



Fuente: Ices

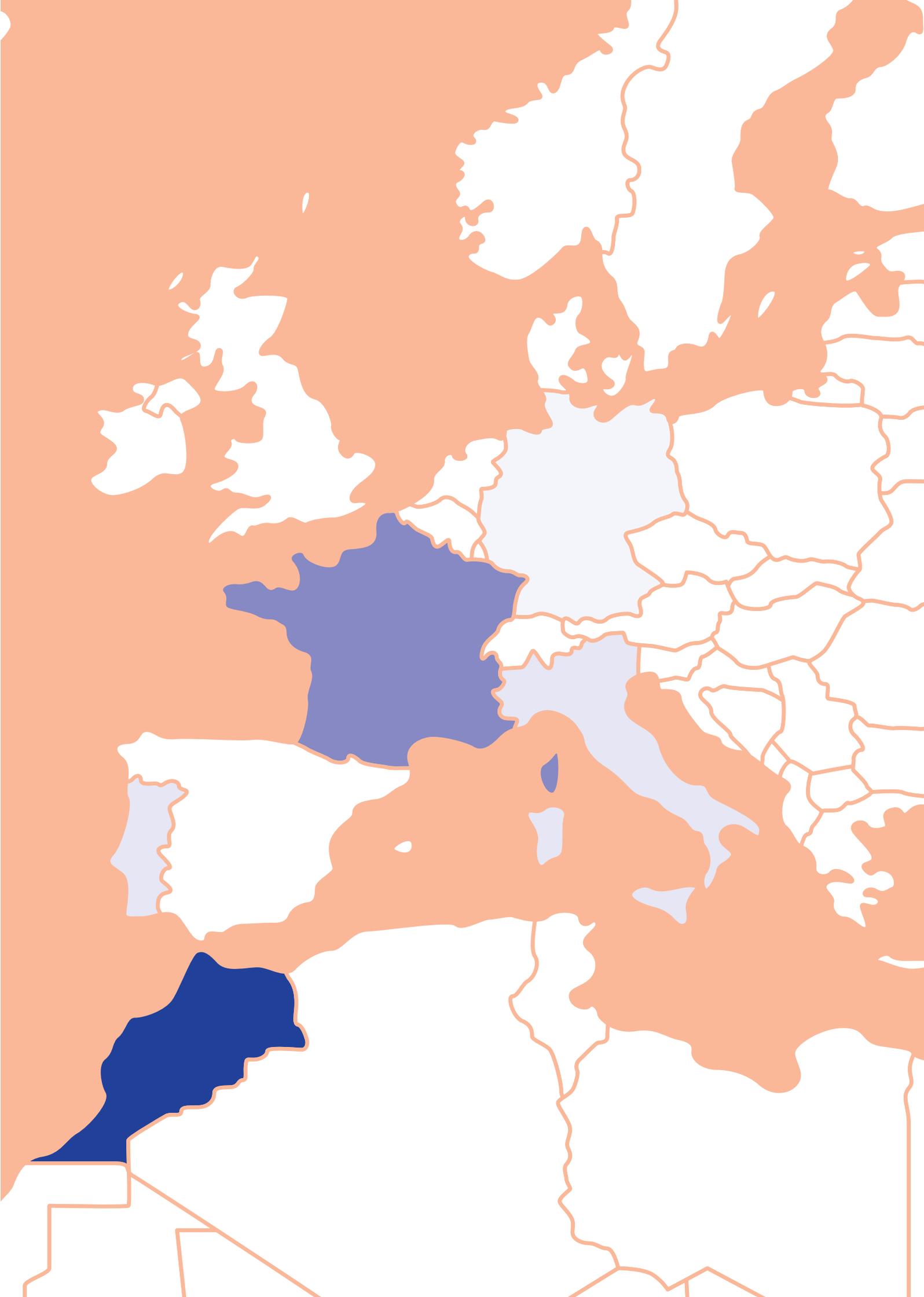
IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2023. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros



Fuente: Ices

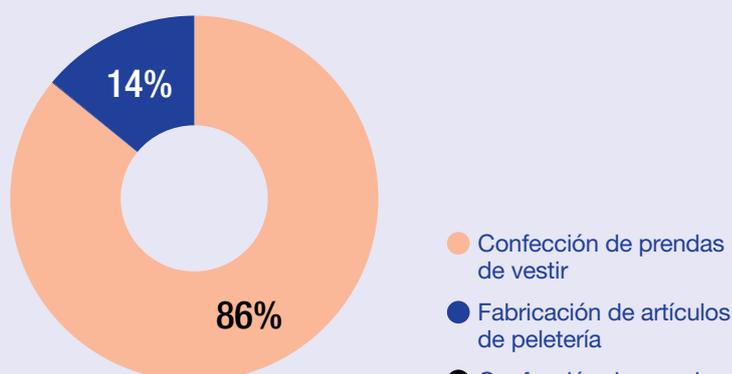
China mantiene su hegemonía como el mayor proveedor de la industria textil española, con Italia y Turquía cerrando el podio. Por su parte, Marruecos continúa como el mayor cliente exterior del textil procedente de España.



Confección

Exportaciones

EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2023. CONFECCIÓN



Fuente: Ices

Las exportaciones del sector de la confección cayeron en el último ejercicio y se situaron en niveles de 2021. Las ventas de este sector al exterior sólo cosecharon un incremento durante el año, en el primer mes del ejercicio.

EXPORTACIONES 2023. CONFECCIÓN

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	1.007	944	1.165	1.042	993	1.040	951	1.087	1.113	1.161	1.103	989
VAR %	14,0	-2,7	-7,9	-5,8	-16,2	-0,2	-12,5	-18,0	-25,0	-12,8	-11,6	-12,3

EXPORTACIONES 2014-2023. CONFECCIÓN

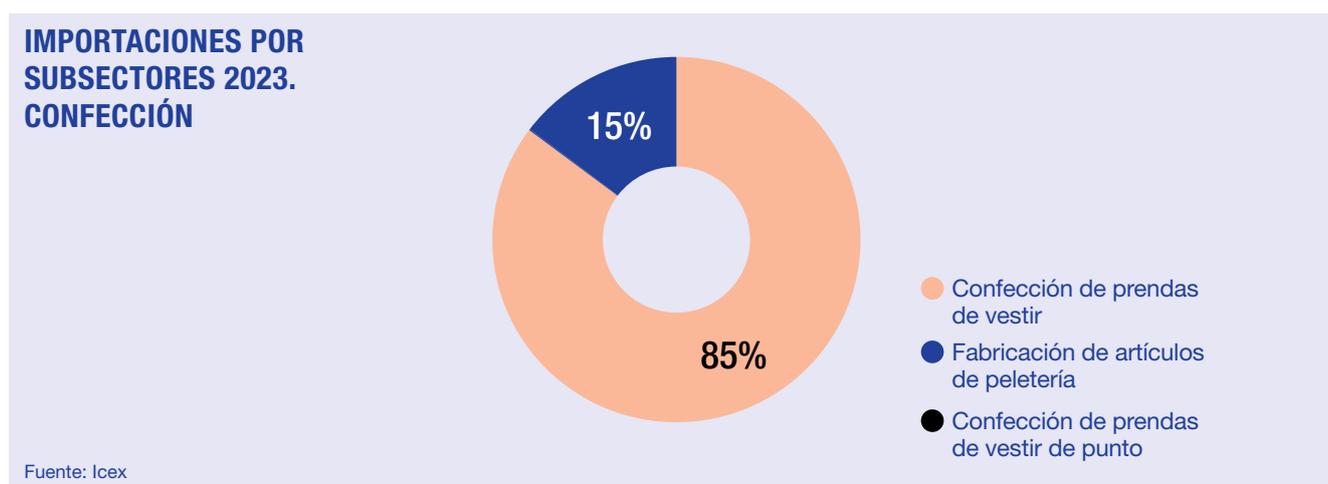
* En millones de euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VALOR *	9.289	10.464	11.394	12.520	12.249	13.100	10.421	12.723	13.950	12.597
VAR %	8,1	12,7	8,9	9,9	-2,2	6,9	-20,4	22,1	9,6	-9,7



Confección

Importaciones



Las importaciones de productos de confección también anotaron un descenso en 2023, tras la gran explosión sucedida durante el año precedente, en que se marcó la cifra más alta de la serie histórica.

IMPORTACIONES 2023. CONFECCIÓN

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	1.446	1.315	1.605	1.448	1.534	1.392	1.503	1.496	1.520	1.526	1.682	1.346
VAR %	10,6	-2,8	2,7	-5,7	-1,7	-6,6	-7,7	-23,1	-29,1	-23,3	-6,3	-8,2

IMPORTACIONES 2014-2023. CONFECCIÓN

* En millones de euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VALOR *	12.708	14.470	15.649	16.223	16.638	17.786	14.459	16.142	19.776	17.812
VAR %	13,8	13,9	8,1	3,7	2,6	6,9	-18,7	11,6	22,5	-9,7

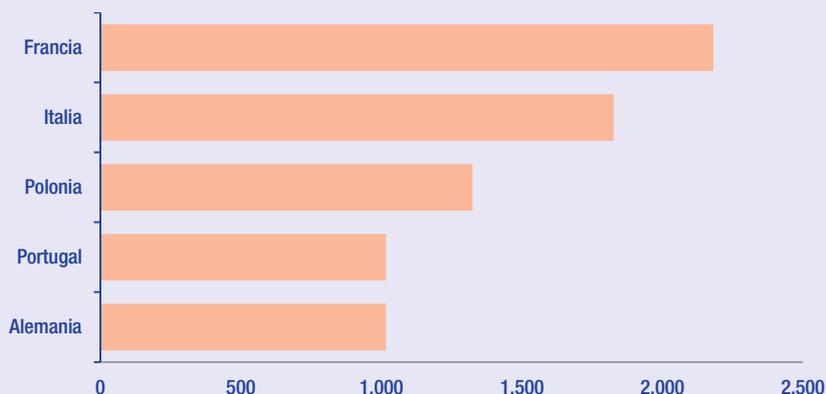
Confección

Clientes y proveedores

2. Mercado exterior

EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2023. CONFECCIÓN

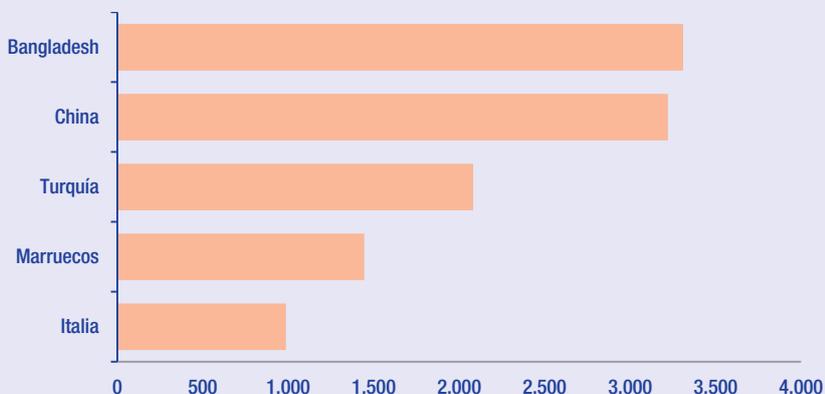
En millones de euros



Fuente: Ices

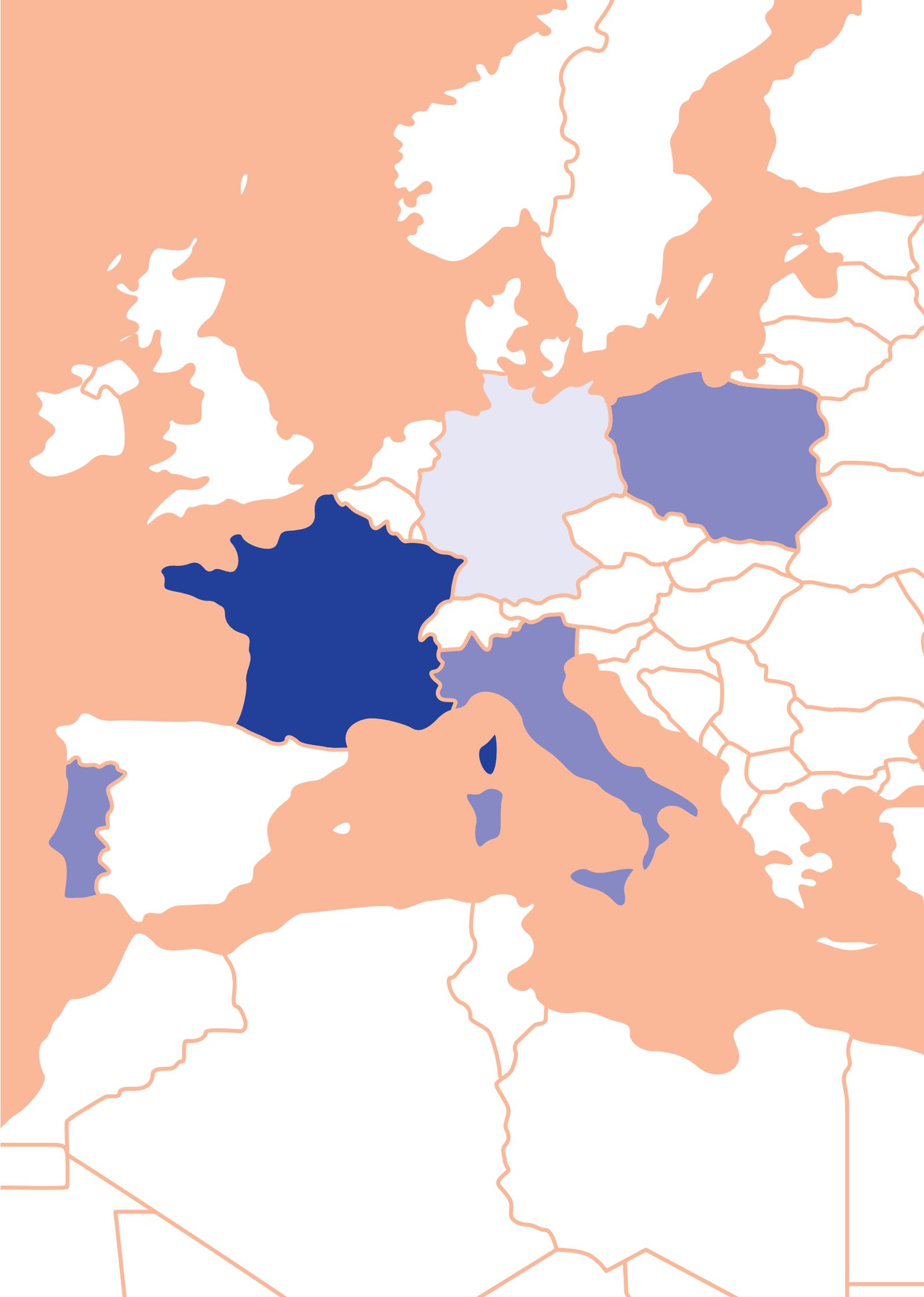
IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2023. CONFECCIÓN

En millones de euros



Fuente: Ices

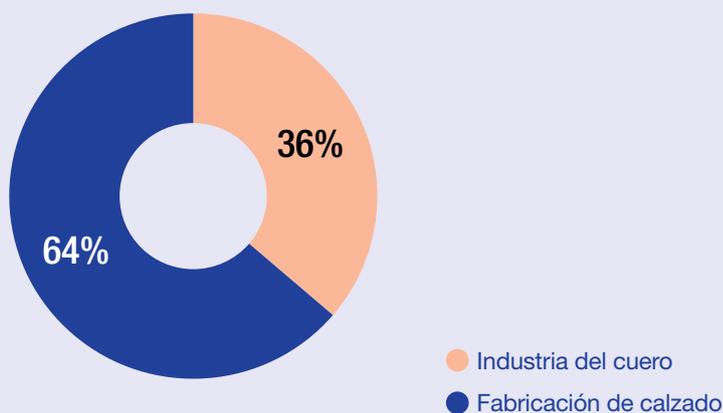
Francia y Bangladesh se mantuvieron como los mayores cliente y proveedor, respectivamente, de la confección en España. La única variación en ambos rankings es el avance de Polonia como tercer destino de la confección española en los mercados internacionales.



Cuero y calzado

Exportaciones

EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2023. CUERO Y CALZADO



Fuente: Icesx

2. Mercado exterior

Las exportaciones de cuero y calzado continúan al alza y superan por primera vez los 5.500 millones de euros en 2023. Este sector acumula tres años de notables incrementos en sus ventas al exterior tras la gran caída sufrida en 2020.

EXPORTACIONES 2023. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	448	471	553	413	449	454	491	452	483	441	467	428
VAR %	30,4	9,6	18,7	5,7	3,6	16,7	8,1	10,0	-9,8	-0,4	3,8	10,9

EXPORTACIONES 2014-2023. CUERO Y CALZADO

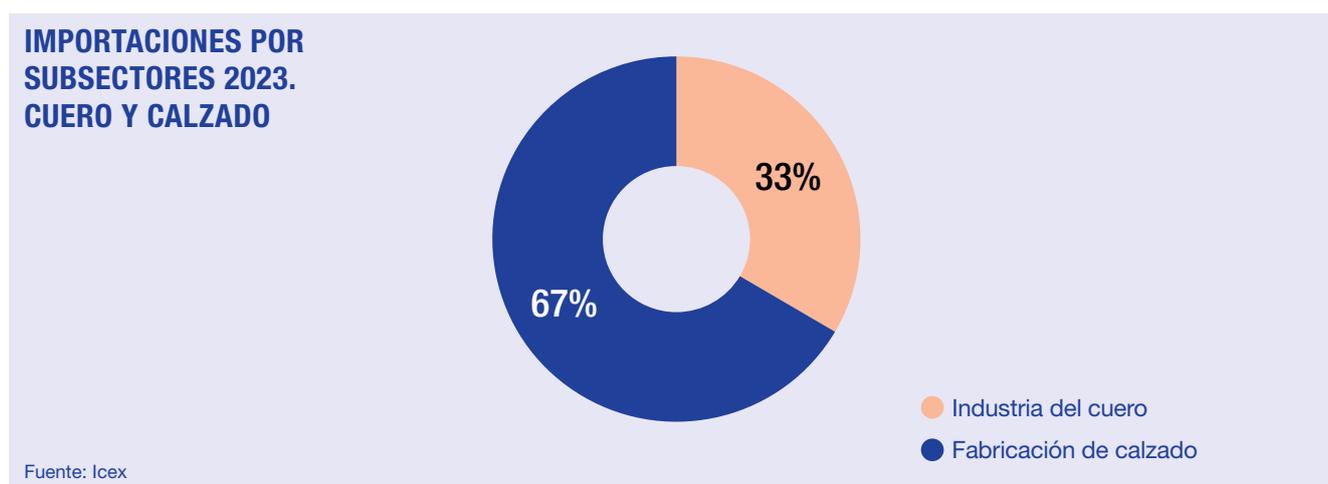
* En millones de euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VALOR *	4.022	3.935	4.103	4.282	4.301	4.416	3.662	4.175	5.111	5.551
VAR %	15,1	-2,2	4,3	4,4	0,4	2,7	-17,1	14,0	22,4	8,6



Cuero y calzado

Importaciones



Las importaciones de productos de cuero y calzado se incrementaron en un 2% en 2023, moderando el crecimiento experimentado en 2022. La actividad de esta industria continúa dominada por la fabricación de calzado.

IMPORTACIONES 2023. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	637	563	611	476	554	573	647	604	586	570	648	566
VAR %	43,8	13,5	17,6	1,4	13,2	9,7	12,1	-8,9	-30,3	-10,5	2,1	-12,7

IMPORTACIONES 2014-2023. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
VALOR *	4.265	4.651	4.866	5.033	5.061	5.538	4.193	4.906	6.938	7.035
VAR %	15,7	9,1	4,6	3,4	0,6	9,4	-24,3	17,0	40,7	2,0

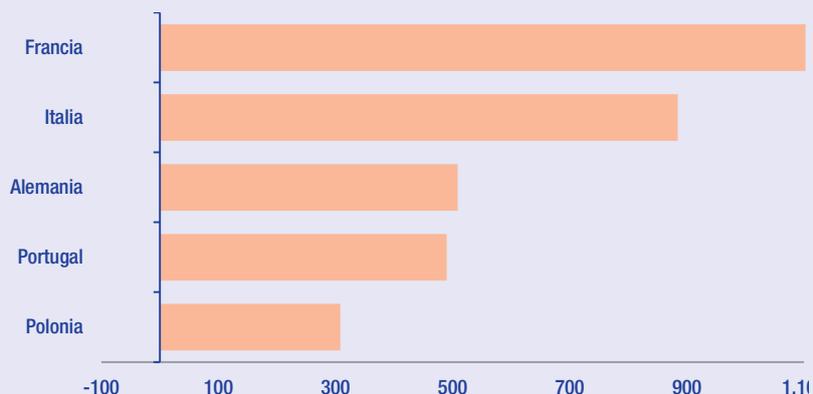
Cuero y calzado

Clientes y proveedores

2. Mercado exterior

EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2023. CUERO Y CALZADO

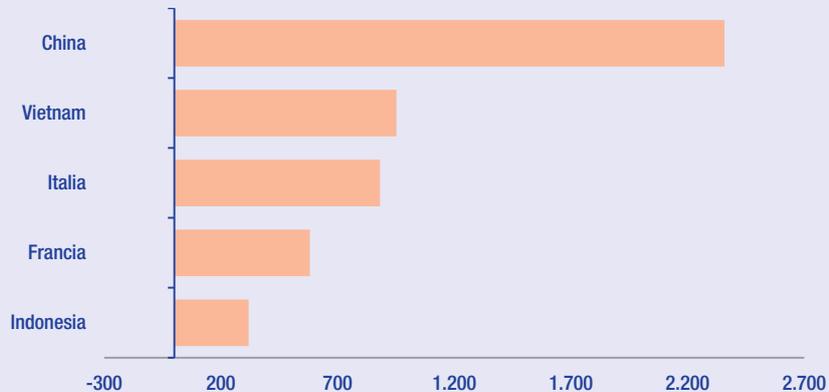
En millones de euros



Fuente: Ices

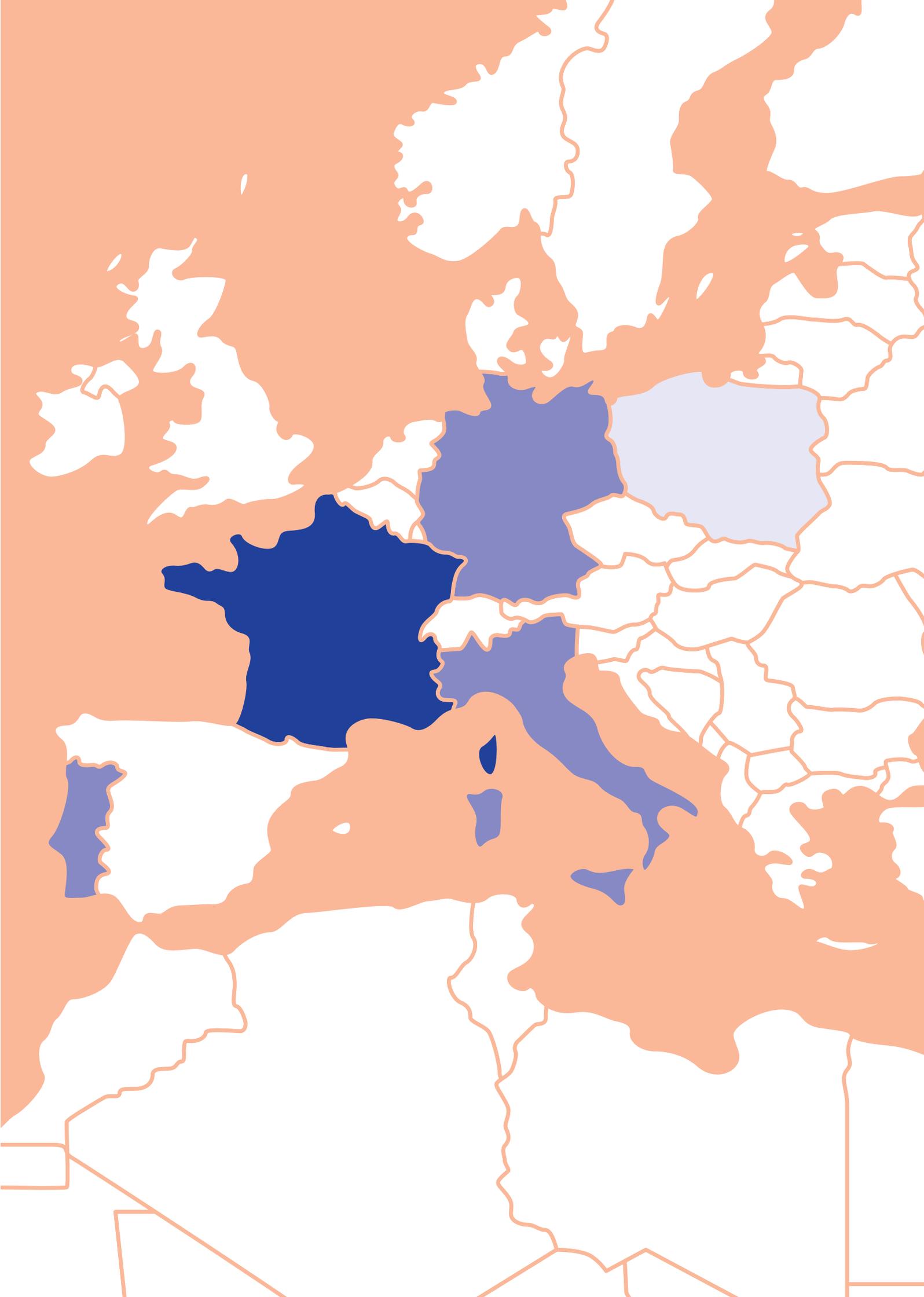
IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2023. CONFECCIÓN

En millones de euros



Fuente: Ices

Francia permanece como el principal cliente del cuero y el calzado español, mientras que China mantiene su hegemonía como exportador. Polonia superó en 2023 a Estados Unidos como quinto mayor cliente de este sector en el exterior.





DECIMAL

ROUNDING

GT

ITEM

POWER

+ 0 2 3 4 6 F

L 5/4

OFF ON RATE SET

OFF n+ n+/-

OFF ON PRINT

↑

COST

SELL

MARGIN

TAX+

TAX-

→

÷

7

8

9

PRINT

GT

M*

%±

=

4

5

6

#

M◇

↺

x

1

2

3

+

*

M≡

CE

0

00

000

.

M±

3 Precios

En un contexto de inflación todavía elevada, sobre todo en los primeros meses del año, los productos de vestido y calzado mantuvieron en 2023 subidas de precios altas atendiendo a los niveles históricos del sector. No obstante, la moda se mantuvo por debajo de las subidas registradas por el Índice de Precios al Consumo (IPC) general. En concreto, el calzado cerró el año con un incremento de precios del 2% y las prendas de vestir lo hicieron con una subida del 1,5%, cuando la cifra general superó el 3% en el mismo periodo. El calzado anotó una subida de precios superior a la del vestido después de una primera mitad del año marcada por incrementos cercanos al 5%. La del vestido, sin embargo, fue una evolución algo más constante, marcando su máximo en enero, con un 3,1%. Los precios industriales, en cambio, se contrajeron ligeramente tras diversos ejercicios de fuertes subidas, mientras que los de las compras y ventas al exterior se comportaron de manera muy distinta. Las exportaciones, generalmente, incrementaron su precio, mientras que los productos importados observaron como su etiqueta se contraía moderadamente, pero de manera generalizada en la industria de la moda.



CIFRAS RELEVANTES

De la subida de precios en el sector industrial a la ropa de niño, hombre, mujer y hogar.

VARIACIÓN INTERANUAL

1,6%

La subida de precios de vestido y calzado fue menor que el Índice de Precios al Consumo (IPC) general.

VARIACIÓN INTERANUAL

2,0%

El calzado moderó su subida de precios respecto al ejercicio anterior.

VARIACIÓN INTERANUAL

1,5%

Las prendas de vestir registraron menores subidas de precio que el calzado.

VARIACIÓN INTERANUAL

-0,1%

Los precios industriales de los productos textiles se contrajeron una décima en 2023.

VARIACIÓN INTERANUAL

1,7%

Los precios industriales de la confección se moderaron en 2023 tras un gran incremento en el año anterior.

VARIACIÓN INTERANUAL

-1,8%

El precio de las exportaciones de productos textiles se redujo cerca de un 2% en 2023.

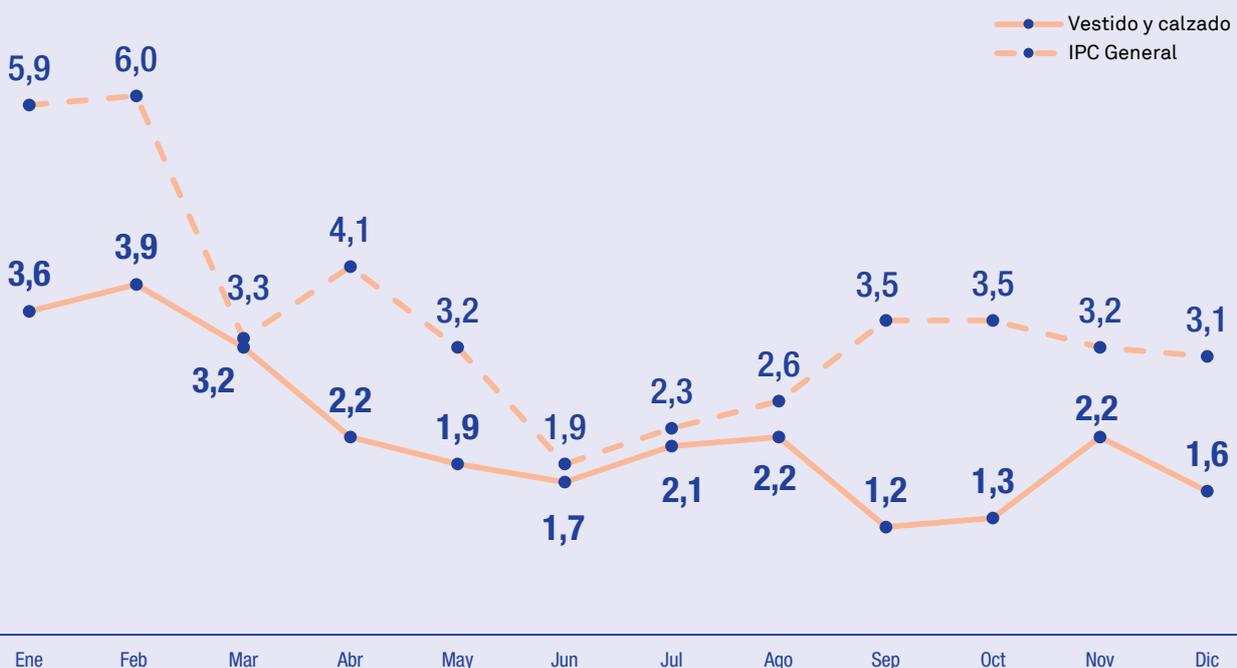
Precios al consumo

↑ **1,6%**

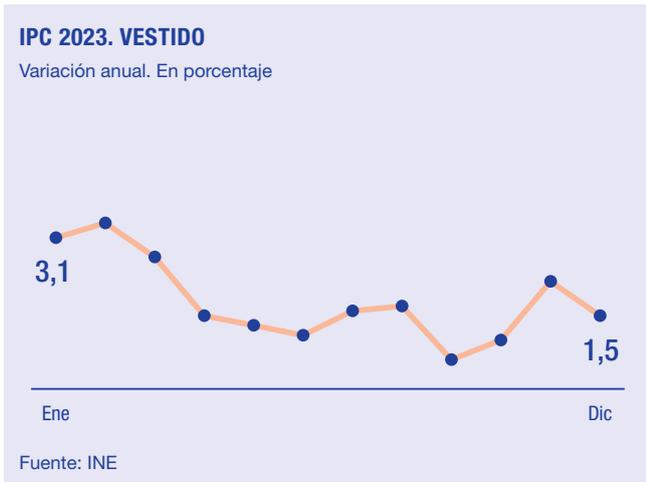
Vestido y calzado cerraron 2023 con una subida de precios moderada, que se queda a 1,5 puntos del Índice de Precios al Consumo (IPC) general.

IPC 2023. VESTIDO Y CALZADO

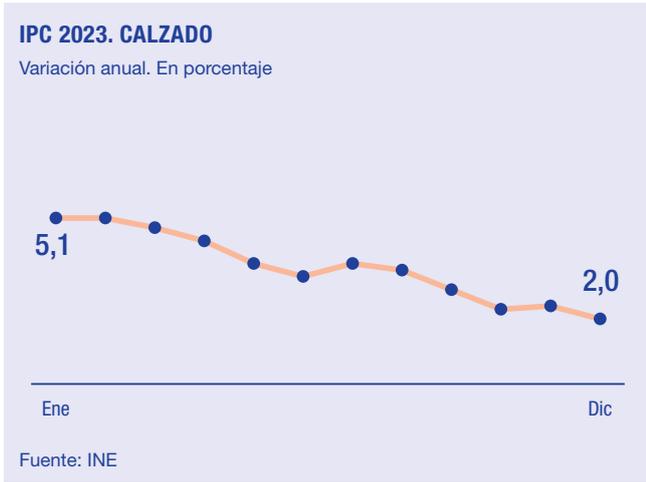
Variación interanual. En porcentaje



Fuente: INE



Las subidas de precios en el calzado volvieron a situarse en 2023 por encima de las del vestido, pero netamente por debajo del incremento general de los precios al consumo en España.



Ropa de hombre y mujer

IPC 2023. PRENDAS DE VESTIR DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPC 2014-2023. PRENDAS DE VESTIR DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje

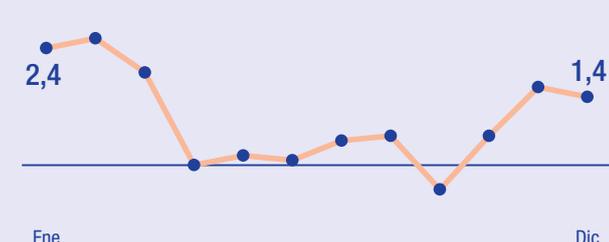


Fuente: INE

Las prendas de vestir de hombre, mujer y niño y bebé registraron subidas de precios de entre el 1,4% y el 1,7% tras fluctuar en diversas ocasiones durante el ejercicio.

IPC 2023. PRENDAS DE VESTIR DE MUJER

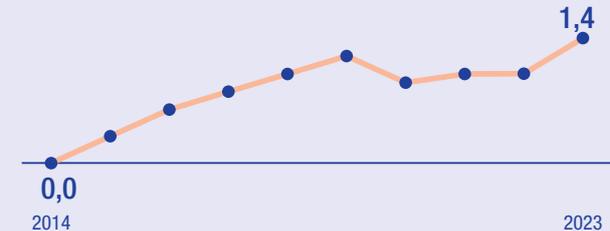
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPC 2014-2023. PRENDAS DE VESTIR DE MUJER

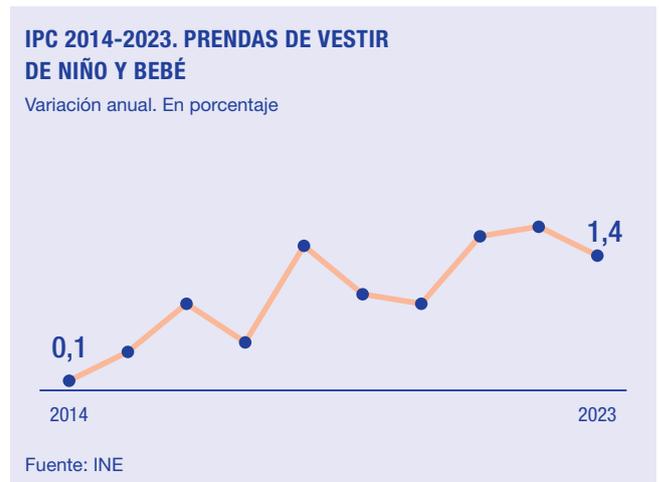
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



Ropa de niño y complementos



3. Precios

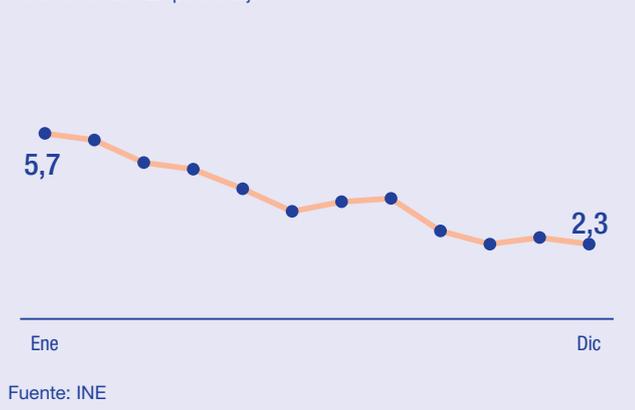
Los complementos y las reparaciones de prendas de vestir rompen con la tendencia inflacionaria y sufren una ligera reducción de precios en 2023, inédita en la última década.



Calzado de hombre y mujer

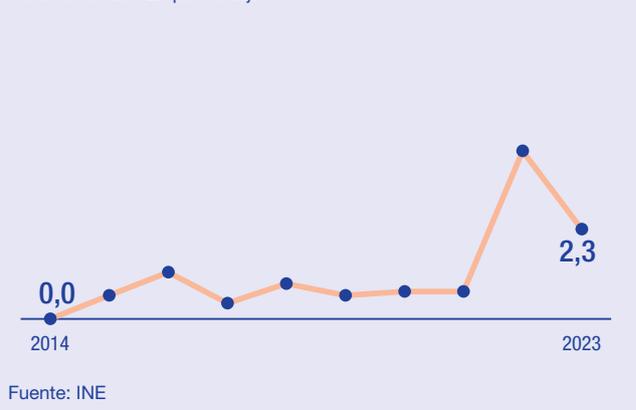
IPC 2023. CALZADO DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje



IPC 2014-2023. CALZADO DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje



Todas las ramas del calzado cosecharon incrementos de precios iguales o superiores al 2%, con la única excepción de la línea para mujer, que tan solo elevó sus precios un 1,6% en 2023.

IPC 2023. CALZADO DE MUJER

Variación anual. En porcentaje



IPC 2014-2023. CALZADO DE MUJER

Variación anual. En porcentaje





Calzado de niño y textil hogar



Los textiles y accesorios para el hogar rompen con su tendencia inflacionaria de los últimos años y registran una subida de precios de sólo el 0,3% en el último ejercicio.



Precios industriales

Industria textil

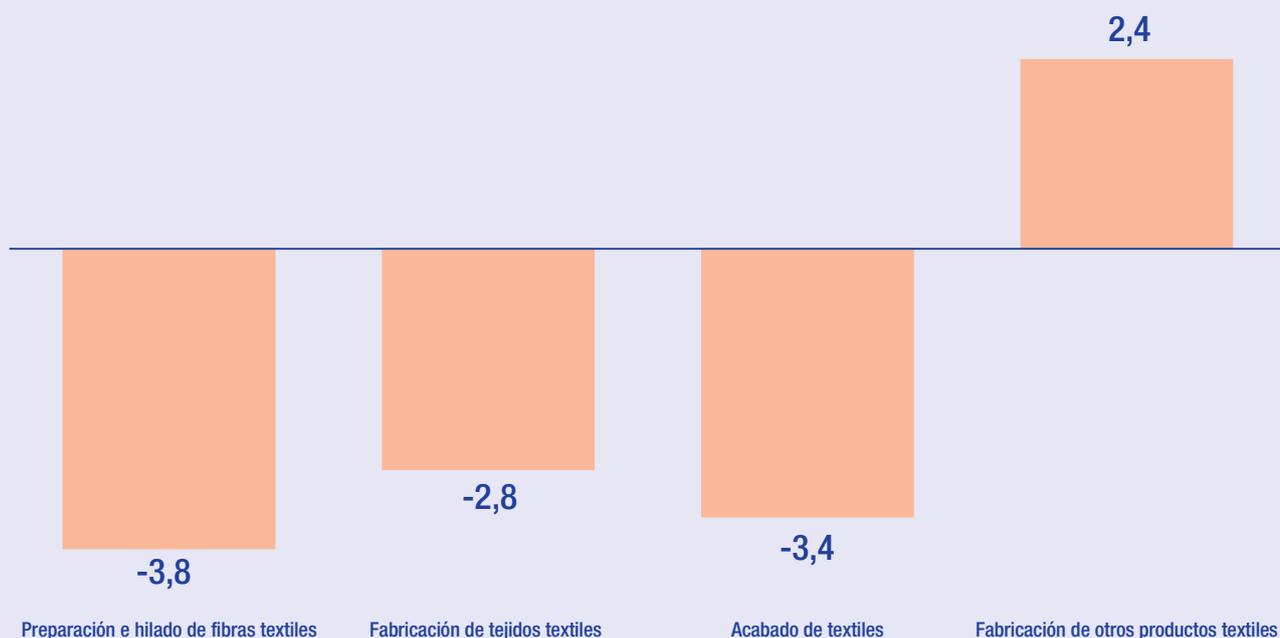
↑ **2,4%**

La fabricación de otros productos textiles anotó la única subida de precios del textil en 2023, mientras que los demás subsectores redujeron sus precios industriales.

3. Precios

IPRI POR SUBSECTORES 2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



IPRI 2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRI 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

Los precios industriales del sector textil abandonaron dos ejercicios consecutivos de contundentes subidas, pero tan solo se contrajeron un 0,1% en 2023.

Confección

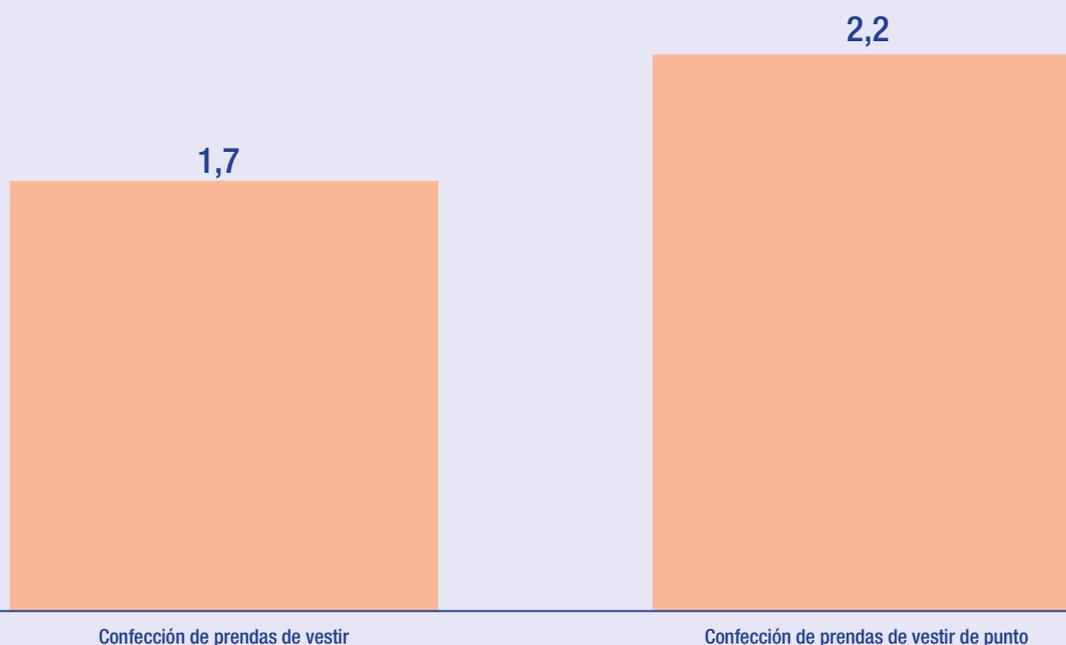
↑ **1,7%**

La confección moderó el Índice de Precios Industriales tras registrar un incremento del 3% en 2022. Los precios de la confección de prendas de punto subieron con más fuerza.

3. Precios

IPRI POR SUBSECTORES 2023. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



IPRI 2023. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRI 2014-2023. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El sector de la confección en España cerró 2023 con el segundo mayor impulso en sus precios industriales de la década, sólo por detrás del experimentado en el año precedente.

Cuero y calzado

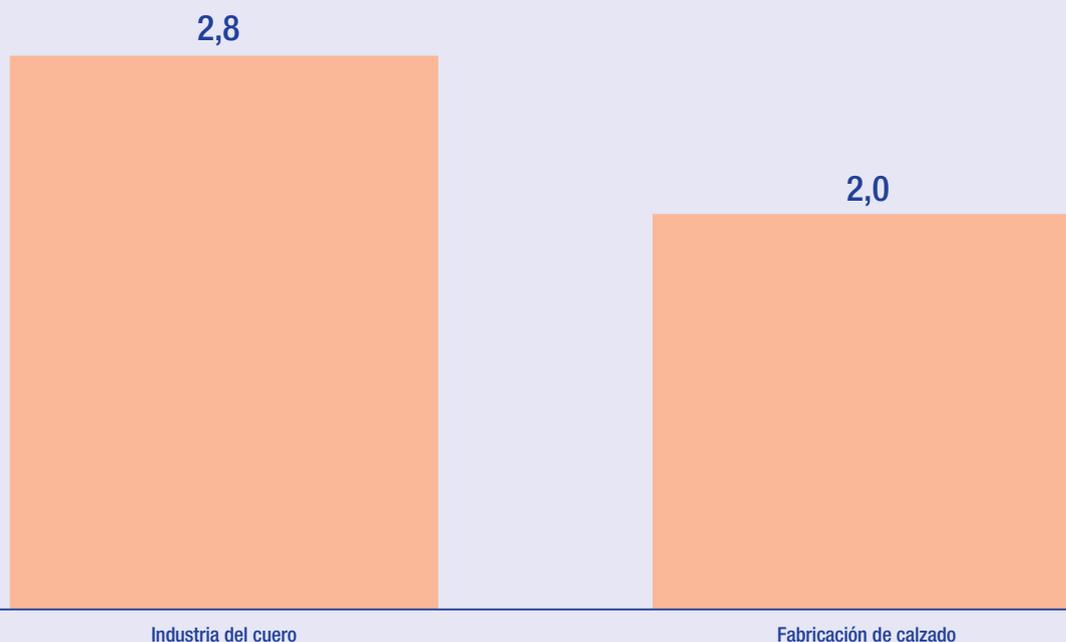
↑ **2,8%**

Los precios industriales del sector del cuero se incrementaron con fuerza en 2023, mientras que el calzado moderó la subida registrada en el año precedente.

3. Precios

IPRI POR SUBSECTORES 2023. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



IPRI 2014-2023. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRI 2023. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

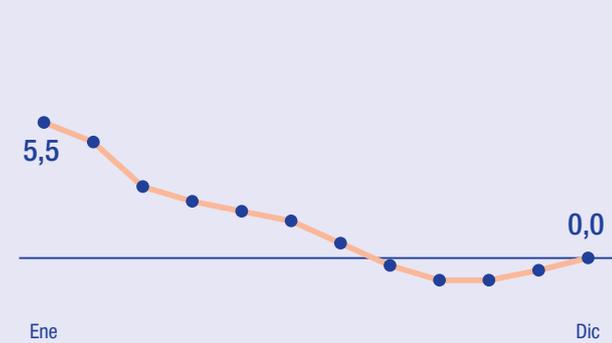
El cuero y el calzado moderaron su inflación durante el ejercicio 2023. Pese a que los precios empezaron el año con fuerza, el subsector cerró el ejercicio con una subida de precios del 2,2%.

Precios a la exportación y a la importación

Industria textil

IPRIX 2023. INDUSTRIA TEXTIL

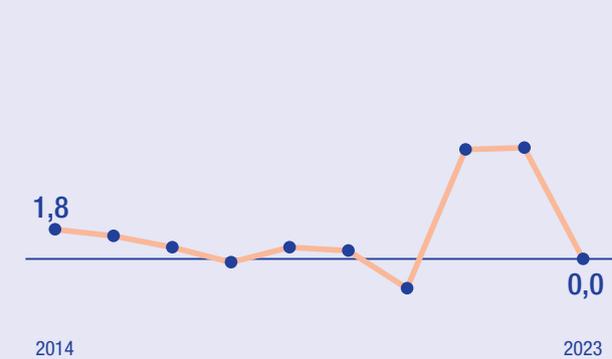
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRIX 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje

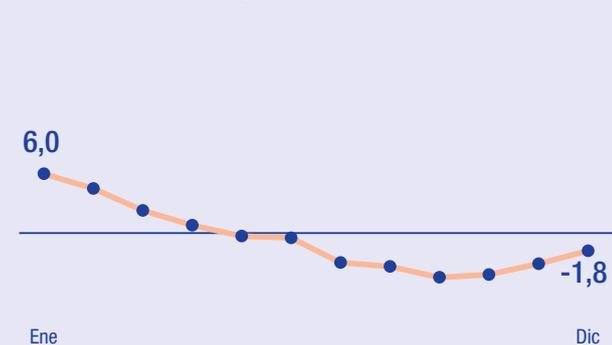


Fuente: INE

El Índice de Precios de Exportación (Iprix) de la industria textil no sufrió variaciones en el último ejercicio, mientras que el Índice de Precios de Importación (Iprim) cayó un 1,8%.

IPRIM 2023. INDUSTRIA TEXTIL

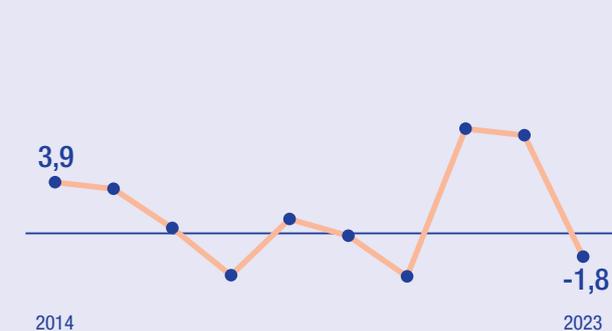
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRIM 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



Confección



3. Precios

Los precios de las exportaciones de la confección registraron fuertes ascensos en 2023, mientras que los de las importaciones se contrajeron ligeramente.



Cuero y calzado



Los precios de las exportaciones de cuero y calzado continuaron incrementándose en 2023, mientras que los de las importaciones se redujeron en una décima respecto al año anterior.



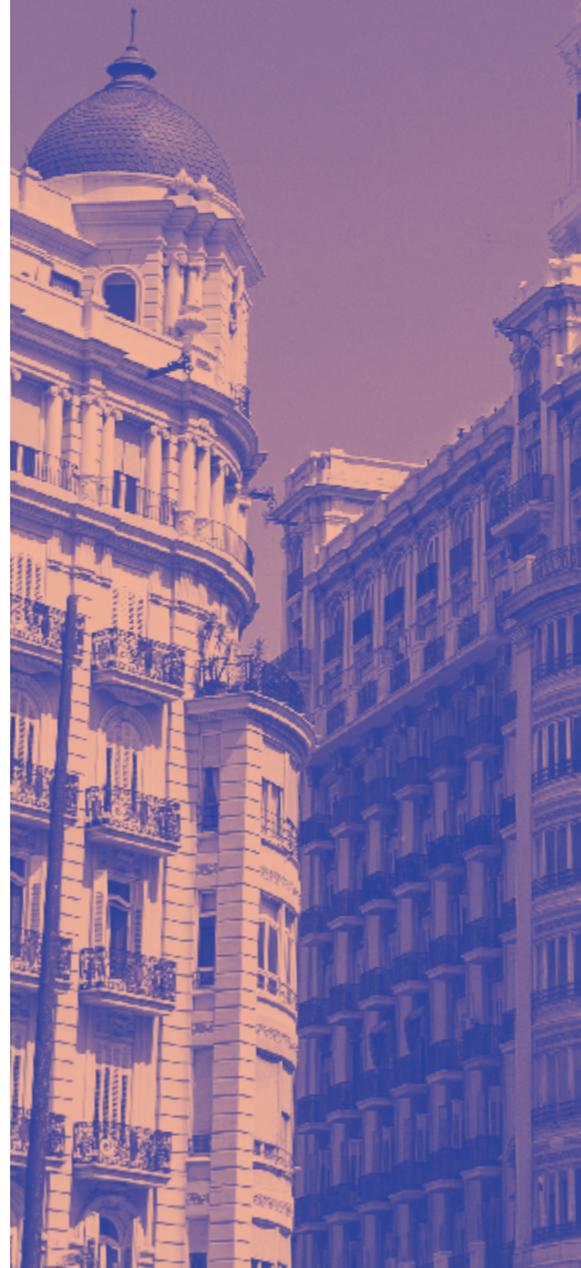


4 Comunidades autónomas

Comunidad Valenciana, Cataluña, Andalucía, Galicia, Castilla-La Mancha y Comunidad de Madrid se sitúan un año más como los grandes polos de la industria española de la moda. Sin perder de vista la importancia en sectores concretos que tiene la moda en otras regiones del país, estas seis comunidades ocupan las primeras posiciones en el ránking por número de trabajadores, empresas y negocio generado por las mismas en textil, confección y cuero y calzado.

De nuevo, Comunidad Valenciana es la primera por número de trabajadores y de empresas, mientras que la región donde el sector obtiene una mayor facturación continúa siendo Cataluña. La tercera posición se la siguen disputando Galicia y Andalucía: mientras que la región gallega consigue un tercer puesto por facturación, Andalucía suma más en trabajadores y empresas. La quinta posición en número de empleados de las empresas del sector vuelve a estar ocupada por Castilla-La Mancha, aunque Comunidad de Madrid supera a la región manchega en número de empresas y facturación generada por las mismas.

Región de Murcia se encuentra en una destacada séptima posición entre las comunidades autónomas en número de trabajadores y empresas, mientras que La Rioja es séptima por facturación asociada al sector. Bien sea por trabajadores, por empresas o negocio generado por las mismas, también tienen un peso relevante en la industria de la moda otras autonomías españolas como Aragón, País Vasco, Baleares y Castilla y León.





CIFRAS RELEVANTES

De las empresas a la facturación en los territorios que concentran la actividad del sector en España.

TRABAJADORES

37.406

Comunidad Valenciana suma la mayor cifra de trabajadores de la industria de la moda en España.

MILLONES DE EUROS

836

Castilla-La Mancha incrementa la facturación de su industria de la moda en un 25,8% en 2023.

MILLONES DE EUROS

5.080

Cataluña es la comunidad que aporta más a la facturación de la industria de la moda.

VARIACIÓN INTERANUAL

2,7%

Andalucía incrementa sus exportaciones de moda, aunque modera el crecimiento de años anteriores.

NÚMERO DE EMPRESAS

4.576

Comunidad Valenciana permanece como la región con más empresas dedicadas a la industria de la moda.

VARIACIÓN INTERANUAL

0,7%

El valor de las exportaciones de moda de Galicia moderó su crecimiento tras dos años de explosión.

 TRABAJADORES

 FACTURACIÓN

 EMPRESAS

Facturación, en millones de euros;
trabajadores y empresas, en unidades.

COMUNIDAD VALENCIANA

 37.406

 4.576

 3.939

REGIÓN DE MURCIA

 4.385

 404

 657

NAVARRA

 889

 119

 147

CATALUÑA

 30.184

 5.080

 3.716

LA RIOJA

 3.577

 539

 284

CANARIAS

 744

 35

 331

ANDALUCÍA

 8.648

 540

 2.429

ARAGÓN

 2.836

 279

 380

ASTURIAS

 524

 146

 100

GALICIA

 8.479

 2.067

 952

BALEARES

 1.876

 160

 369

CANTABRIA

 396

 38

 185

CASTILLA-LA MANCHA

 7.735

 836

 1.063

CASTILLA Y LEÓN

 1.744

 201

 504

EXTREMADURA

 344

 19

 182

COMUNIDAD DE MADRID

 7.010

 910

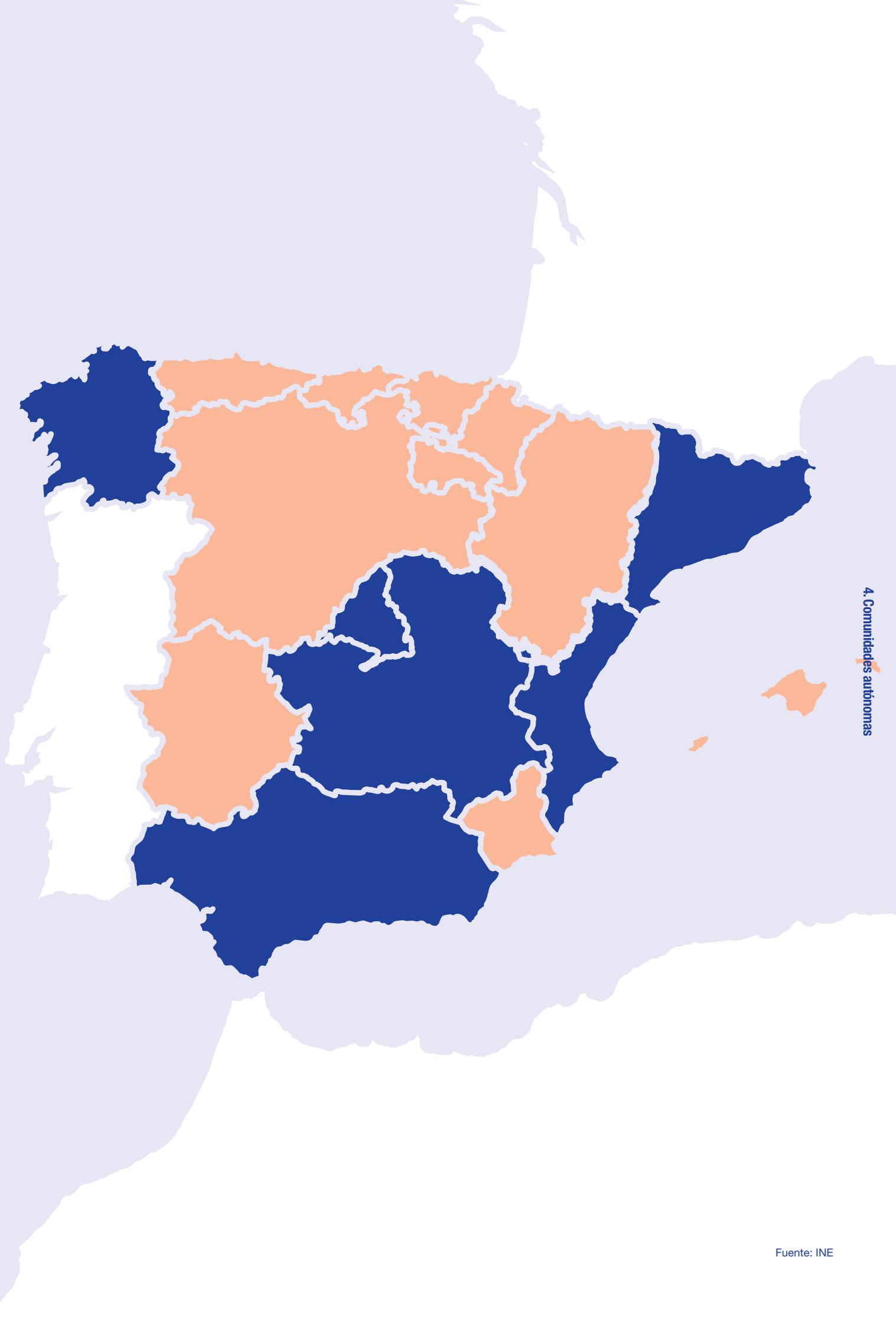
 1.679

PAÍS VASCO

 1.590

 166

 533



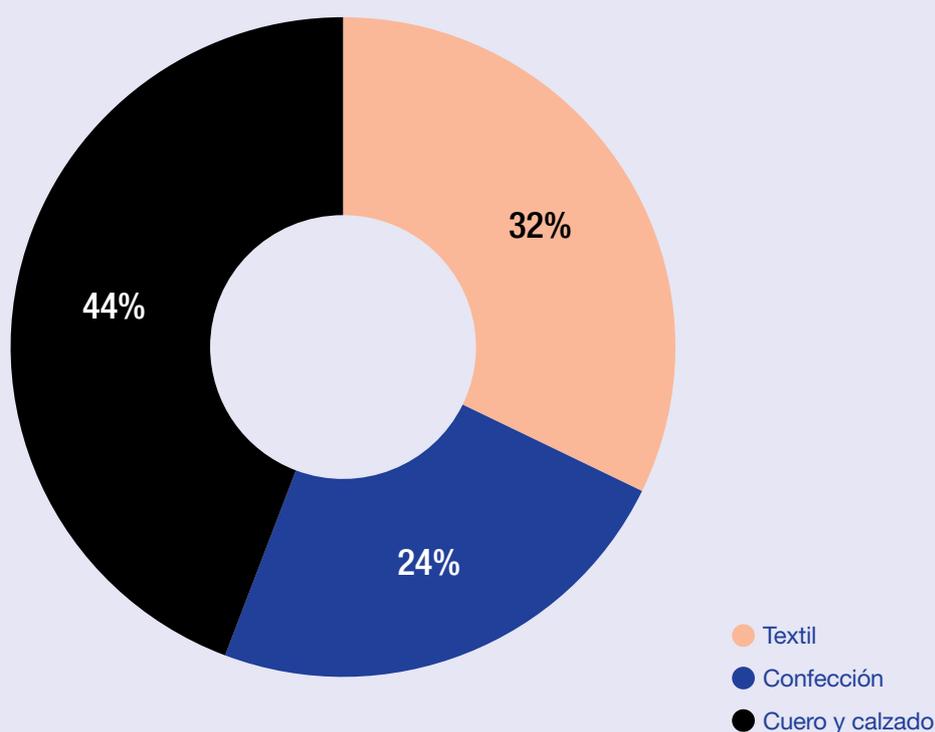
4. Comunidades autónomas

Comunidad Valenciana

44%

Pese a perder peso, las empresas de calzado y cuero suponen cerca de la mitad del tejido industrial de la moda en la Comunidad Valenciana.

EMPRESAS POR SECTOR 2023



Fuente: INE



EMPRESAS 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Icesx

EXPORTACIONES 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



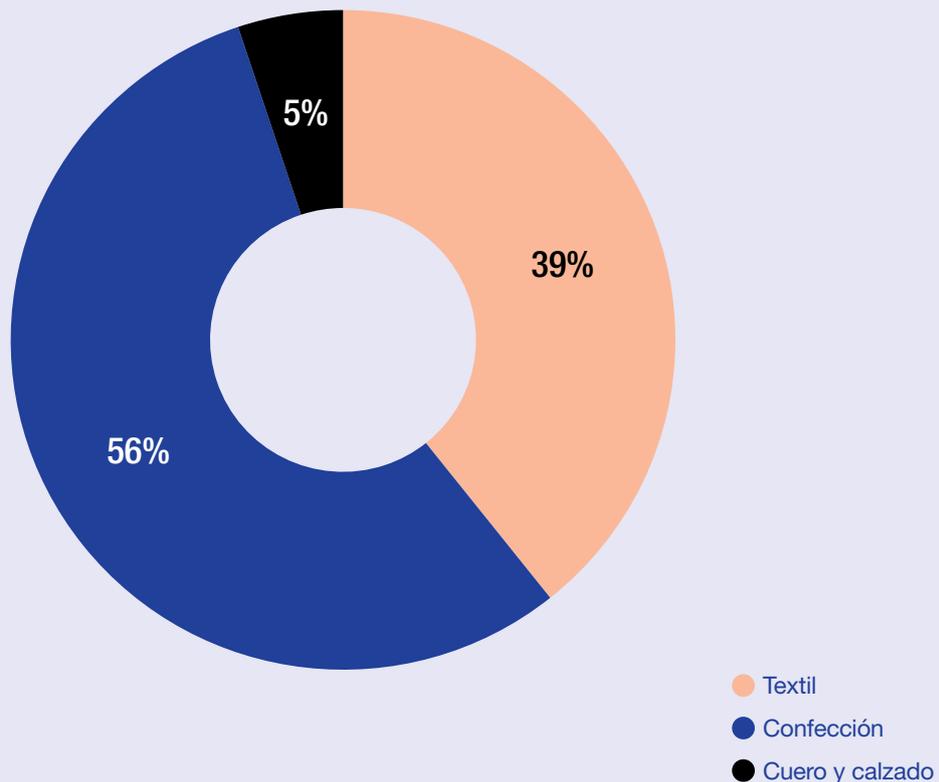
Fuente: INE

Cataluña

56%

Las empresas de confección conservan su cuota en Cataluña dentro de la industria de la moda, con el 56%, mientras que el textil representa un 39%.

EMPRESAS POR SECTOR 2023



Fuente: INE



EMPRESAS 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

EXPORTACIONES 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



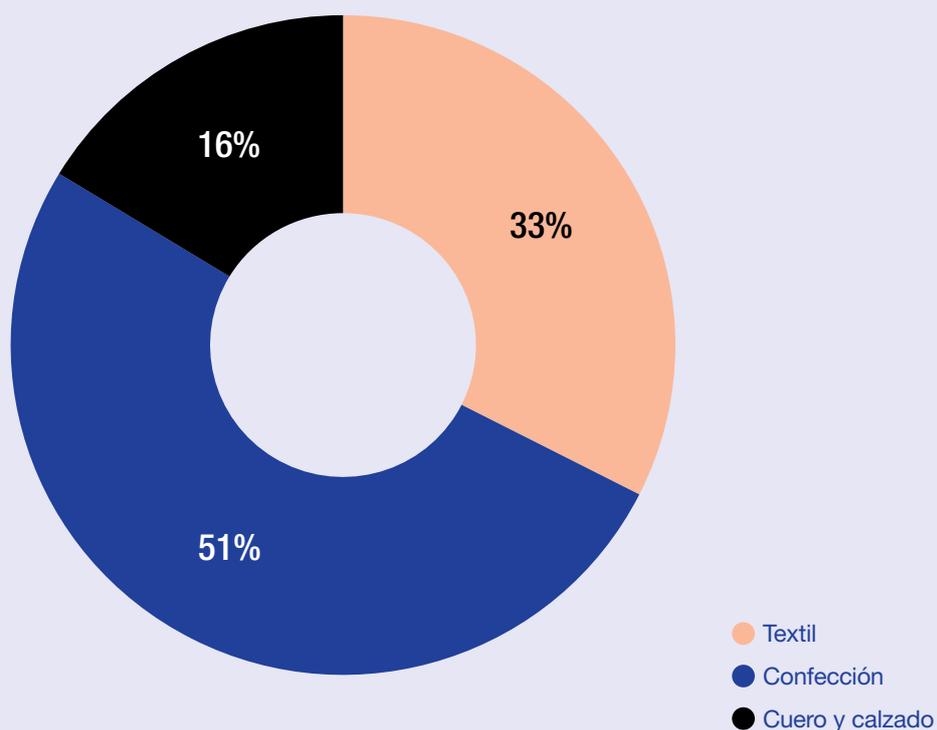
Fuente: Icesx

Andalucía

51%

La confección copa la mayor parte del ecosistema de la moda en Andalucía, con más de 1.200 empresas, por delante del textil y el cuero y el calzado.

EMPRESAS POR SECTOR 2023



Fuente: INE



EMPRESAS 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

EXPORTACIONES 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



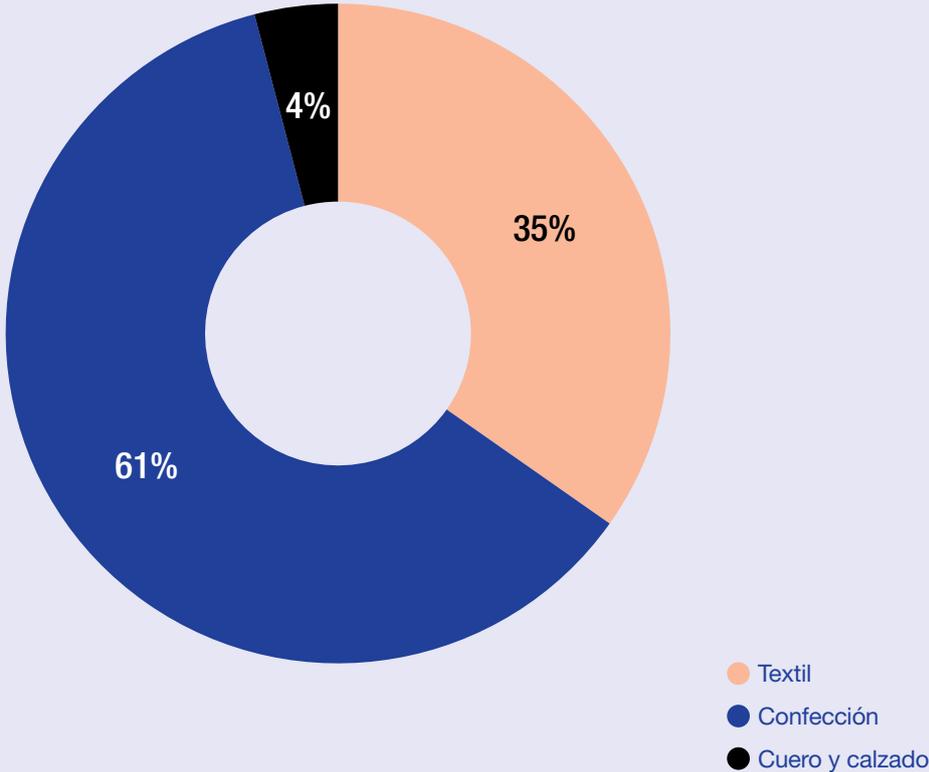
Fuente: Icesx

Galicia

60%

La confección suma 575 empresas en Galicia, dominando el sector frente al textil y el cuero y calzado, con una baja representación en la comunidad.

EMPRESAS POR SECTOR 2023



Fuente: INE



EMPRESAS 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

EXPORTACIONES 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



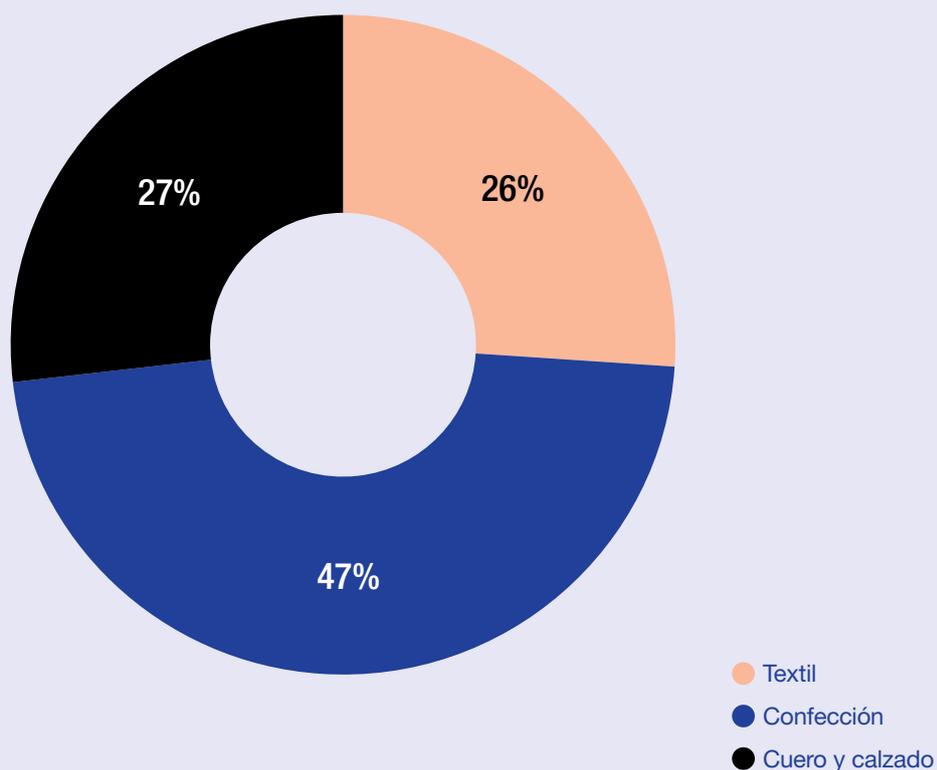
Fuente: Icesx

Castilla-La Mancha

47%

La confección suma 501 empresas en la región castellanomanchega, reduciendo ligeramente su peso en el sector.

EMPRESAS POR SECTOR 2023



Fuente: INE



EMPRESAS 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

EXPORTACIONES 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



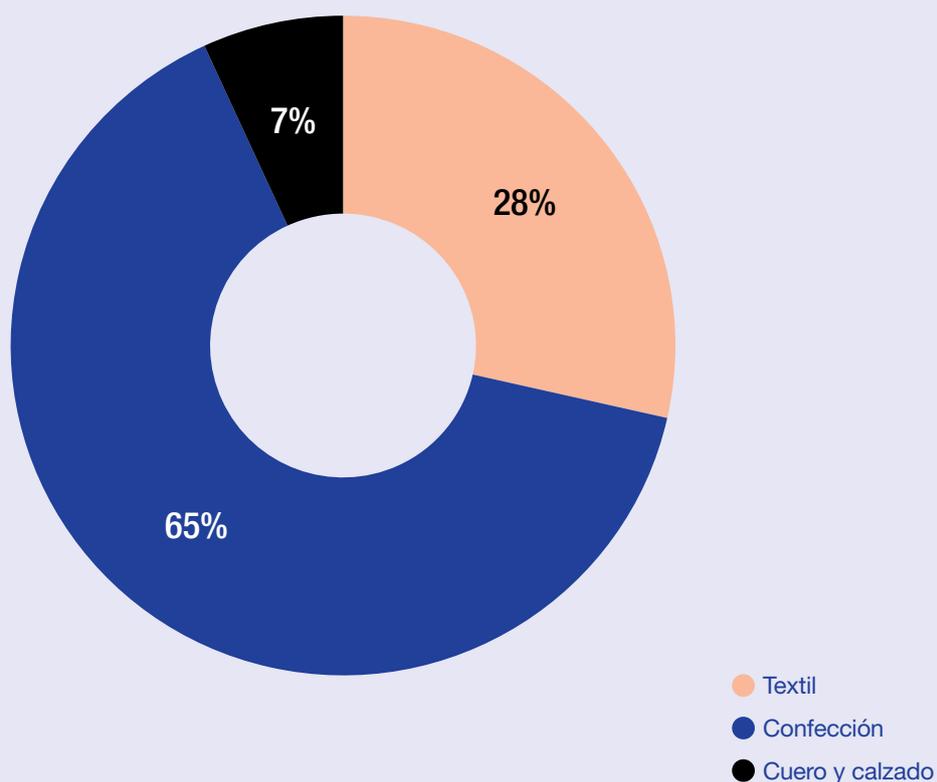
Fuente: Icesx

Comunidad de Madrid

65%

La confección pierde unas décimas de su peso en la industria de la moda madrileña, con 1.085 empresas, seguido de lejos por el textil, con 479.

EMPRESAS POR SECTOR 2023



Fuente: INE



EMPRESAS 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

EXPORTACIONES 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Icesx

La tintorería, entre la sostenibilidad y el servicio



SILVIA DÍAZ
Directora general
Pressto

El mercado es cada vez más consciente del impacto de su actividad sobre el medioambiente. En el ámbito particular de la tintorería, intensivo en el uso de químicos y agua, hay todavía importantes retos a superar para llegar a un modelo sostenible. Es una oportunidad de liderar con innovación y compromiso ambiental.

Nos encontramos en una época marcada por una necesidad global hacia la sostenibilidad y la responsabilidad social y es momento de que las empresas enfrenten el desafío y la oportunidad de liderar con innovación y compromiso ambiental. Dentro del sector de la tintorería y lavandería, un ámbito tradicionalmente no asociado con la vanguardia ecológica, es crucial destacar las prácticas que algunas empresas están adoptando para transformar esta industria desde dentro, a lo largo de su cadena de valor.

El desarrollo y la implementación de sistemas de limpieza que reducen el impacto ambiental y mejoran la eficiencia energética son pasos esenciales hacia un futuro más sostenible. Estos nuevos sistemas no sólo conservan recursos y reducen emisiones, sino que también ofrecen a los consumidores la tranquilidad de saber que sus elecciones de consumo apoyan prácticas sostenibles. En nuestro caso, trabajamos en un plan estratégico, que tiene como objetivo reducir los residuos, las emisiones y el consumo energético e hídrico.

Además, la gestión de residuos y del agua, el uso de nuevos solventes de limpieza en seco y novedosos procesos de limpieza acuo-

so y acabado reducen los químicos tóxicos y favorecen la reducción de los gases de efecto invernadero, en un sector que ofrece amplias oportunidades para la innovación. La reutilización y reciclaje de materiales como fundas para el transporte de las prendas y las perchas contribuyen significativamente a la disminución de desechos. Al integrar estas prácticas, las empresas no sólo mejoran su huella ambiental, sino que también se alinean más estrechamente con las expectativas de consumidores conscientes.

Otro aspecto crucial en la transición hacia prácticas sostenibles es la eliminación del uso de plásticos en los procesos operativos de las tintorerías. Reemplazar estos materiales por alternativas biodegradables o totalmente reutilizables puede marcar una diferencia significativa en el impacto ambiental de la industria.

Además, el mercado de la ropa de segunda mano y alquiler está emergiendo como un frente vital para la sostenibilidad. Este mercado no sólo extiende la vida útil de las prendas, sino que también desafía el modelo de usar y tirar prevalente en la moda. Las empresas que apoyan este modelo mediante servicios que aseguran que las prendas de

segunda mano estén en condiciones óptimas para su uso están no sólo contribuyendo a un ciclo de vida más largo del producto, sino también fomentando una economía circular.

En este contexto, empresas como Tintorerías Presto están marcando la pauta. Con un fuerte enfoque en investigación, desarrollo e innovación (I+D+I), en Presto hemos integrado sistemas avanzados de limpieza que son más respetuosos con el medioambiente y ha adoptado políticas de reducción de plásticos, agua, residuos y energía en sus operaciones. Además, su apoyo al reciclaje de materiales y al fomento de la ropa y complementos de segunda mano y renta demuestra cómo las acciones concretas pueden alinear a una empresa con los principios de sostenibilidad y responsabilidad social.

A medida que avanzamos, es esencial que más empresas sigan este ejemplo para mejorar sus propias operaciones y para contribuir a un cambio positivo en toda la industria y la sociedad. Las empresas que adoptan estas prácticas no sólo se benefician de un mejor posicionamiento en un mercado cada vez más consciente, sino que también juegan un papel crucial en la construcción de un futuro sostenible para todos.

CIFRAS RELEVANTES

De las ventas del comercio textil a la evolución de la cuota por canales o por tipología de productos.

VARIACIÓN INTERANUAL

3,4%

Fue la subida de la facturación del comercio textil en España en 2023.

TRABAJADORES

0,8%

Fue el incremento del empleo del comercio textil en 2023, hasta 166.000 trabajadores.

PUNTOS DE VENTA

43.879

La cifra de puntos de venta de textil en España se contrajo un 0,2% en el último año, y se aleja de los registros previos a 2020.

CADENAS ESPECIALIZADAS

39%

Las cadenas especializadas han incrementado su cuota de mercado en ocho puntos en la última década.

MUJER

33,0%

Fue la cuota sobre las ventas totales de moda de los productos de mujer en 2023, que marca un nuevo mínimo histórico.

HOMBRE

32,0%

El segmento de hombre recupera dos décimas de cuota de mercado respecto al año anterior, y se queda a sólo un punto de la mujer.

5 Comercio textil

El comercio de moda encadena su segundo año consecutivo de crecimiento tras la fuerte caída de la pandemia. El sector elevó su facturación un 3,4% en 2023, tras el incremento de cerca del 20% que tuvo lugar en el año precedente.

Según datos de la Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex), las ventas del comercio de moda alcanzaron un valor absoluto en 2023 de 11.021 millones de euros, una magnitud que todavía queda muy lejos de la recuperación total de los efectos del parón por la pandemia: en 2019, la facturación del comercio de moda en España alcanzó los 18.078 millones de euros. Este incremento en el valor de las ventas, sin embargo, no ha conseguido traducirse en más puntos de venta: la cifra de establecimientos de comercio dedicados al sector se contrajo dos décimas en el último ejercicio, y se sitúa en 43.879.

Sí aumentó, por el contrario, el personal por tienda: ante el incremento de la actividad, los distribuidores de moda elevaron un 0,8% el número total de trabajadores en las tiendas, hasta 166.789 personas.

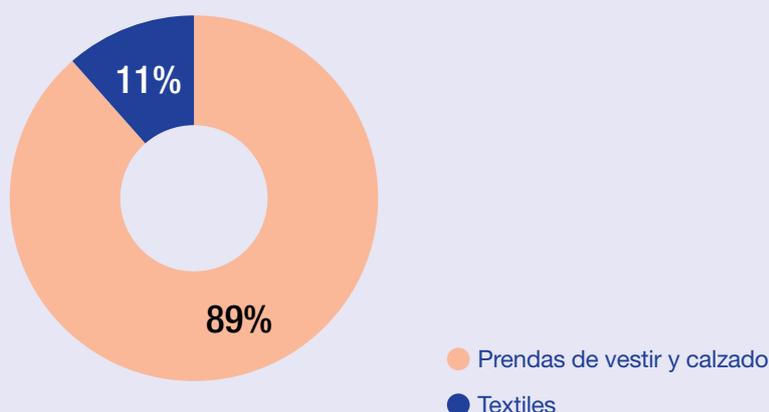
Los formatos ganadores en el año de la recuperación fueron las cadenas de tiendas especializadas, que aumentaron su cuota de mercado una décima, hasta obtener un 39% de las ventas, y los *factory/outlets*, que ganaron seis décimas, hasta alcanzar el 16%.

Por productos, el segmento de la moda infantil fue el que obtuvo una mayor variación porcentual respecto a 2022, llegando al 16% de cuota de mercado. El hombre elevó su peso en las ventas del sector hasta el 32%, mientras que la moda femenina redujo su cuota de mercado hasta el 33% y el textil hogar, hasta el 19%.



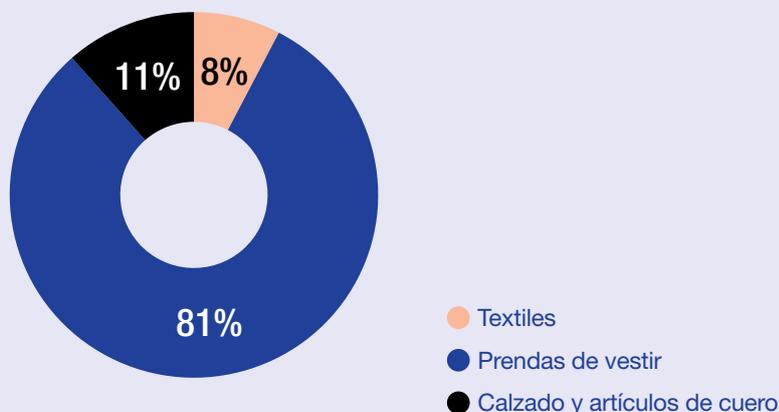
Distribución mayorista y minorista

FACTURACIÓN POR TIPO DE PRODUCTO 2023. COMERCIO MINORISTA



Fuente: INE

FACTURACIÓN POR TIPO DE PRODUCTO 2023. COMERCIO MAYORISTA



Fuente: INE

Las empresas especializadas en la venta de prendas de vestir generan el 81% de la facturación mayorista de moda, frente al 8% del comercio de textiles y el 11% de los distribuidores de calzado y artículos de cuero.

ÍNDICE DE COMERCIO AL POR MENOR 2014-2023. GENERAL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ÍNDICE DE COMERCIO AL POR MENOR 2014-2023. EQUIPO PERSONAL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El Índice de Comercio al por Menor (ICM) registró en 2023 un crecimiento general en España del 11,5%. Las ventas de equipamiento personal, donde se inscribe la moda, lideraron este incremento con un alza del 20,1%.

Facturación, empleo y puntos de venta

↑ **3,4%**

Después del alza histórica de la facturación en el comercio de moda en 2022, el sector rebajó sus niveles de crecimiento hasta el 3,4% en 2023.

5. Comercio textil

FACTURACIÓN 2014-2023. COMERCIO TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Acotex

NÚMERO DE TRABAJADORES 2014-2023. COMERCIO TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Acotex

PUNTOS DE VENTA 2014-2023. COMERCIO TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Acotex

Pese al incremento en la cifra de negocio del comercio de moda en España, los datos no se tradujeron en 2023 en incrementos significativos en cuanto al número de trabajadores o de puntos de venta en el país.

Comunidades autónomas

48,8%

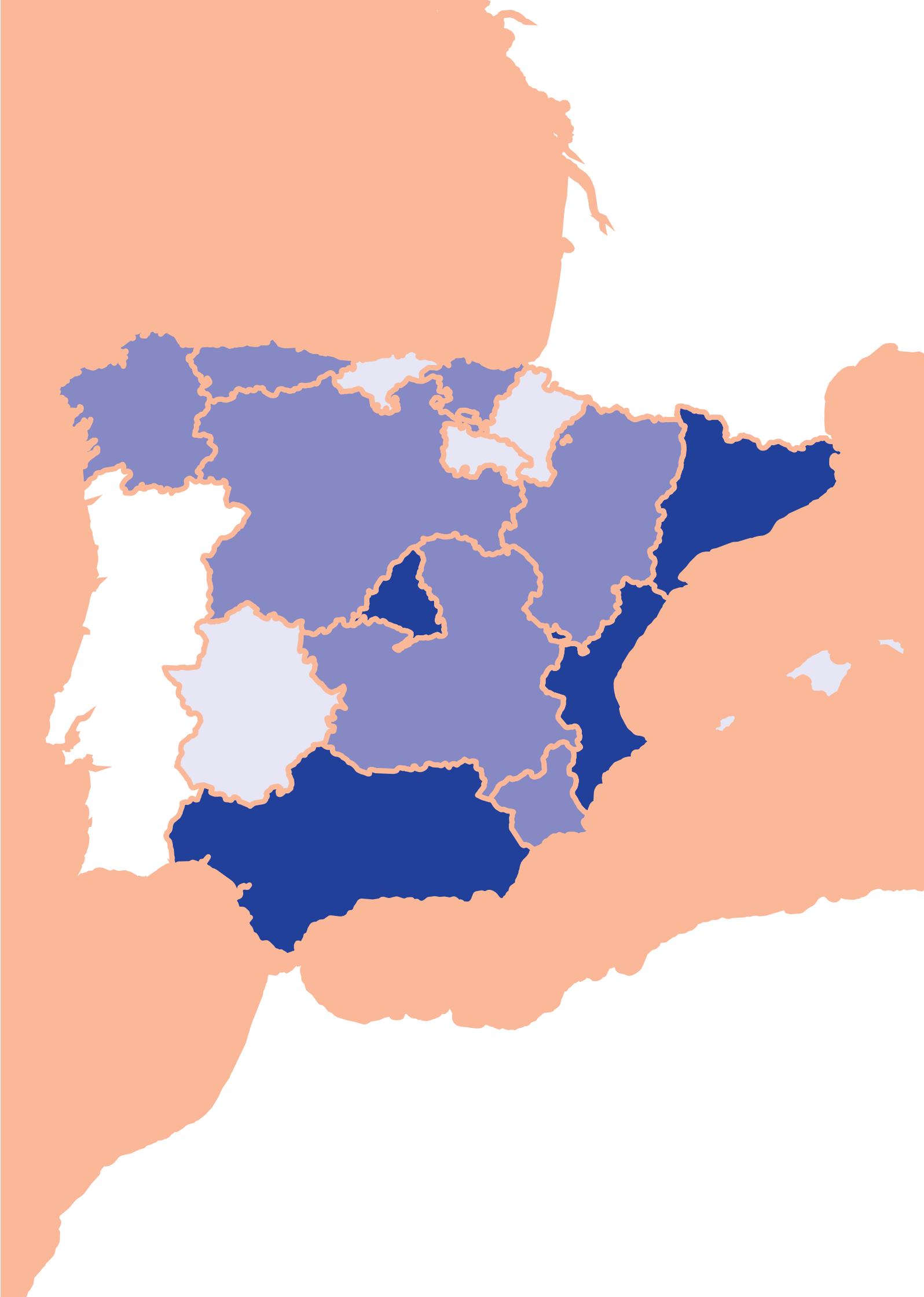
Es la cuota de ventas de moda de las tres autonomías más pobladas, Madrid, Cataluña y Andalucía, dos décimas más que en el año anterior.

FACTURACIÓN POR COMUNIDAD AUTÓNOMA EN 2023. COMERCIO TEXTIL

En porcentaje sobre el total

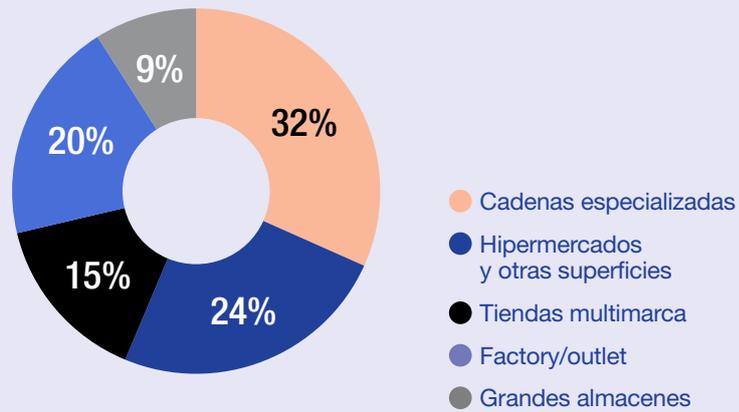


Fuente: INE



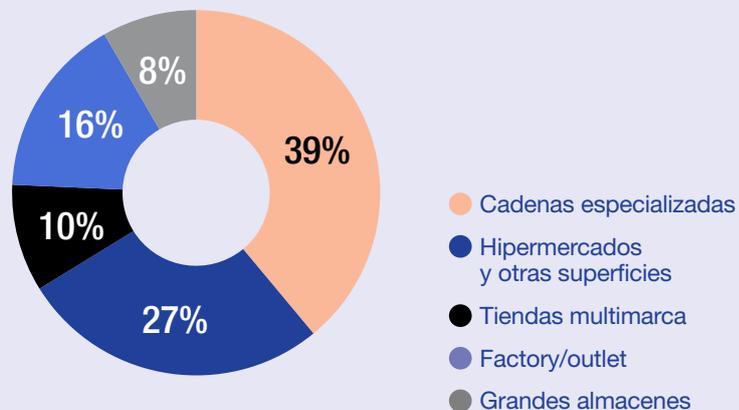
Formatos comerciales

CUOTA DE MERCADO POR FORMATOS COMERCIALES 2014



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO POR FORMATOS COMERCIALES 2023



Fuente: Acotex

Las cadenas especializadas ganaron en 2023 una décima más de cuota de mercado, tras la fuerte subida del ejercicio anterior, y copan ya el 39% de las ventas del comercio de moda en España.

CUOTA DE MERCADO 2014-2023. CADENAS ESPECIALIZADAS

En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2014-2023. HIPERMERCADO Y OTRAS SUPERFÍCIES

En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2014-2023. FACTORY/OUTLETS

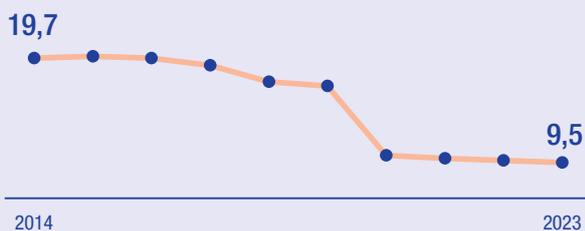
En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2014-2023. TIENDAS MULTIMARCA

En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2014-2023. GRANDES ALMACENES

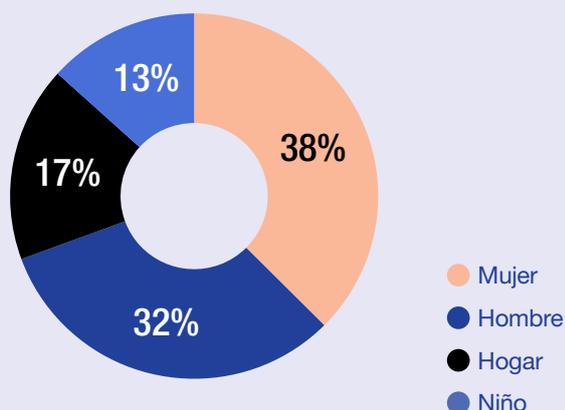
En porcentaje



Fuente: Acotex

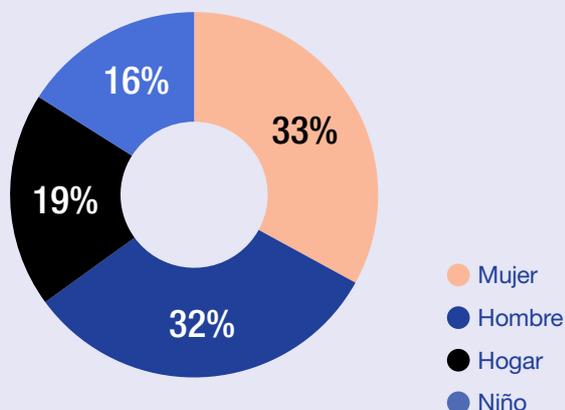
Segmentos

FACTURACIÓN POR SEGMENTOS 2014



Fuente: Acotex

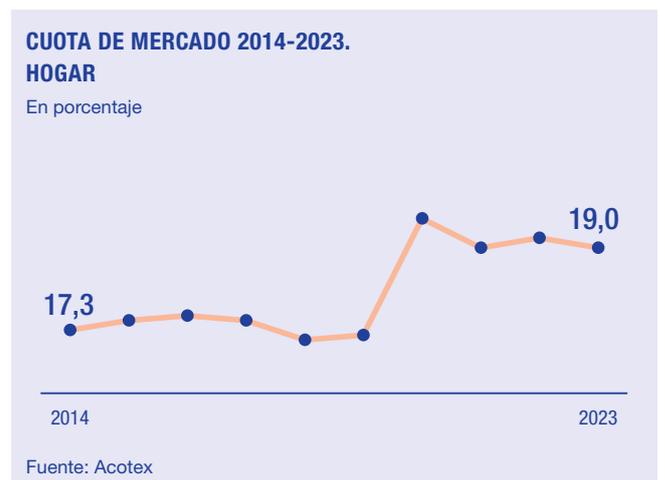
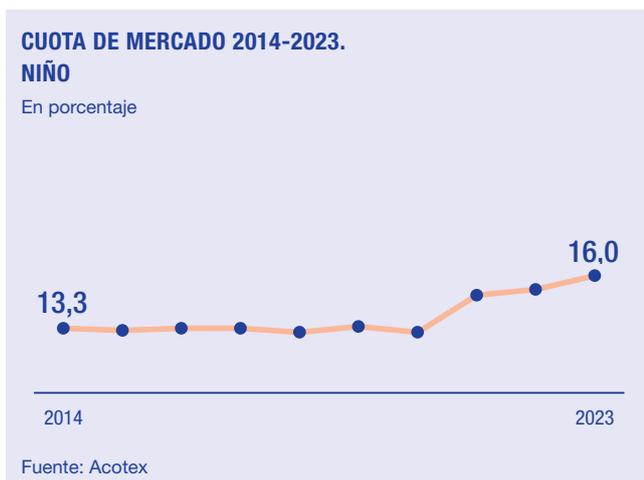
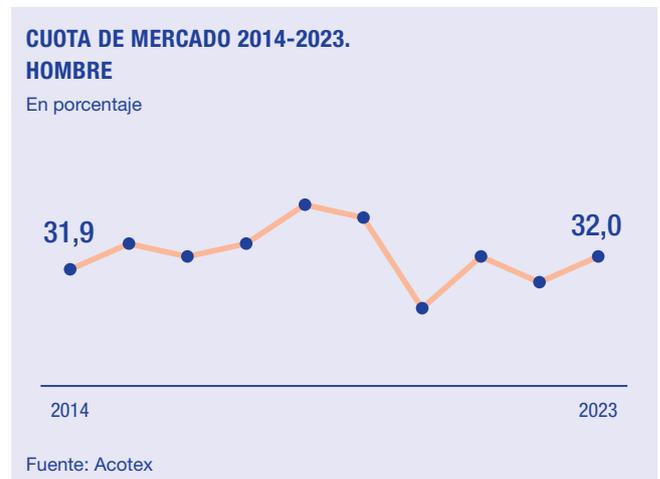
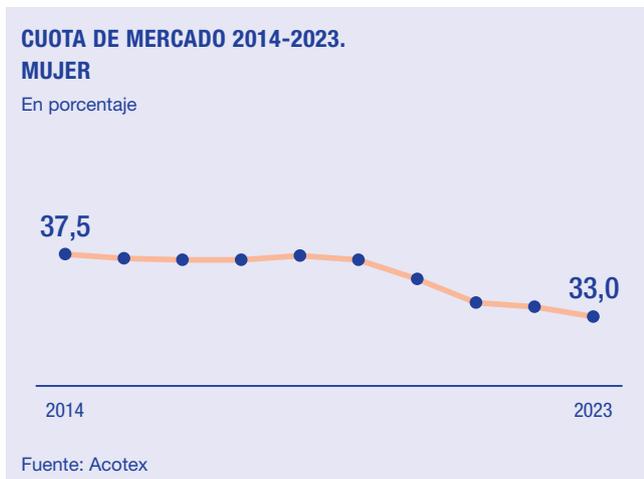
FACTURACIÓN POR SEGMENTOS 2023



Fuente: Acotex

El segmento de mujer, referente en la moda, ha perdido progresivamente peso en las ventas del sector en España en los últimos años, hasta situarse en el 33% en 2023, siete décimas menos que en 2022.

La moda infantil ha ganado 2,6 puntos de cuota de mercado en las ventas de moda en España desde 2019, antes del estallido de la pandemia, y alcanza ya el 16% del total.



Recommerce: un enfoque innovador para prolongar la vida útil de los productos



ARANCHA PÉREZ-NAVARRO

Directora de retail, consumo y farma
Minsait (Indra Group)

La tecnología ha de ocupar un lugar clave en la transformación sostenible de la moda. A través del impulso de la reparación o la segunda mano, puede ayudar a alargar la vida útil de las prendas, un factor imprescindible para que este negocio cree y ponga en el mercado menos productos y, sobre todo, sólo aquellos que se demandan.

Las compañías están trabajando en un mayor compromiso con la sostenibilidad y con el impacto que generan en la sociedad y en el medioambiente, prioridad estratégica de cualquier ámbito de actividad económica. El recommerce se incorpora a la ruta estratégica de las compañías, permitiendo extender la vida útil de los artículos y darles una nueva vida, ofreciendo a los consumidores la reparación o reventa de sus productos usados, avanzando hacia un modelo más circular y ayudando a las empresas productoras un nuevo modelo de negocio, todo ello objetivo buscado también por la Unión Europea con la reforma de las normas de protección del consumidor que establecen su derecho a reparar.

Este modelo se ha vuelto particularmente relevante en la industria de la moda, donde la producción rápida y el consumo desechable han generado preocupaciones ambientales significativas. Sin embargo, el recommerce no sólo se limita a la moda. Se aplica también a sectores como la tecnología, los electrodomésticos y los productos electrónicos,

donde los consumidores pueden vender sus dispositivos usados o repararlos para seguir utilizándolos.

Uno de los elementos clave del recommerce es el conocido como derecho a la reparación, un concepto que empodera a los consumidores al permitirles reparar sus productos en lugar de desecharlos. La nueva normativa europea ha fortalecido este derecho, al obligar a los fabricantes y retailers a ofrecer opciones de reparación accesibles y asequibles. Este marco legal promueve la economía circular al extender la vida útil de los productos, reducir los residuos industriales y fomentar una mayor sostenibilidad ambiental.

Empresas de diversos sectores ya están adoptando el recommerce como parte de su modelo de negocio. Desde marcas de moda que venden productos de segunda mano hasta empresas tecnológicas que reacondicionan dispositivos electrónicos, el recommerce está impulsando una nueva era de sostenibilidad y eficiencia.

Este enfoque resulta clave para las empresas que se responsabilizan de su impacto ambien-

tal y avanzan hacia un modelo de economía circular. Estas empresas no sólo cumplirán con la normativa europea, sino que serán más atractivas para unos consumidores cada vez más conscientes y comprometidos con la sostenibilidad.

Además, las empresas que son capaces de adaptarse a estas nuevas normativas encuentran nuevos modelos de negocio, accediendo a consumidores cada vez más comprometidos.

La tecnología es fundamental para asegurar estos objetivos. El recommerce está presente en toda la cadena de valor de las empresas productoras, desde el diseño hasta la elección y trazabilidad de los materiales, pasando por la fabricación, la cadena de suministro (directa e inversa) o los sistemas de gestión. Por ello, una transformación digital capaz de mejorar la eficiencia, la trazabilidad, el reporte, el control y la gestión es imprescindible para implementar con éxito un nuevo modelo que promueve el marco normativo, que demandan los consumidores y que interesa a las empresas.

6 Comercio electrónico

El comercio electrónico de moda en España retoma su crecimiento en 2023 después de la desaceleración del ejercicio anterior.

Los datos de comercio electrónico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc) apuntan a un nuevo salto del volumen de negocio de las prendas de vestir mediante el canal digital, situándolo en 5.148 millones de euros en 2023, lo que representa un alza de cerca del 10%. Sin embargo, tras la completa recuperación del turismo y los viajes (sectores muy relevantes en el ecommerce), las prendas de vestir pierden importancia en el conjunto de las ventas online en el país.

Según datos de Kantar recogidos en el *Informe de la moda online en España 2024*, la cuota de mercado de las ventas online en España en productos de moda se situó en el 22,8% en el último ejercicio, incrementándose 1,7 puntos respecto a 2022. En volumen, el ecommerce copó el 19,2% de las ventas del sector entre los residentes en el país, 2,3 puntos más que en 2022.

La progresión de los últimos años ha permitido que la cuota de ventas online en España supere los registros de países como Italia o Francia, donde el comercio electrónico en moda tenía más importancia.

El número de compradores también continuó creciendo en 2023 y la penetración del ecommerce subió dos puntos hasta alcanzar el 48,7%: casi uno de cada dos compradores de moda en España hizo en 2023 al menos una compra online.



**CIFRAS
RELEVANTES**

Del volumen de negocio total del ecommerce de moda al peso relativo del online en las ventas del sector.

**VOLUMEN DE
NEGOCIO**

5.148

Fueron las ventas de prendas de vestir en millones de euros registradas online en España en 2023.

**PESO SOBRE
EL TOTAL**

6,2%

Peso de las prendas en el volumen de negocio conjunto del ecommerce en España en 2023.

**CUOTA DE
MERCADO**

22,8%

Es la cuota de mercado del canal online en las ventas de moda en España en 2023.

CALZADO

29,2%

Es la cuota de mercado de las ventas online de calzado de los residentes en España en 2023.

ACCESORIOS

23,8%

Es la cuota de mercado de las ventas online de accesorios de los residentes en España en 2023.

**TEXTIL
HOGAR**

17,1%

Es la cuota de mercado de las ventas online de textil hogar de los residentes en España en 2023.

Evolución de las ventas de moda

6,2% ↓

Ante la recuperación del turismo, las prendas de vestir pierden peso por segundo año consecutivo en la facturación total del ecommerce en 2023.

VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET 2023

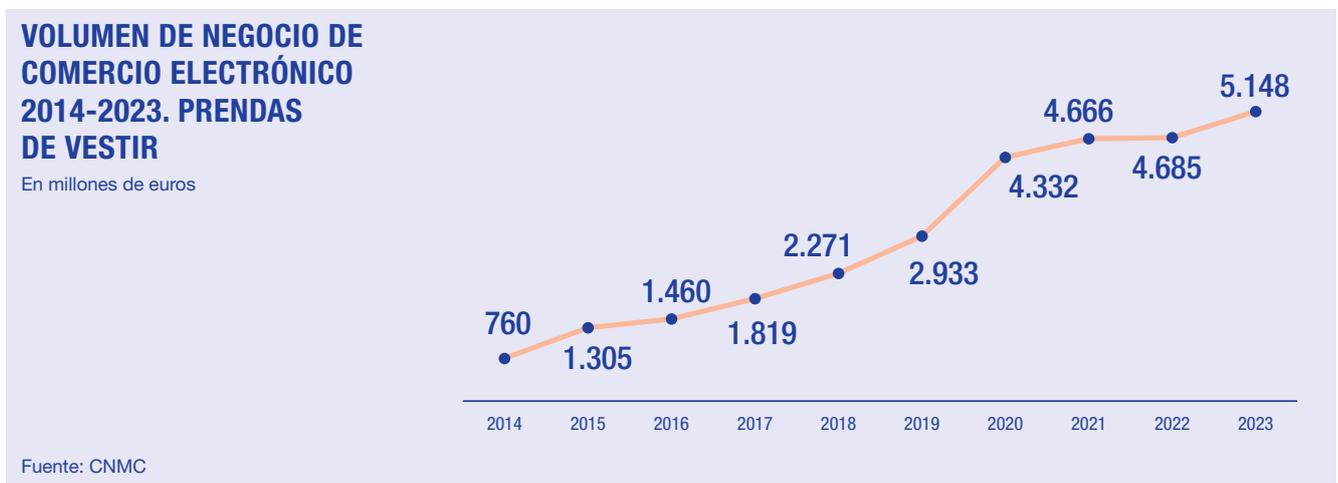
En porcentaje sobre la facturación total del ecommerce.



Fuente: CNMC

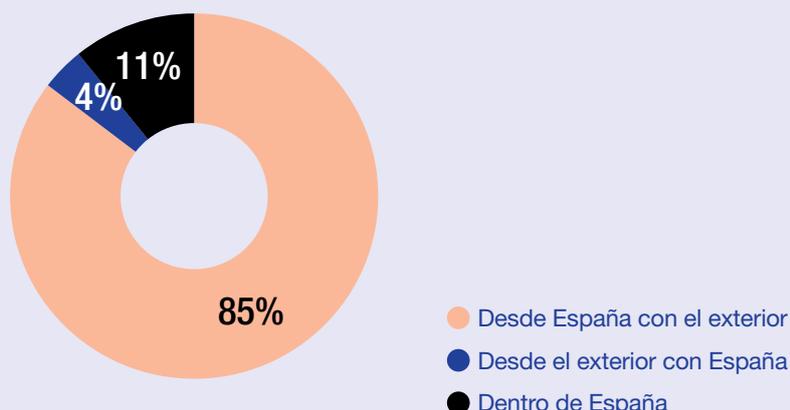


El volumen de negocio registrado en torno al ecommerce de moda volvió a experimentar un gran salto en 2023, con un crecimiento de casi el 10% y superando por primera vez la barrera de los 5.000 millones de euros.



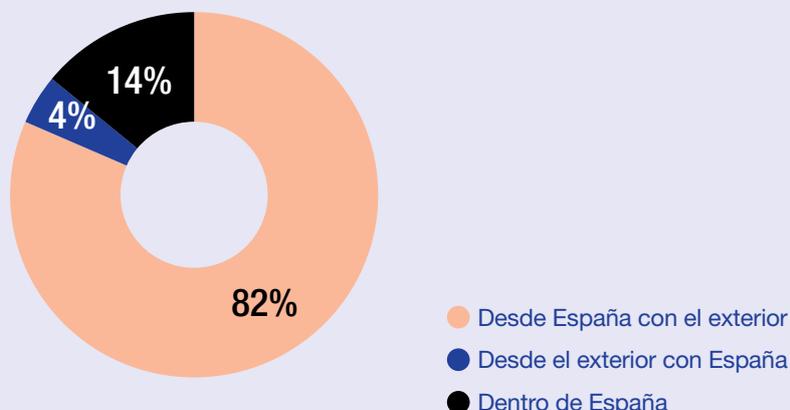
Origen y destino

FACTURACIÓN POR ORIGEN Y DESTINO 2023. PRENDAS DE VESTIR



Fuente: CNMC

FACTURACIÓN POR ORIGEN Y DESTINO 2023. CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO



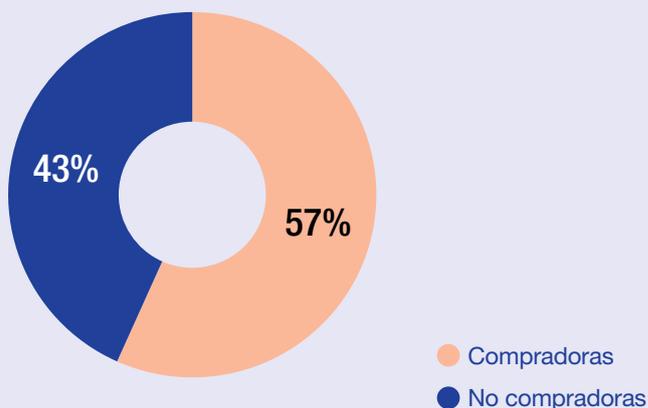
Fuente: CNMC

Las ventas de sitios web situados en España al exterior copan gran parte de la cifra de negocio del ecommerce de prendas de vestir: su peso ha escalado hasta el 85,4% del total.

Perfil del consumidor online

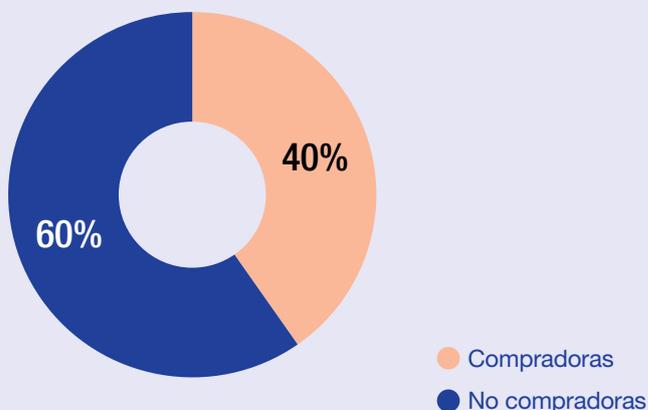


MUJERES COMPRADORAS SOBRE EL TOTAL DE POBLACIÓN TOTAL 2023. MODA ONLINE



Fuente: Kantar

HOMBRES COMPRADORES SOBRE EL TOTAL DE POBLACIÓN TOTAL 2023. MODA ONLINE



Fuente: Kantar

GASTO MEDIO ANUAL EN MODA ONLINE 2014-2023.

En euros por persona compradora de moda

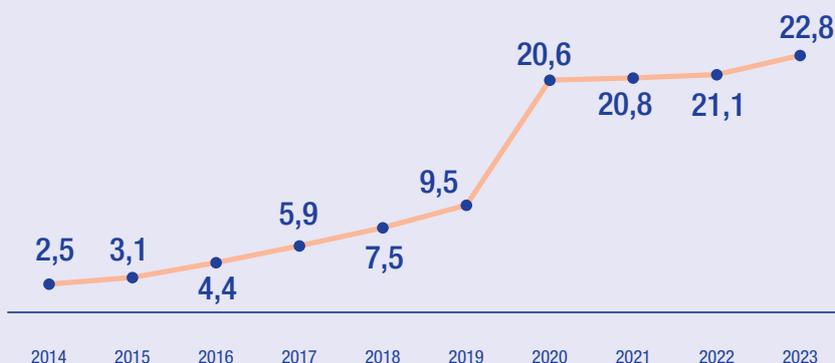


Fuente: Kantar

Valor y volumen

PESO DEL ECOMMERCE SOBRE EL VALOR DE LAS VENTAS DE MODA EN ESPAÑA 2014-2023.

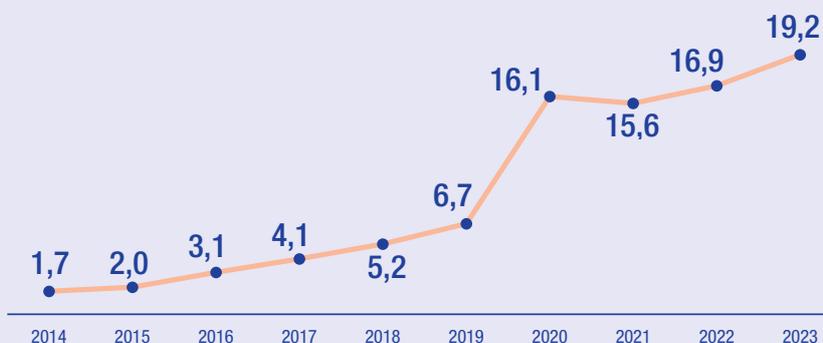
Porcentaje sobre el volumen total



Fuente: Kantar

PESO DEL ECOMMERCE SOBRE LAS VENTAS DE MODA EN VOLUMEN EN ESPAÑA 2014-2023.

Porcentaje sobre el valor total

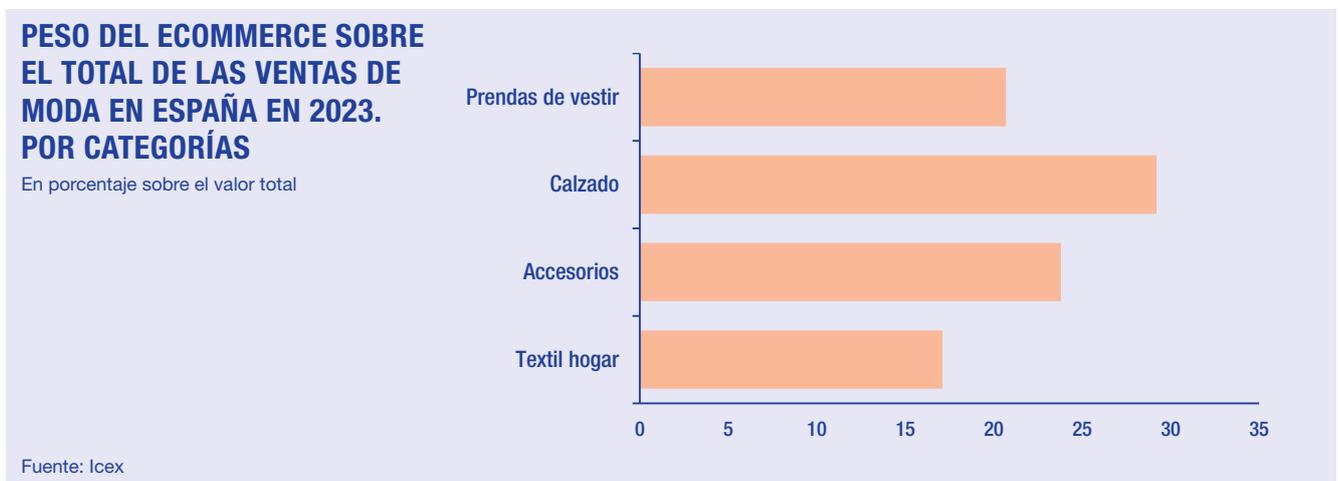


Fuente: Kantar

El canal online experimenta un nuevo salto en 2023 y abandona el estancamiento de los años posteriores a la pandemia: el ecommerce ya copa el 22,8% de las ventas de moda en España.

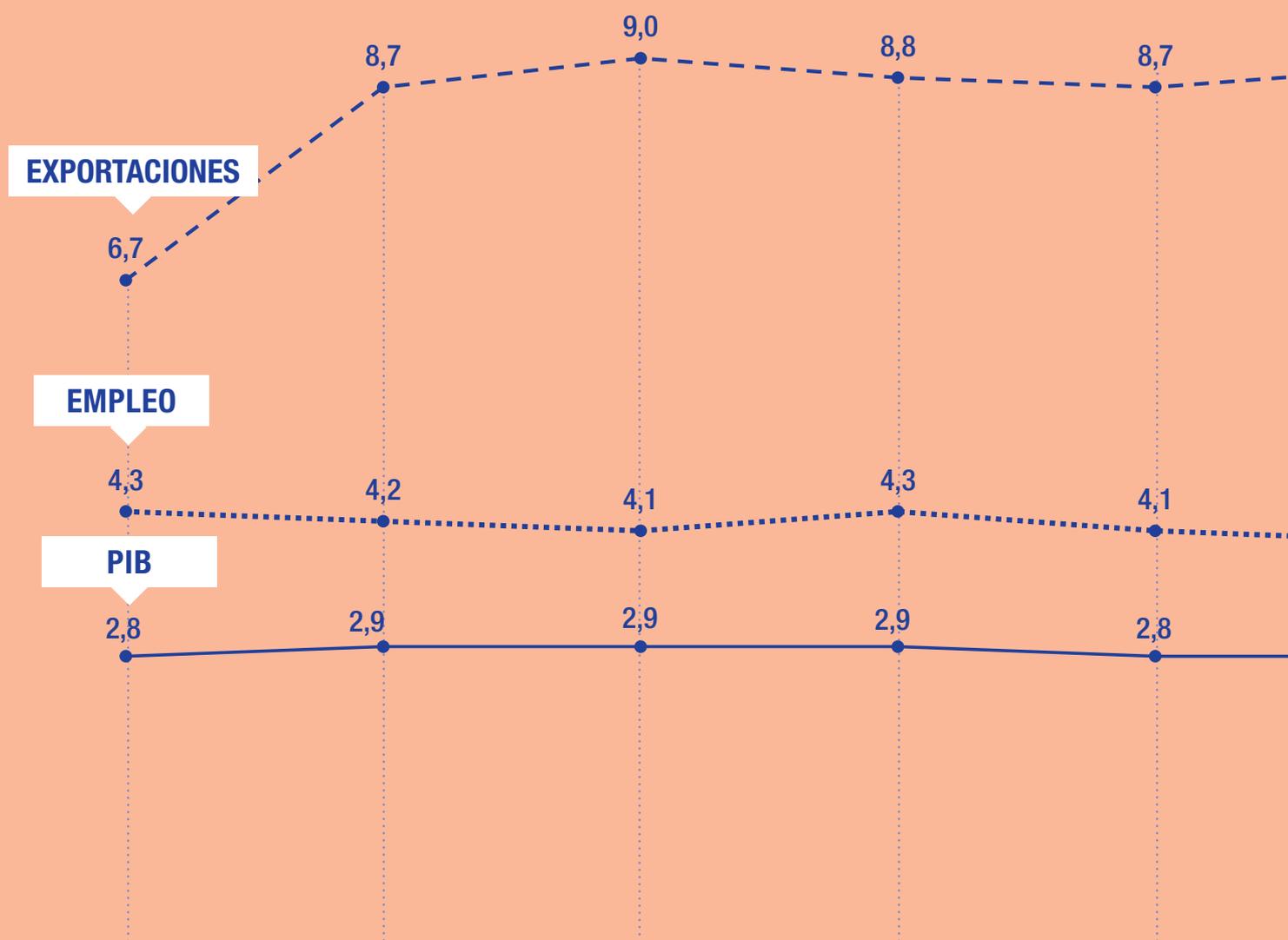


El calzado mantiene su posición de liderazgo en el ecommerce de moda en España. El online alcanzó en 2023 el 29,2% de la cuota de mercado en el segmento entre los residentes en el país.



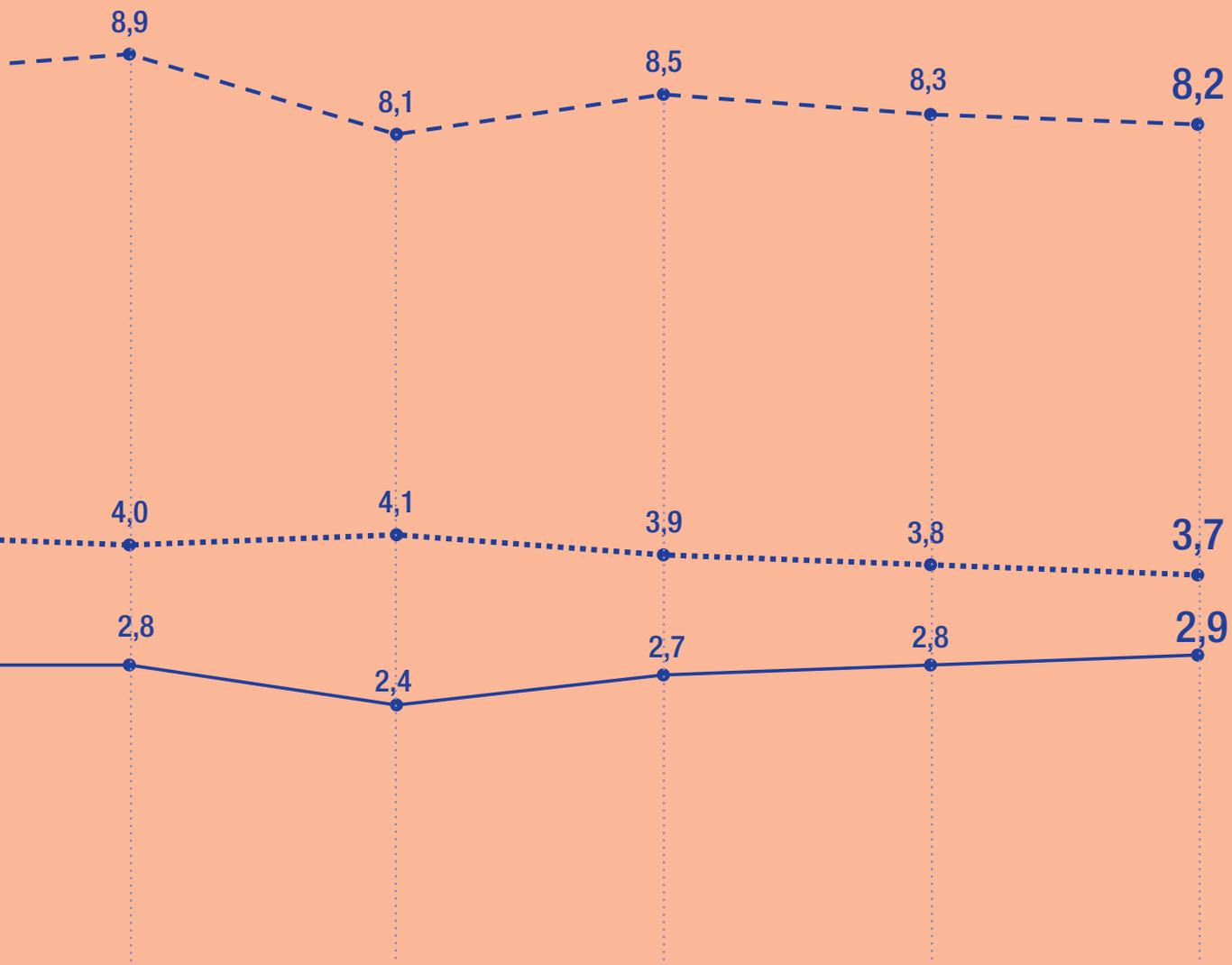
La moda en el conjunto de la economía en porcentaje en tres aspectos: peso en el PIB, el empleo y las exportaciones.

7 La moda en el PIB



2014	2015	2016	2017	2018
FIN DE LA CRISIS El presidente del Gobierno proclama el fin de la crisis económica.	RECUPERACIÓN Ejercicio de cambio de ciclo en la economía española.	CONSUMO Año de tropiezo en el consumo en el mercado español.	GIRO Las ventas caen de forma constante en la moda.	ENFRIAMIENTO FMI y Oede rebajan las previsiones para España.

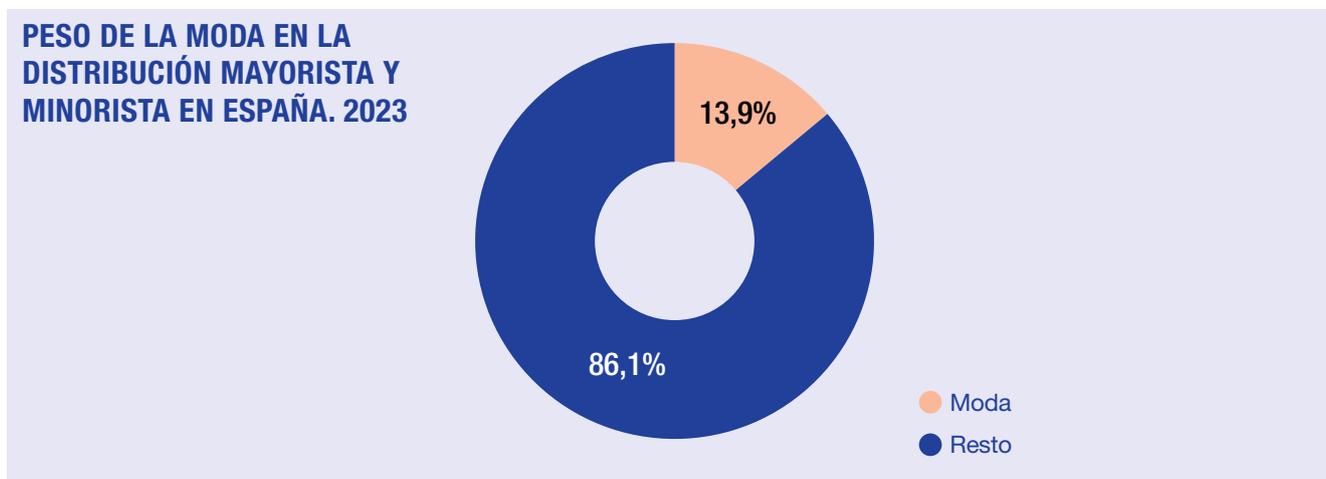
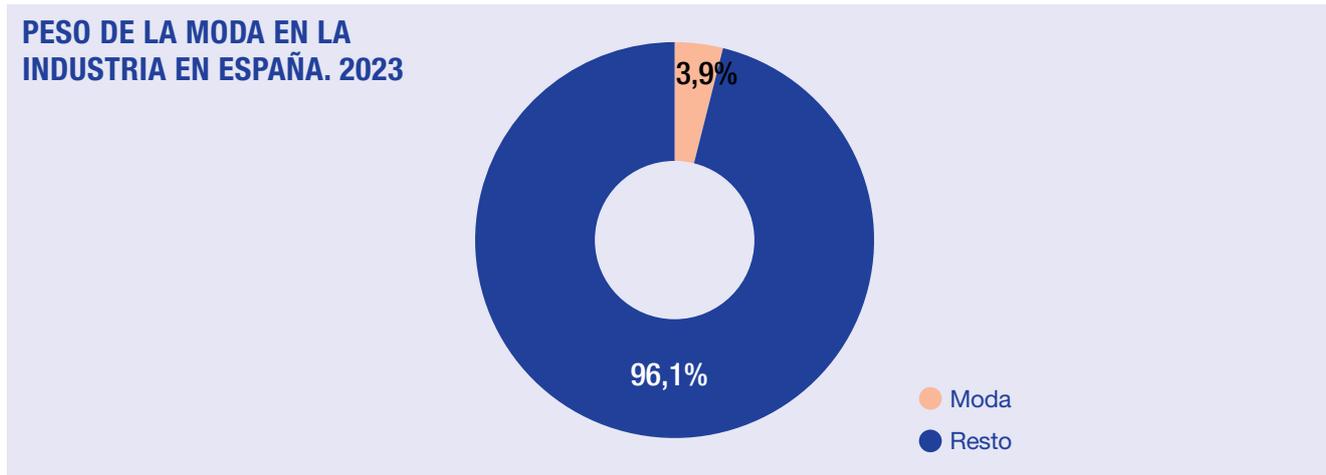
El sector de la moda en España eleva su importancia para la economía española en un contexto económico favorable para el país. En el último año, la aportación de este negocio al conjunto del Producto Interior Bruto (PIB) español en términos de valor añadido bruto se situó en el 2,9%, registrando un crecimiento de una décima respecto a 2022, y medio punto en relación a 2020, cuando la pandemia socavó este cociente. Por tercer año consecutivo, la moda eleva su peso relativo en la economía española. La subida se produce, además, a pesar del fuerte crecimiento de la renta nacional del país en 2023. Aunque el incremento del PIB español se estabilizó en el último año (pasó del 5,8% en 2022 al 2,5% en 2023), España presenta uno de los mejores desempeños de los países avanzados. El país es hoy la decimoquinta economía mundial, con la moda como uno de sus claros propulsores.



2019	2020	2021	2022	2023
A LA ESPERA La recuperación pasa de largo en la moda española.	COVID La pandemia del Covid-19 asola la economía internacional.	RESURGIMIENTO La moda recupera parte de lo perdido durante el Covid-19.	SALTO ADELANTE La moda sube otro escalón y recupera el 2,8% del PIB.	DE RÉCORD La moda crece de nuevo e iguala sus mejores registros.

2,9%

La moda continúa ganando relevancia en el conjunto de la economía española. Después de la caída de 2020, en que su peso en el Producto Interior Bruto (PIB) en términos de valor añadido bruto se redujo hasta el 2,4%, ha ido recuperando el terreno perdido año a año. En 2023, el sector alcanza de nuevo el máximo histórico de la serie estadística situándose en el 2,9%.



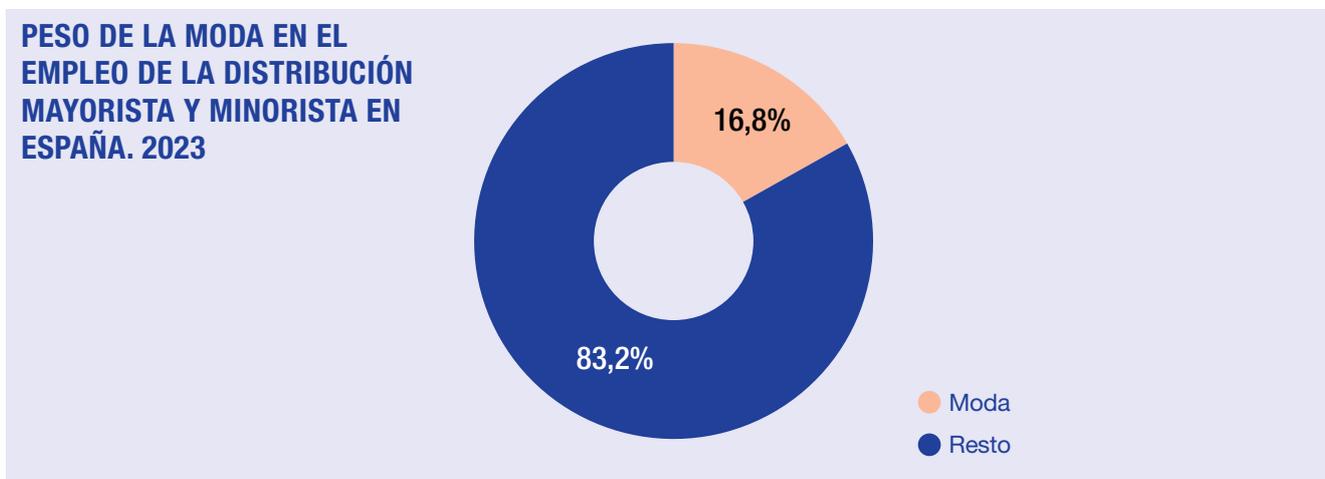
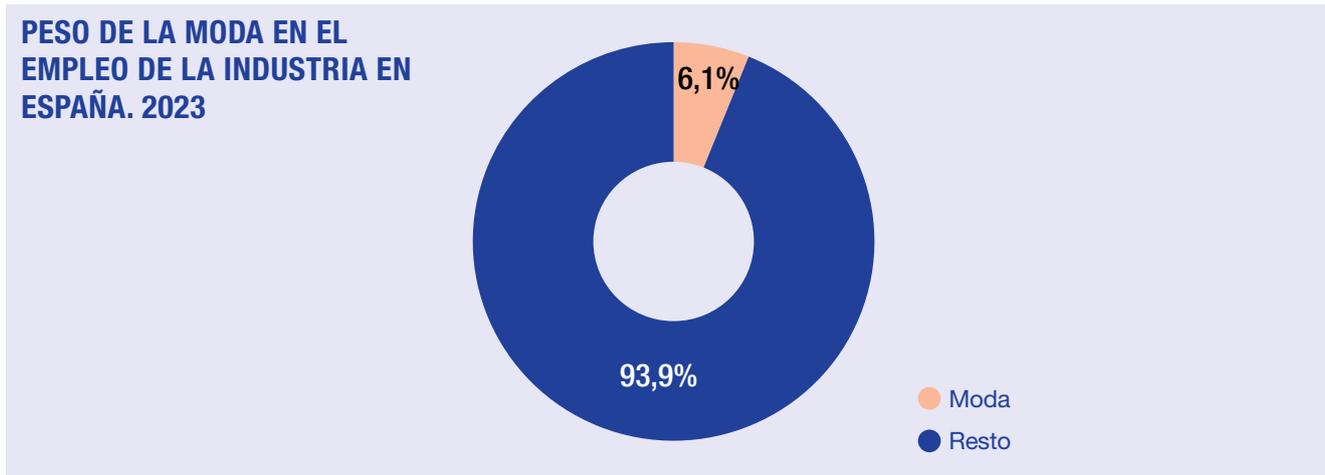
En la distribución, la moda alcanzó en 2023 el 13,9% del valor añadido bruto total, creciendo 2,7 puntos respecto al año anterior, mientras que en la industria este peso relativo descendió del 4,0% en 2022 al 3,9% en 2023.

Empleo

7. La moda en el PIB

3,7%

Pese a la positiva tendencia del empleo de la moda en España, el sector pierde peso en el mercado laboral del país en un 2023 récord en nuevos ocupados. La importancia relativa de la moda como creador de empleo continúa siendo más alta que la que tiene el sector en el conjunto del PIB: llegó al 3,7% de los puestos de trabajo del país.

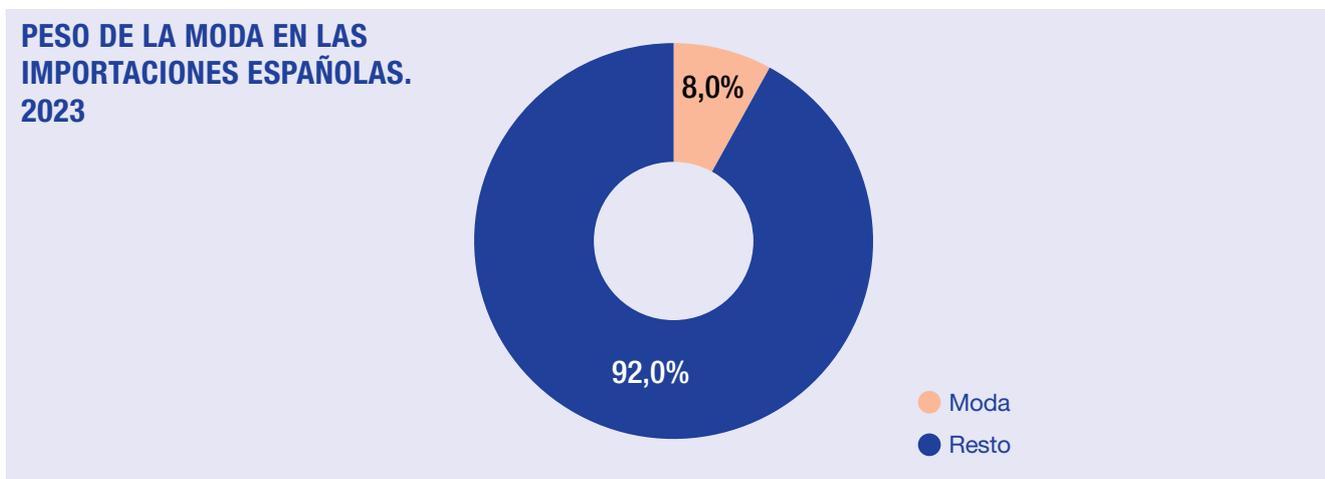
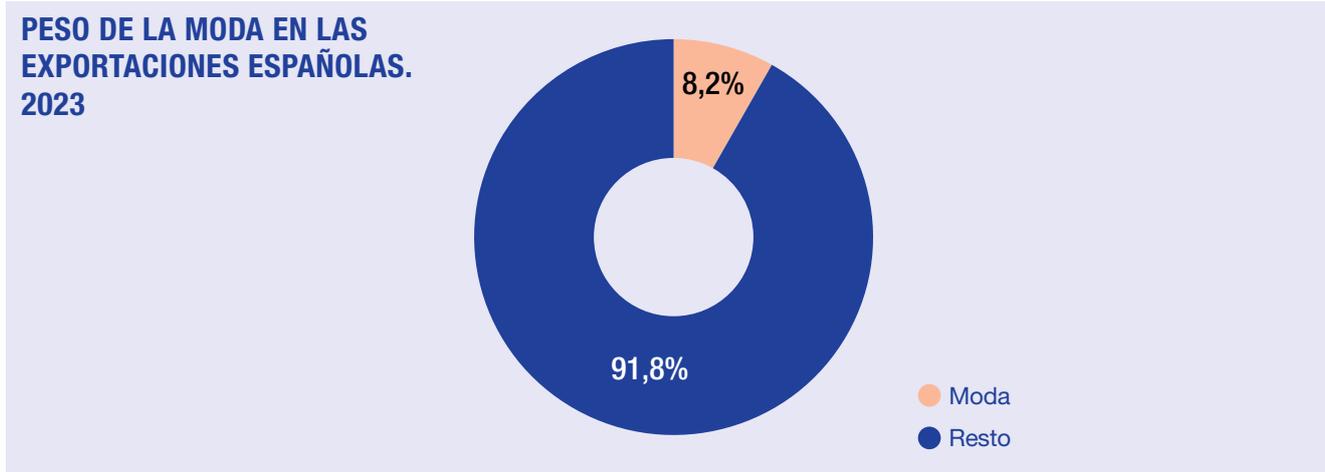


La moda ajustó en dos décimas su peso relativo en el empleo del sector secundario español, copando un 6,1% de la cuota. En el comercio, la contracción fue de tres décimas, hasta el 16,8% del total de puestos de trabajo en el sector.

Exportación / Importación

8,2%

La moda en su conjunto, incluyendo prendas de vestir, calzado, complementos, cosmética, perfumería, relojería y joyería, entre otros, sumó exportaciones por valor de 31.535 millones de euros en 2023, tras experimentar un ajuste del 2,8%. Esta cifra equivale al 8,2% del conjunto de las ventas de bienes de España al exterior en 2023, una décima menos que en el año anterior.



Pese al ligero descenso del valor de las importaciones españolas de moda en 2023, su peso en el conjunto de las compras de bienes al exterior experimentó un aumento de una décima, alcanzando el 8%.

Metodología

Igual que en sus anteriores ediciones, el presente informe ha tomado como punto de partida un completo modelo econométrico y una amplia lista de fuentes estadísticas a fin de determinar con solvencia metodológica el peso de la moda en el conjunto de la economía española.

El sistema creado a tal fin, y utilizado por undécima vez en la edición de 2024 del *Informe económico de la moda en España*, permite no sólo obtener una estimación fidedigna, realizada a partir de fuentes de información oficiales, del peso de la moda en el Producto Interior Bruto (PIB) español en un momento determinado (el ejercicio 2023), sino también obtener un mecanismo con el que seguir, un ejercicio tras otro, el progreso de esta y otras variables de análisis.

El primer paso para la creación de este modelo es el establecimiento del perímetro que abarca las actividades económicas que deben incluirse bajo la denominación de negocio de la moda y, para ello, se toma como referencia los productos que se elaboran, transforman o distribuyen en las diferentes facetas de la actividad económica y que llegan al consumidor final como productos de moda.

Se entiende, en este sentido, como productos de moda todos los artículos de uso

personal que llegan a los consumidores bajo la etiqueta de una marca de moda. Esto es, prendas de vestir, calzado, complementos, joyas, productos de bisutería, relojes, gafas, perfumes y cosméticos.

La metodología también tiene en cuenta todos los procesos que se realizan en las diferentes fases de la cadena de valor de estos productos, desde su conceptualización inicial hasta el proceso de comercialización. Así, se considera negocio de la moda el diseño de productos de moda, la fabricación de tejidos, pieles o fornituras, la confección de prendas, la fabricación de zapatos y complementos, la producción de joyas, perfumes o artículos de bisutería, la comercialización mayorista de todos estos productos (acabados o no) y la comercialización por todos los canales, desde tiendas hasta mercadillos o el canal online.

La obtención de todos estos datos se realiza de forma individual en cada punto, teniendo como fuentes estadísticas varios recursos del Instituto Nacional de Estadística (INE), Eurostat (oficina estadística de la Unión Europea), la Dirección General de Aduanas a través del servicio Estacom de Ices España Exportación e Inversiones, los boletines estadísticos del Ministerio de Industria, y Turismo, las estadísticas de afiliación del Ministerio de

Inclusión, Seguridad Social y Migraciones, y los informes de comercio electrónico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc). Algunos de los recursos del INE utilizados son la Estadística Estructural de Empresas del sector industrial, la Encuesta Industrial de Productos y la Estadística Estructural de Empresas del sector servicios.

En algunos casos, las magnitudes económicas de las actividades analizadas se incluyen en partidas de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (Cnae) en las que no existe el nivel de detalle suficiente para desagregar las actividades vinculadas al negocio de la moda de las que no lo son. En algunos casos, se trata de actividades consideradas Contribution to European Totals Only (Ceto), sin información disponible en el ámbito geográfico España, o bien no existe, específicamente, una desagregación suficiente en el Cnae a cuatro dígitos.

En estos casos, la metodología utiliza diferentes referencias para estimar las magnitudes de las actividades de moda dentro de los valores Cnae disponibles. Por ejemplo, para desagregar el peso de una actividad minorista de moda de la distribución de artículos que no son moda pero que están agrupados

bajo el mismo epígrafe, se toma en algunos casos como referencia el peso de las actividades mayoristas de estos productos de moda sobre la suma de las mismas y las actividades mayoristas que se quieren excluir en el ámbito minorista.

En otros casos, se estiman los valores correspondientes a España a partir de datos de la actividad en cuestión del conjunto de la Unión Europea y la participación de España en el total comunitario en cada magnitud. Por ejemplo, si no se dispone de la cifra de negocio de una actividad de distribución de moda en España, pero sí en la Unión Europea, se toman los datos de facturación global de la distribución en el conjunto de la Unión y se obtiene la proporción que representa España sobre esta magnitud. Esta proporción se aplica en la facturación del sector analizado para estimar la cantidad absoluta del mismo en España.

En actividades como el comercio al por menor por correspondencia o Internet, en las que las estadísticas no especifican el peso de cada producto o servicio, se han utilizado otras fuentes estadísticas para extrapolar el peso de la moda sobre sus magnitudes. En este caso, por ejemplo, se han tomado como referencia las ventas de productos de moda sobre el total en las estadísticas recogidas en

los cuatro informes trimestrales de comercio electrónico de la Cnmc.

Otro aspecto destacable de la metodología es la transposición de los datos de ejercicios anteriores (2022 en la mayoría de los casos) al año 2023. Para ello se han utilizado en todos los casos los índices del INE, como el Índice de Producción Industrial (IPI), el Índice de Precios Industriales (Ipri), el Índice de Cifra de Negocios (ICN) de la industria o el Índice de Comercio al por Menor (ICM).

EFECTO MULTIPLICADOR DEL SECTOR

La creación y la distribución de productos de moda tienen un importante efecto en términos de actividad sobre otros ámbitos económicos. Parte del negocio de empresas de logística, fabricantes de mobiliario, constructoras y agencias inmobiliarias, bufetes de abogados, empresas tecnológicas, compañías de comunicación, firmas de servicios empresariales diversos, grupos energéticos y compañías de muchos otros perfiles están influidos por la demanda de las empresas de moda. La transición del sector hacia la sostenibilidad y la progresiva adopción de modelos circulares extiende esta red de actores externos vinculados con el textil, el calzado y la confección, implicando además de a los fabricantes de

fibras (tanto naturales como sintéticas) también, por ejemplo, a recogedores, clasificadores y procesadores de productos tras el fin de su vida útil, así como otros valorizadores procedentes de otras industrias ajenos al concepto tradicional del sector.

Para estimar el montante concreto de este negocio indirecto se utiliza el instrumento de las tablas input-output, que proporcionan información sobre las interrelaciones sectoriales que se producen en la economía. A partir de la estimación del efecto multiplicador de las actividades *core* del negocio de la moda (textil, confección, calzado y peletería) en el conjunto de la economía se incluyen los efectos inducidos en otros sectores en las magnitudes de valor añadido bruto y empleo.

En conclusión, la metodología empleada abarca todas las actividades económicas que permiten que los productos de moda lleguen al público final, tanto aquellas realizadas por las empresas especializadas en el producto moda como las de compañías que, aun trabajando también para otros sectores, realizan actividades que se inscriben en la cadena de valor de la moda. Los valores obtenidos se ponen en relación con los datos generales de la economía española (PIB total, empleo total, etc.), permitiendo extraer el peso de la parte sobre el total.

Informe Económico de la Moda en España