Informe Económico de la Moda en España

2025

Impulsa

OBSERVATORIO TEXTIL Y MODA

Modaes

Patrocinan

ICEX

pressto Tintorerías y Lavanderías de Calidad

SGS

Informe Económico de la Moda en España 2025

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.observatoriotextilymoda.es

MODAES
www.modaes.com

Patrocinan

IGEX
www.igex.es

PRESSTO
www.pressto.es

SGS
www.sgs.com/es-es

Sumario

Tribunas

06 "Una industria en plena transformación o ¿hacia dónde vas Europa?"
JUAN PARÉS BOJ
Observatorio del Textil y la Moda

10 "Un sector sin focos y sin medallas"
PILAR RIAÑO
Modaes

1 La industria en cifras

14 Empresas, empleo y negocio
20 Industria textil
24 Confección
28 Cuero y calzado

32 Actividad
32 Producción industrial
38 Cifra de negocios

42 Inversión

Tribuna

44 "Pasaporte digital y circularidad: la oportunidad de rediseñar la industria textil a golpe de mejora continua"
JAVIER SESTELO JIMÉNEZ
SGS Productivity

2 Mercado exterior

48 Balanza comercial
50 Industria textil
54 Confección
58 Cuero y calzado

3 Precios

64 Precios al consumo (IPC)
66 Ropa de hombre y mujer
67 Ropa de niño y complementos
68 Calzado de hombre y mujer
69 Calzado de niño y textiles y accesorios para el hogar

70 Precios industriales (Ipri)
70 Industria textil
72 Confección
74 Cuero y calzado

76 Precios a la exportación y a la importación (Iprix/Iprim)
76 Industria textil
77 Confección
78 Cuero y calzado

4
Comunidades autónomas

84 Comunidad Valenciana
86 Cataluña
88 Andalucía
90 Galicia
92 Castilla-La Mancha
94 Comunidad de Madrid

Tribuna

96 "Tintorería y sostenibilidad: un compromiso esencial con el sector textil"

SILVIA DÍAZ
Pressto

5
Comercio textil

100 Distribución mayorista y minorista
102 Facturación, empleo y puntos de venta
104 Comunidades autónomas
106 Formatos comerciales
108 Segmentos

Tribuna

110 "CAEs: una oportunidad estratégica para las empresas en el nuevo modelo energético europeo"

CARLES JOVANI
Igex

6
Ecommerce

114 Evolución de las ventas de moda
116 Origen y destino
117 Perfil del consumidor online
118 Valor y volumen

7
El negocio de la moda en la economía española

122 PIB
124 Empleo
126 Exportación/Importación
128 Metodología

Presentación

Como uno de los sectores más globalizados de la economía, el negocio de la moda está fuertemente impactado por factores como la evolución macroeconómica, la confianza del consumidor o la geopolítica. El *Informe Económico de la Moda en España* aporta, año a año, toda la información estadística actualizada sobre la realidad de este negocio en España para conocer su estado de salud.

Existen pocos sectores económicos con el dinamismo y la complejidad de la industria de la moda. El producto del sector es un reflejo de la sociedad y la cultura en un momento histórico determinado y, a la vez, el proceso para conceptualizarlo, producirlo y distribuirlo está fuertemente impactado por una amplísima diversidad de factores, que van desde el clima a la legislación, la situación geopolítica o la evolución de la economía y el consumo. El resultado de este sofisticado cóctel de elementos es un negocio difícil, atractivo y apasionante al mismo tiempo y en el que España tiene una posición muy destacada en el entorno internacional.

El *Informe Económico de la Moda en España* es un proyecto que busca describir, año a año, la realidad de este sector a través de toda la información estadística de utilidad para los agentes implicados en este negocio. El estudio está impulsado por segundo año consecutivo por el 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, diario de información económica especializado en el sector de la moda. El informe también cuenta con el patrocinio de Igex, Pressto y SGS, tres empresas de referencia en los servicios a esta industria.

En la edición de 2025, el informe realiza por duodécimo año consecutivo una estimación del peso de la moda en el Producto Interior Bruto (PIB) español, así como del mercado laboral y el sector exterior, además de recoger amplia información clave sobre la marcha del sector en las diferentes etapas de su cadena de valor y aspectos clave de este negocio: desde la industria a la distribución, el comercio electrónico o los precios. También realiza un *zoom* en las cinco comunidades autónomas más importantes para la industria de la moda en España en términos de facturación empresarial, número de empresas y de trabajadores y exportaciones.

La misión es, un año más, ser una herramienta para facilitar la toma de decisiones por parte de las empresas y sus líderes gracias al conocimiento más amplio posible sobre el contexto en el que se mueve el sector. También busca reivindicar la importancia de una industria que mantiene un peso relativo muy destacado en la economía española, al generar el 2,9% del valor añadido bruto y tener una representatividad aún mayor en términos de empleo y exportaciones.

JUAN PARÉS BOJ
Presidente
Observatorio del Textil y la Moda

Una industria en plena transformación o ¿hacia dónde vas Europa?

El Informe Económico de la Moda 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 posición internacional alrededor de circularidad, innovación y narrativa. Pero, en esta primera mitad de Siglo XXI, con China como una superpotencia global, deberemos acostumbrarnos a prosperar "entre fuerzas, tendencias y modelos sistémicos (e, incluso, en las visiones del mundo que nos rodea) aparentemente contradictorias conviviendo en una cierta armonía" (*Observar el arroz crecer* Editorial Ariel – Julio Ceballos).

Este informe vuelve a englobar el conjunto del sector textil, incluyendo confección, calzado y cuero. Tal como señaló la Comisión Europea en 2021, todavía en un contexto pandémico, este ecosistema ha sido reconocido como estratégico por su papel en la resiliencia de las cadenas de suministro. Abarca múltiples cadenas de valor que van desde productos convencionales (moda, decoración, textil hogar) hasta soluciones técnicas y tecnológicas aplicadas en sectores clave como la salud, la defensa, la protección industrial o la agroalimentación. Las manufactureras textiles europeas suponen unos 1,3 millones de empleos, 64.000 millones en exportaciones y 170.000 millones de facturación (Eurostat).

Esta industria ha sufrido profundos procesos de reconfiguración a lo largo de estos últimos cincuenta años. Pero, llegado este punto, lejos de haberse estabilizado, asistimos a nuevas presiones transformadoras sociales, culturales, económicas, tecnológicas y geopolíticas cuyo principal denominador común es hallarse sometidas a un entorno volátil, inmediato pero incierto, ruidoso pero complejo, ambiguo pero acelerado y, al mismo tiempo, con simultaneidad de disparidades (VI2RCA2S).

Para los occidentales ese nuevo escenario es profundamente insólito, impropio de nuestra cultura y ajeno a la forma de pensar cartesiana predominante. Para nuestros competidores asiáticos albergar, tolerar e, incluso, cultivar contradicciones (aceptando la convivencia de los "opuestos contrarios" en armonía) forma parte intrínseca de la realidad y consustancial al desarrollo, crecimiento y prosperidad. En un mundo, en aparente reordenación hacia el Sudeste asiático, más nos valdría asimilarlo: "iterar, pivotar y transformar".

Europa es, hoy en día, un poder regulador significativo, todavía en términos de PIB mundial (entorno al 18% del PIB global), con elevados estándares sociales, medioambientales y de gobernanza corporativa. Pero también con amplias debilidades. Algunas de ellas son su rápido envejecimiento, la dificultad de impulsar reformas estructurales, su dependencia industrial, energética y de materias primas, unos mercados interiores de bienes, servicios y capitales fragmentados y con dificultad para transferir los conocimientos científicos en innovación. Se afirma que, sin una sólida diplomacia, economía y defensa comunes, más que un jugador, Europa es un tablero de juego para las grandes potencias. La cuestión es que avanzaremos con enormes dificultades sin creencias motivantes, un mismo proyecto compartido y una nueva forma de ver el mundo.

Pero, volviendo a lo micro, nos asaltan dudas sobre qué hacer. Es probable que la Industria textil y moda europea deba abordar su futuro con una mayor especialización en nichos con tecnología, creatividad e innovación en su núcleo, una mayor consolidación transfronteriza para alcanzar una cierta escala global y, al mismo tiempo, adaptación local (a) / (en) diversas identidades culturales, Algunas cuestiones habituales a esos procesos sería integrar la geopolítica

en la estrategia, impulsar alianzas corporativas "glocales", minimizar riesgos operativos, reputacionales y económico-financieros y planificar respuestas ante las crisis.

La circularidad debe situarse en el centro del modelo de negocio textil, mediante el ecodiseño orientado a la durabilidad, la reparación y el reciclaje. Es clave empoderar al consumidor a través de la narrativa, la creatividad, la innovación y la transparencia, al tiempo que se impulsan nuevas cadenas de valor desde el origen de las materias primas. Más allá de datos, procesos, tecnologías y algoritmos (necesarios pero insuficientes en un entorno de competencia hiperagresiva), debemos generar ideas que inspiren el cambio. Si logramos posicionar la Estrategia Europea como referente global, no solo contribuiremos a mitigar los impactos de la industria, sino que las empresas europeas estarán en una posición ganadora.

Pero necesitamos asociaciones internacionales proclives a un comercio justo. En estos últimos cinco años estamos asistiendo: a la rápida penetración en los mercados europeos de productos de bajo coste, escasa calidad y rápida obsolescencia con ventas a distancia a través de plataformas digitales (pure players) asiáticas; al aumento de la presión de sus productores sobre los mercados internacionales por la sobrecapacidad de producción, las políticas de apoyo público a la exportación y un modelo de crecimiento económico basado en ambos factores; y a la reorientación de esos exportadores hacia Europa (y hacia otros mercados importantes para el textil europeo) ante los nuevos aranceles en EEUU y, en paralelo, sus medidas para limitar la entrada de productos por paquetería.

En consecuencia, se están agravando situaciones arrastradas desde tiempo atrás. Pues, por ejemplo, la moda, cosmética y cuidados personales es la categoría de productos que ya concentra cerca del 50% del total de las incautaciones en las aduanas europeas, por incumplir normativas, seguidos de productos electrónicos, menaje de hogar y juguería. Y ello, con unas aduanas europeas sobrepasadas por el auge del comercio electrónico por paquetería, que sólo alcanzan a controlar algo menos del 0,01% del total de los productos despachados (Informe sobre el Control de Entrada de Productos al Mercado Europeo).

Si bien, el sector del textil y la moda, en su conjunto, mantuvo todavía estable su peso del 2,9% sobre el PIB en 2024 respecto al año anterior, con los datos que presentamos en este Informe 2025, la Industria manufacturera del textil, calzado y confección española frenó su impulso en los ejercicios 2023-2024, por primera vez desde la pandemia, con caídas en empresas, facturación y empleos. Evolución industrial que, en este 2025 en curso, parece estar agravándose. Todo un toque de atención para el sector, sus grupos de interés y las administraciones públicas.

En conclusión, el futuro no puede construirse desde la inercia ni desde la nostalgia. Debe cimentarse en una visión compartida, en alianzas inteligentes y en una apuesta decidida por la innovación, la sostenibilidad y la identidad local. España tiene talento creativo, capacidad industrial, compañías internacionales y una cultura empresarial resiliente. Pero necesita seguir escalando, especializarse y diferenciarse todavía más.

Debemos avanzar hacia un modelo más circular, innovador, tecnológico y conectado con clientes, usuarios y consumidores, que combine diseño, ecodiseño, trazabilidad y valor añadido. Una Industria que sepa competir en nichos globales y que, sin perder su arraigo territorial, sepa colaborar más allá de fronteras sin diluir su autenticidad.

El futuro de la Industria del textil y moda española debe estar en el liderazgo europeo en calidad, innovación, sostenibilidad y responsabilidad social, la construcción de cadenas de valor glocales, y la capacidad de inspirar al mundo desde nuestras fortalezas. No se trata solo de resistir, sino de redefinir el papel de España en el nuevo mapa global.

Es el momento de actuar con ambición, propósito e inteligencia estratégica. Porque, si no lideramos nuestro futuro, otros lo harán por nosotros.

Un sector sin focos y sin medallas

PILAR RIAÑO
Fundadora
Modaes

La industria de la moda en España es un sector poco reconocido en la esfera pública: a menudo, fuera de esta industria se desconoce su realidad y, sobre todo, su importante contribución a la economía nacional. Esta es una de las razones por las que a menudo sus reinvindicaciones no son suficientemente escuchadas y sus méritos poco aplaudidos. Parte de la responsabilidad de darle la vuelta a esta situación es del propio sector.

Probablemente el mundo del cine le debe reconocimientos a muchos directores, actores y guionistas que han hecho grande a esta industria en su siglo largo de historia. Pero me cuesta pensar en un caso más flagrante que el de Alfred Hitchcock. El creador de *Psicosis*, *La soga* o *Con la muerte en los talones* fue nominado a los premios Oscar como mejor director en cinco ocasiones, pero nunca recibió la estatuilla. En 1968, la Academia le otorgó el Oscar Honorífico, que recibió con el discurso más breve de la historia de estos prestigiosos premios: "Gracias", dijo, y se fue por donde había venido.

A Hitchcock no le hizo falta ningún reconocimiento para escribir algunos de los capítulos más brillantes de la historia del séptimo arte, pero probablemente otras figuras que, injustamente, no fueron reconocidas por sus méritos tuvieron más problemas de la cuenta para sacar adelante sus futuros proyectos.

Las medallas y los focos no pagan las facturas, pero el reconocimiento ayuda a menudo a que las cosas salgan adelante. Una de las razones por las que en 2009 decidimos poner en marcha Modaes es precisamente esta: teníamos y mantenemos el firme convencimiento de que la moda es un sector infravalorado desde el punto de vista de la creación de riqueza y empleo y que esta circunstancia tiene consecuencias que no sólo perjudican al sector, si no a la economía española en su conjunto.

En un momento como el actual, en el que por fin las administraciones empiezan a marcar las reglas de juego sobre cómo las empresas deben combatir el calentamiento global y otros daños al medioambiente, esto se aprecia claramente. A diferencia de lo que ocurre en otras industrias, a menudo la moda no es escuchada y tenida en cuenta en las políticas públicas de forma acorde a su peso específico en la economía.

De forma generalizada, aunque desde luego con destacadas excepciones, en el mundo de la política se desconoce el peso económico que tiene la industria de la moda en España, la importancia de nuestras compañías para la proyección de la marca país o el rol que juega la moda en el mercado laboral o en la configuración de la oferta comercial de nuestras calles y centros comerciales. Por supuesto, esto lleva a que se esté muy lejos de conocer la realidad de la industria, su idiosincrasia y sus necesidades particulares, en aspectos tan amplios y diversos como la regulación laboral, la configuración de los horarios y calendarios comerciales o, por supuesto, todo lo que tiene que ser con la sostenibilidad. De forma probablemente involuntaria, tanto en las entidades supranacionales como en las nacionales, autonómicas y locales se toman decisiones que afectan negativa e innecesariamente a un sector que, en su mayoría, está capitaneado por profesionales que sencillamente quieren hacer las cosas bien, con normas claras y efectivas.

Desde luego todo esto no tiene un único culpable, si no que hay que mirar en muchos lugares para entender por qué la moda no tiene las medallas que merece, los focos que le corresponden y el peso político que probablemente sobrepondera en otras industrias. Pero queda claro que uno de los responsables es el propio sector, donde se necesita unión y compromiso de todos los participantes y, también, el esfuerzo por ponerse en valor tantas veces como sea posible. El camino ya se ha iniciado, pero es largo.

La industria de la moda en España no puede esperar, como Hitchcock, a que los reconocimientos lleguen cuando sea demasiado tarde.

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

15.705

La industria de la moda frena su impulso y registra la primera caída en la cifra de negocio desde la irrupción de la pandemia.

EMPRESAS

16.964

El número de sociedades de la industria de la moda decrece de nuevo y registra la cifra más baja de la serie histórica.

TRABAJADORES

125.510

La cifra de trabajadores de textil, confección y cuero y calzado cae en 2024 tras la recuperación registrada en el año anterior.

MILLONES DE EUROS

7.015

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

PRODUCCIÓN

1,1%

Tras el traspié del ejercicio anterior, el textil vuelve a incrementar ligeramente su producción en el último ejercicio.

TRABAJADORES

35%

El textil mantiene el trono como el sector más numeroso en trabajadores, seguido de cerca por la confección.

1 La industria en cifras

La industria española de la moda avanza, pero rebaja el ritmo de crecimiento respecto a ejercicios anteriores. La cifra de negocio del conjunto de la indusria registró en 2023 un ajuste del 5,5%, perdiendo la barrera de los 16.000 millones de euros y anotando la primera caída desde la irrupción de la pandemia. En cambio, el excedente bruto de explotación registró un año más de crecimiento a doble dígito.

En el número de empresas, magnitud que agravó su tendencia a la baja en el año anterior, los datos mejoran: el tejido empresarial de la industria de la moda en España sólo decrece en un 3,0% (frente al 11% anterior) en relación con el ejercicio precedente, mientras que el número de trabajadores dedicados a los sectores del textil, la confección, el cuero y el calzado cayó un 4,5% durante el año.

Por subsectores, la industria de la confección fue la que menos tejido empresarial perdió, con una caída del 2,7%, aunque su facturación y su excedente bruto de explotación se ajustaron a doble dígito. El calzado elevó ligeramente su cifra de negocio, mientras que el textil disparó su rentabilidad.

El Índice de Producción Industrial (IPI) sufrió, de manera generalizada, una caída en todos los sectores de la moda en España. Según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE), los tres sectores registraron disminuciones en su actividad, aunque frenaron el golpe sufrido en el ejercicio precedente, cuando los índices llegaron a ajustarse a doble dígito.

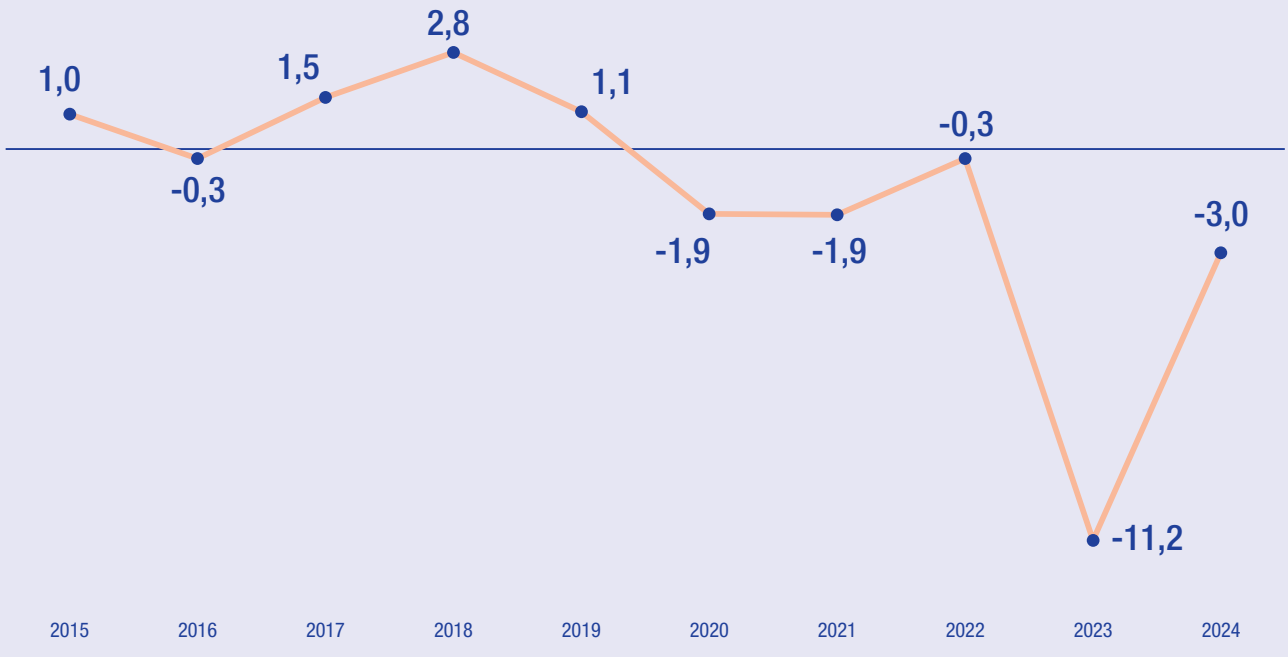
Empresas, empleo y negocio

↓ 3,0%

La caída del número de empresas dedicadas a la actividad del sector para el golpe en 2024: desciende en sólo tres puntos, frente a la caída a doble dígito registrada en el ejercicio precedente.

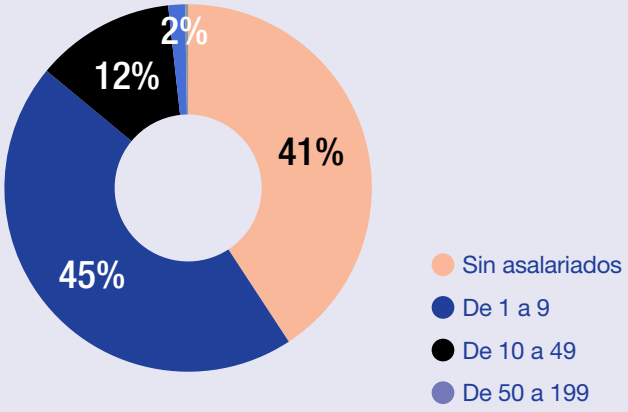
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2015-2024. TEXTIL,CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



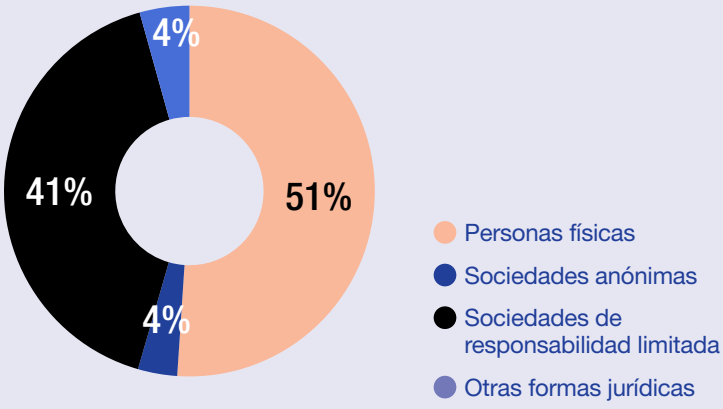
Fuente: INE

EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



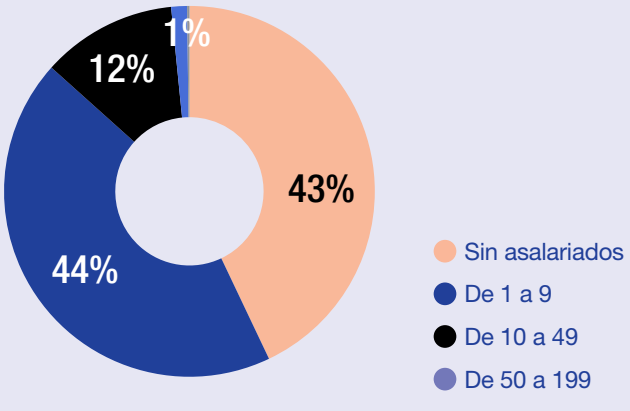
Fuente: INE

EMPRESAS POR FORMA JURÍDICA 2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

LOCALES POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

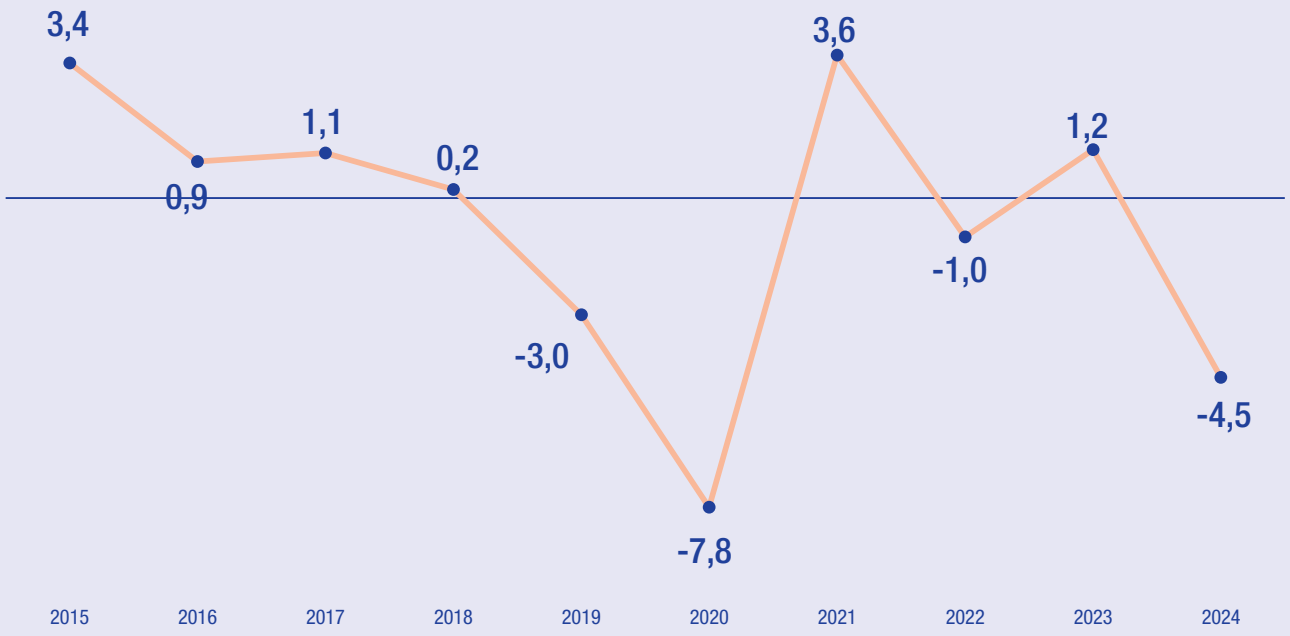
Empresas, empleo y negocio

↓ 4,5%

La industria de la moda pierde parte de su fuerza de trabajo en 2024. El sector ajusta su plantilla un 4,5% después de tres ejercicios de ocupación agregada al alza después del año de la pandemia.

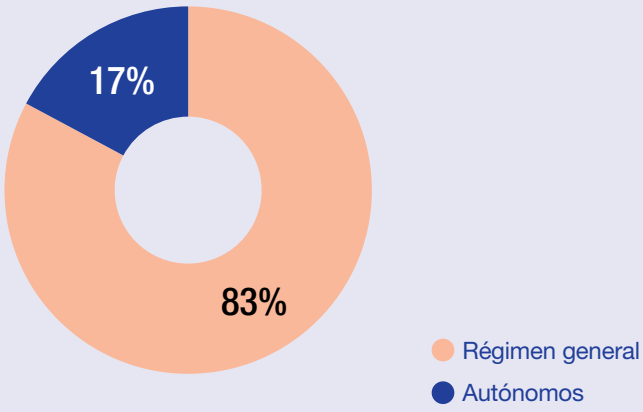
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



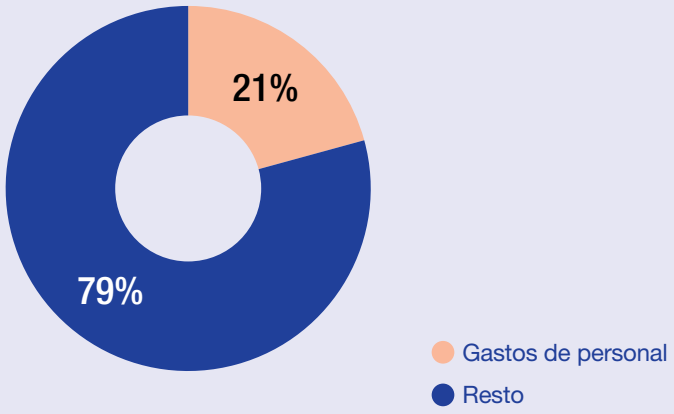
Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



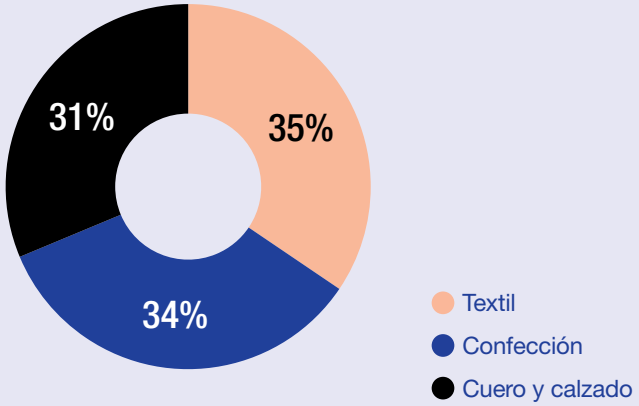
Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA FACTURACIÓN 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

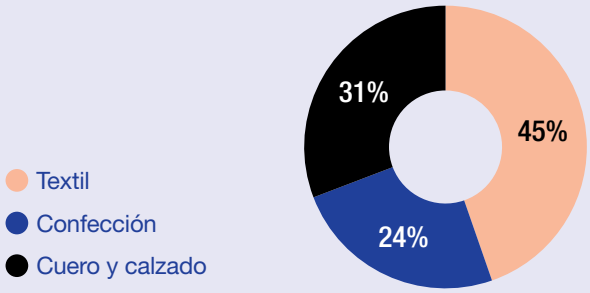
TRABAJADORES POR SECTOR 2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Seguridad Social

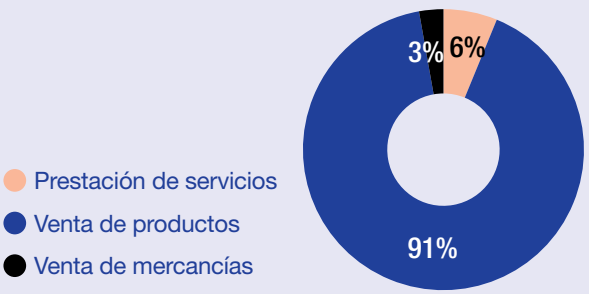
Empresas, empleo y negocio

FACTURACIÓN POR SECTORES 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



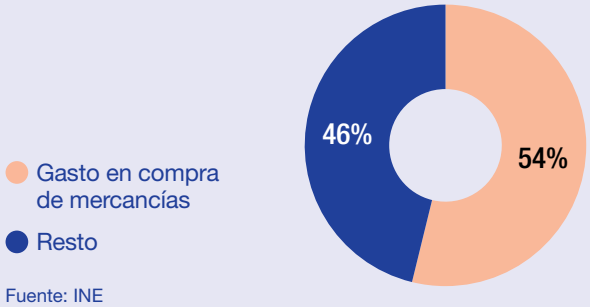
Fuente: INE

GENERACIÓN DE INGRESOS 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



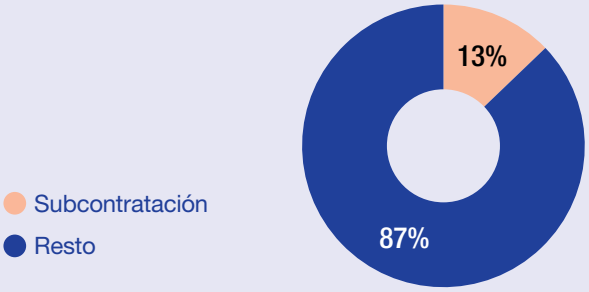
Fuente: INE

CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS INTERMEDIOS Y OTROS APROVISIONAMIENTOS SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



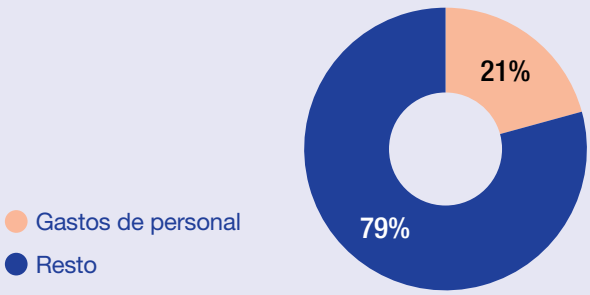
Fuente: INE

GASTOS EN SERVICIOS EXTERIORES SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



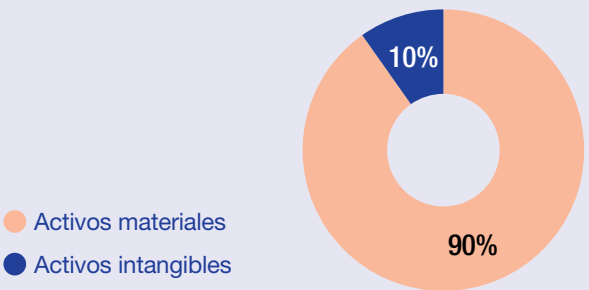
Fuente: INE

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

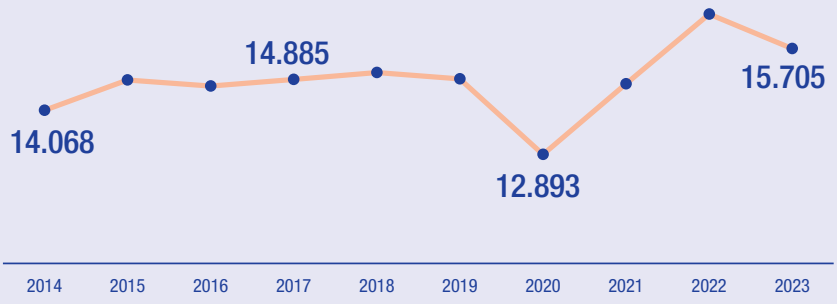
INVERSIÓN 2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

CIFRA DE NEGOCIO 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En millones de euros



Fuente: INE

La industria de la moda ajustó su cifra de negocio un 5,5% en 2023, tras dos ejercicios en los que el incremento agregado alcanzó el 28,9%. La rentabilidad, por el contrario, se situó al alza: el excedente bruto de explotación de la industria creció a doble dígito por tercer ejercicio consecutivo.

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En millones de euros

Fuente: INE

Industria textil

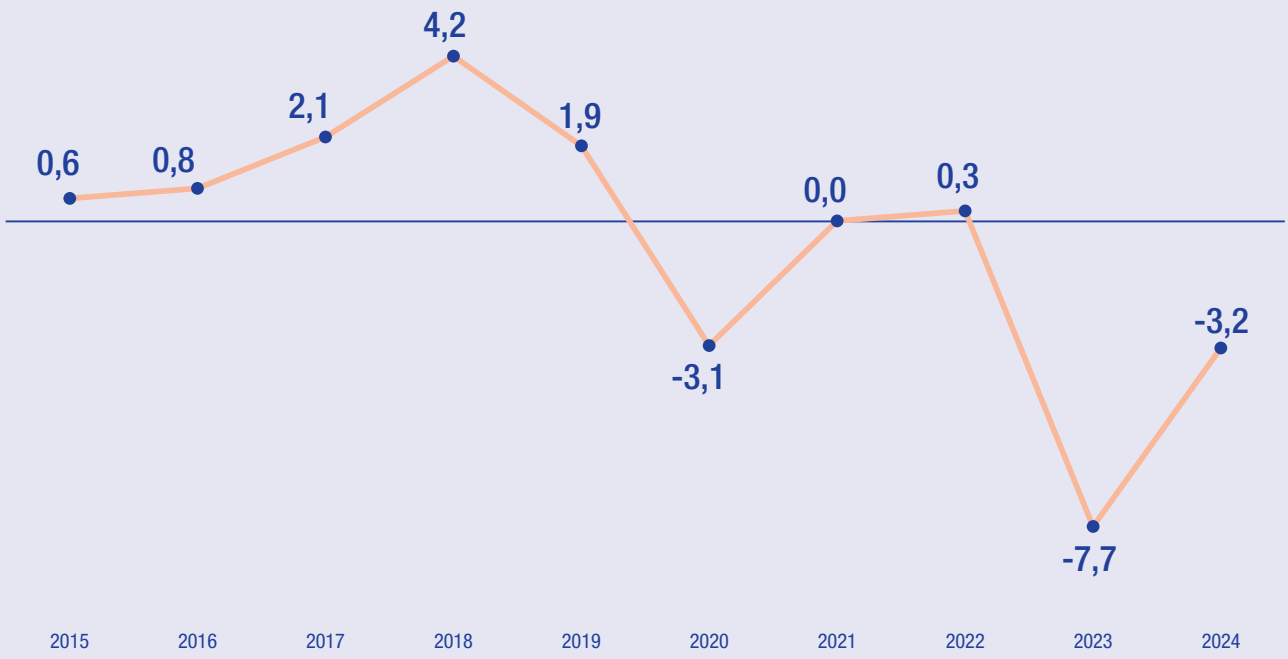
Empresas

↓ 3,2%

La industria textil frena la disminución de su tejido empresarial. Tras la contracción de 2023, la mayor de la década, el número de empresas del sector se ajusta en un 3,2% en el último ejercicio.

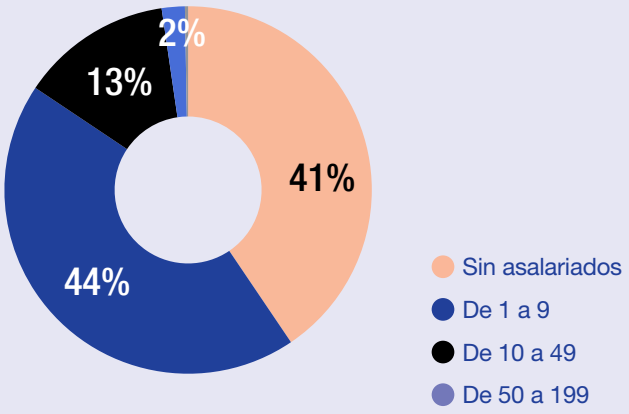
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2015-2024. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

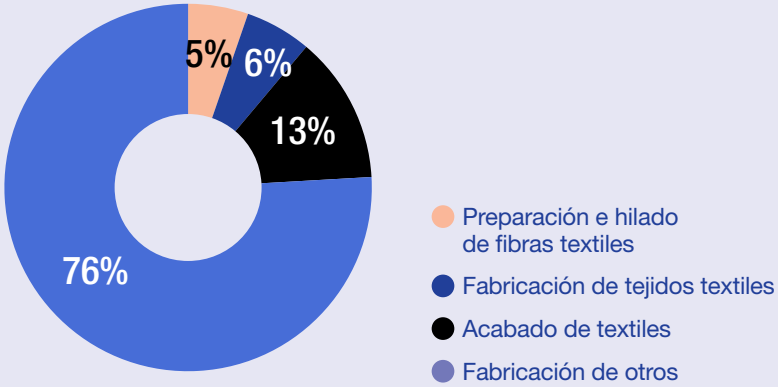
EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2024. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: INE

El tejido empresarial de la industria textil se mantiene estable en cuanto al tamaño de las compañías que lo componen. Las empresas con menos de diez asalariados concentran el 85% del total a 1 de enero de 2024, mientras que sólo un 2% cuentan con más de 50 empleados.

EMPRESAS POR SUBSECTORES 2024. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: INE

Industria textil

Empleo

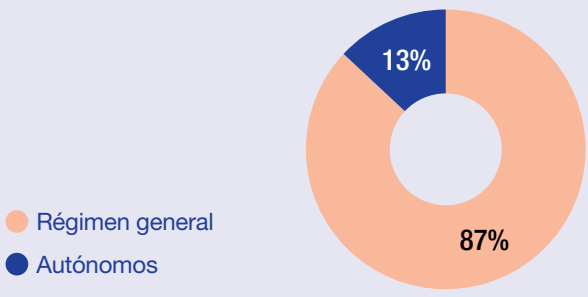
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2015-2024. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje

Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2024. INDUSTRIA TEXTIL

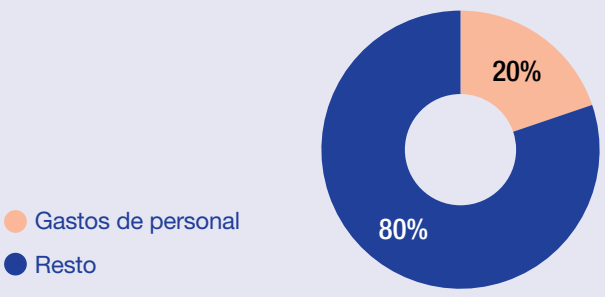
Variación anual



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual



Fuente: INE

Industria textil

Negocio

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2023. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual

Fuente: INE

El textil ajusta ligeramente su facturación pero dispara su excedente bruto de explotación hasta cerca de 700 millones de euros

CIFRA DE NEGOCIO 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros

Fuente: INE

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2014-2023. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros

Fuente: INE

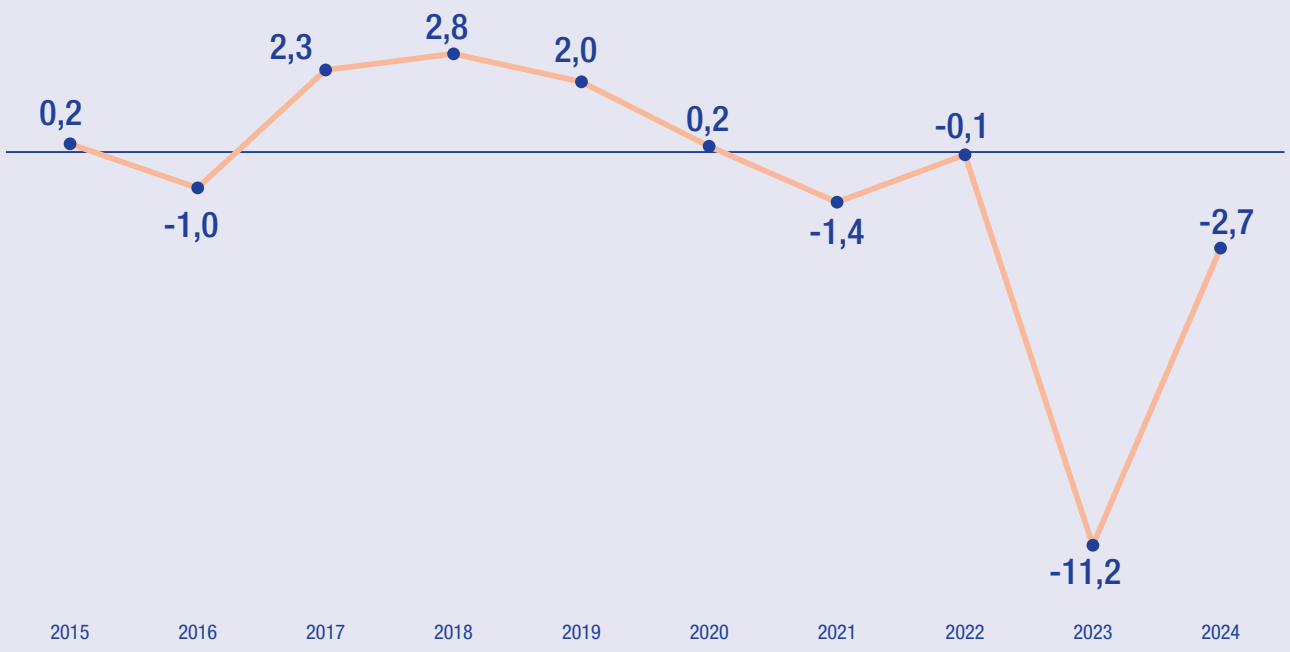
Confección | Empresas

↓ 2,7%

Tras la caída a doble dígito registrada en el ejercicio precedente, el número de empresas dedicadas a la industria de la confección se ajusta en 2024, hasta 7.842 sociedades.

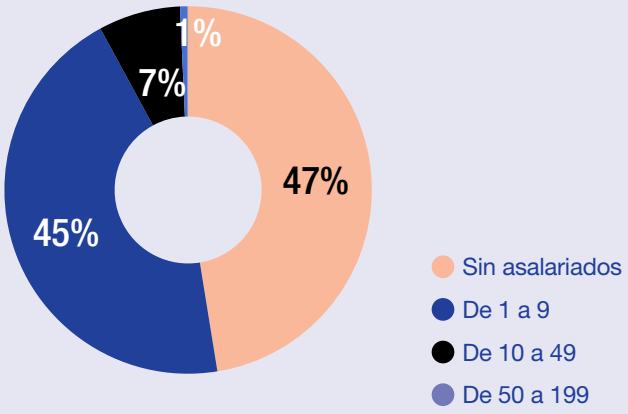
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2015-2024. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

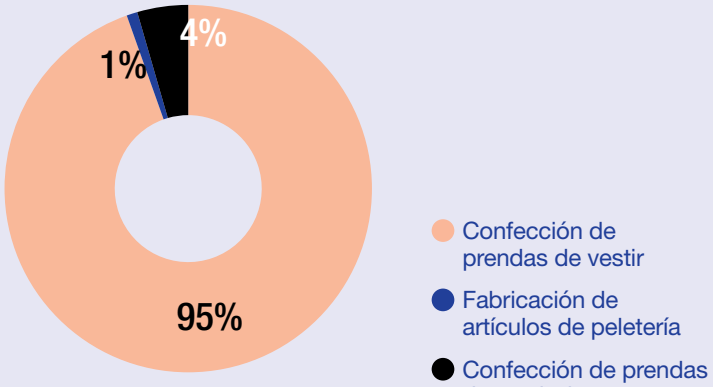
EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2024. CONFECCIÓN



Fuente: INE

Las compañías con entre uno y nueve asalariados ganan peso en el tejido empresarial de la confección, en detrimento de aquellas sin empleados. La confección de prendas de vestir es el subsector hegemónico, con el 95% de las compañías.

EMPRESAS POR SUBSECTORES 2024. CONFECCIÓN

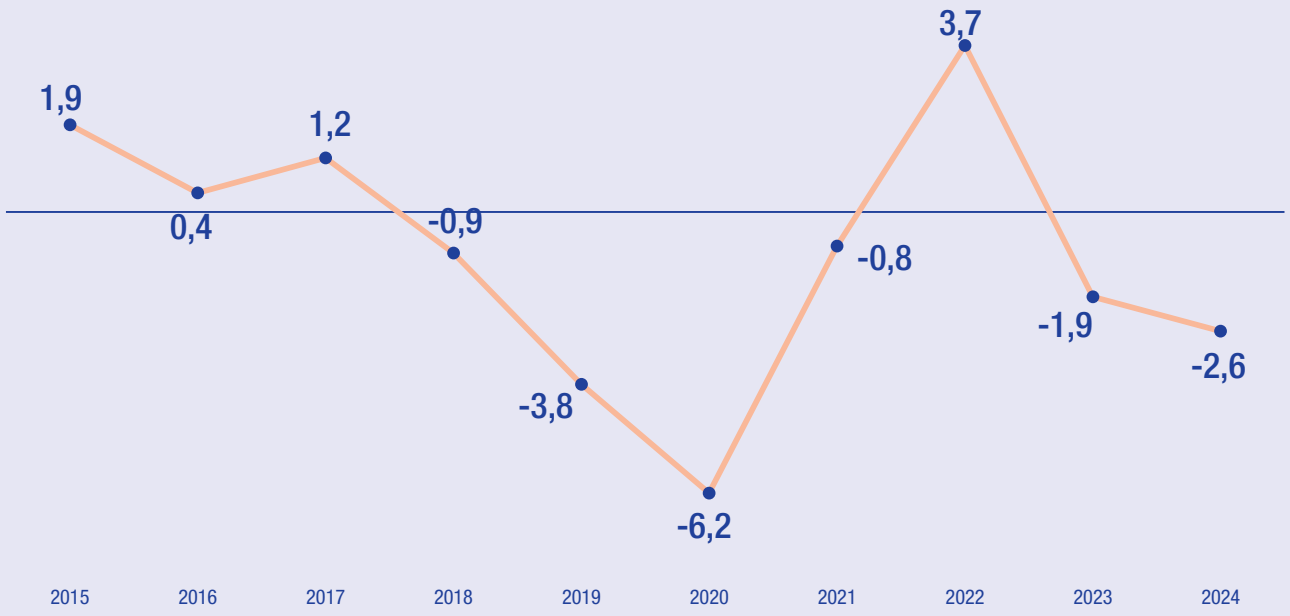


Fuente: INE

Confección | Empleo

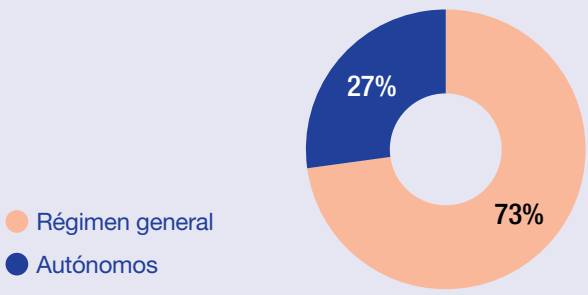
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2015-2024. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



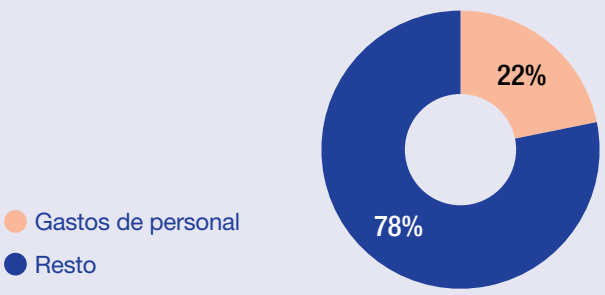
Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2024. CONFECCIÓN



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2023. CONFECCIÓN



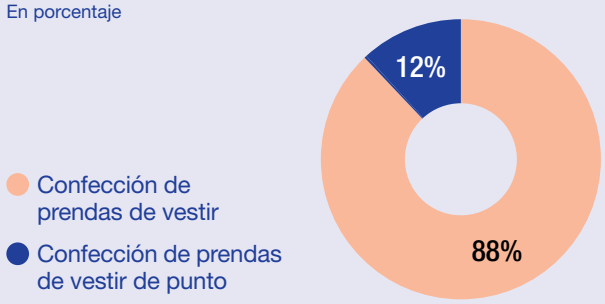
Fuente: INE

Confección

Negocio

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2023. CONFECCIÓNN

En porcentaje



Fuente: INE

La confección pierde fuelle y ajusta a doble dígito su facturación y su excedente bruto de explotación en el último ejercicio

CIFRA DE NEGOCIO 2014-2023. CONFECCIÓN

En millones de euros

Fuente: INE

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2014-2023. CONFECCIÓN

En millones de euros

Fuente: INE

Cuero y calzado

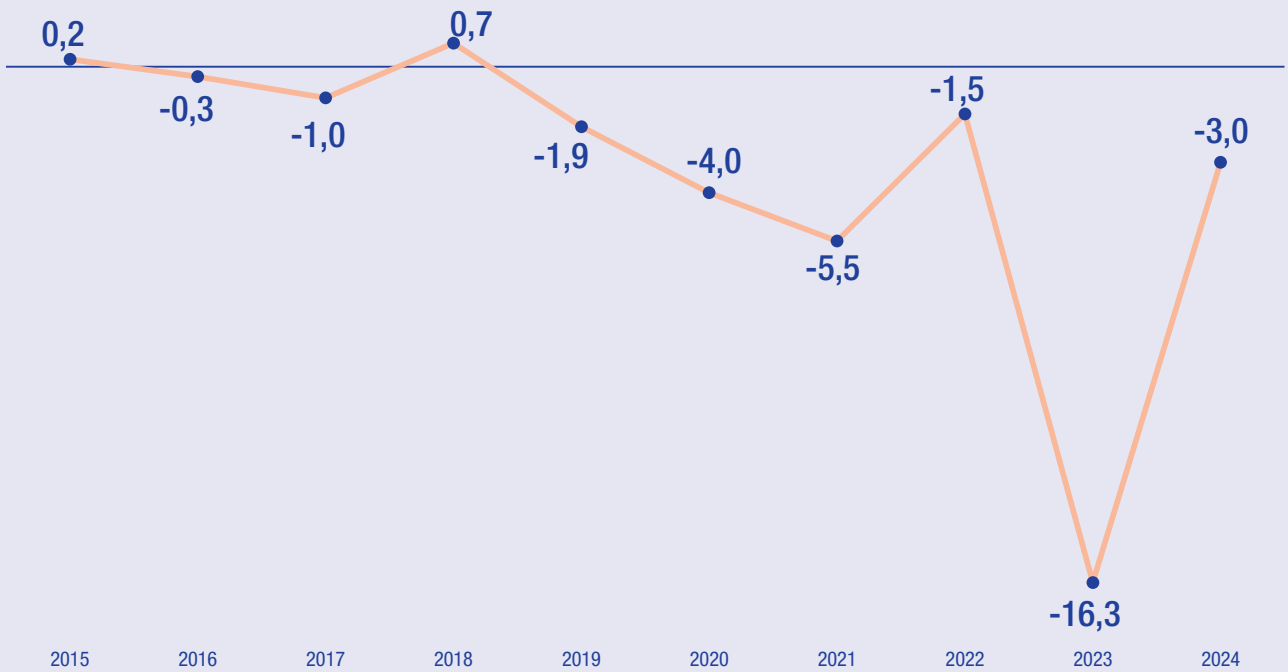
Empresas

↓ 3,0%

La industria del cuero y el calzado ajustó la densidad de su tejido empresarial en 2024. Aunque la caída es cinco veces menor que en el ejercicio precedente, se trata de la sexta disminución consecutiva.

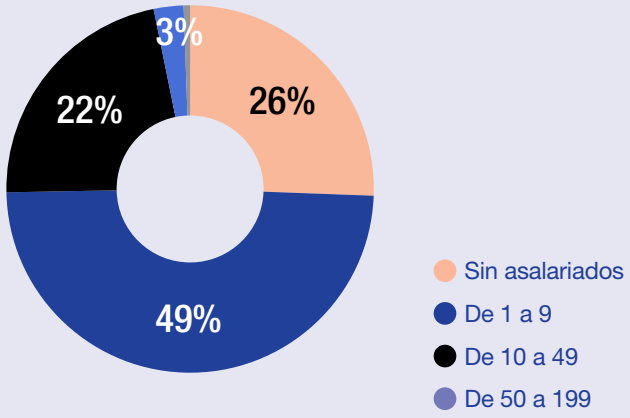
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2015-2024. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

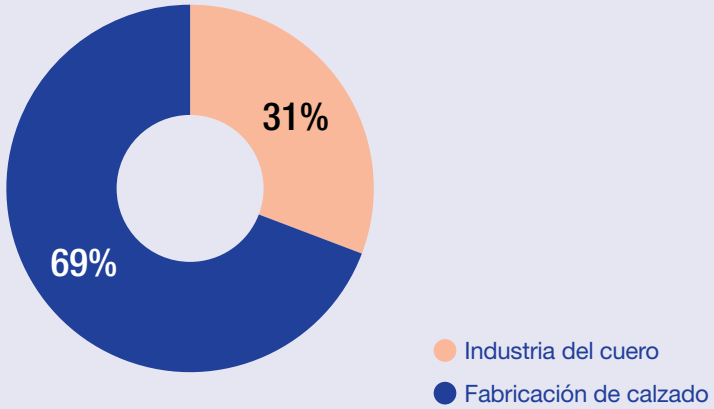
EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2024. CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

Las empresas sin asalariados del sector del cuero y el calzado apenas concentran una cuarta parte del tejido empresarial del sector, mientras que en el textil y la confección, la cifra supera el 40%. La fabricación de calzado destaca ampliamente frente al cuero, que concentra el 31% de las empresas.

EMPRESAS POR SUBSECTORES 2024. CUERO Y CALZADO



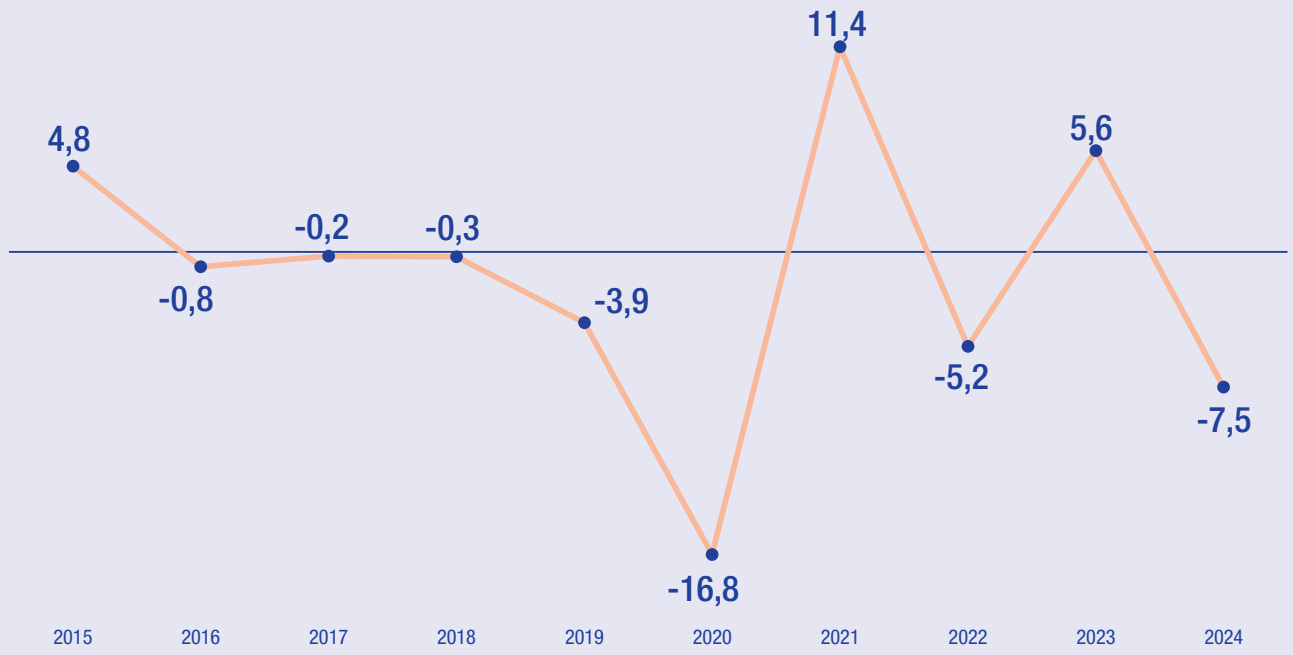
Fuente: INE

Cuero y calzado

Empleo

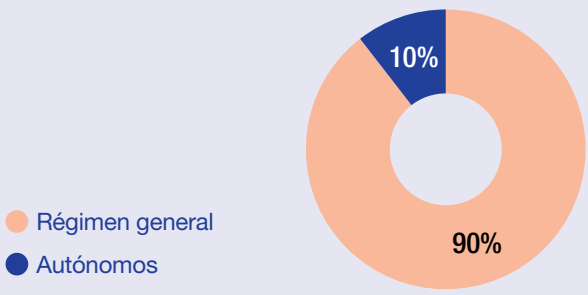
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2015-2024. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



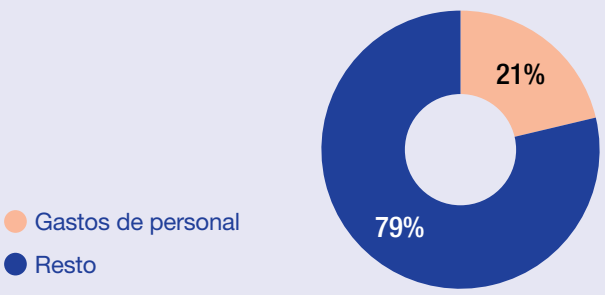
Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2024. CUERO Y CALZADO



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2023. CONFECCIÓN

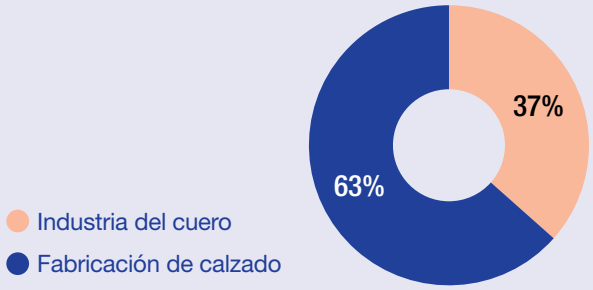


Fuente: INE

Cuero y calzado

Negocio

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2023. CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

La cifra de negocio del cuero y el calzado se eleva ligeramente, mientras que el excedente bruto de explotación cae en un 2,6%

CIFRA DE NEGOCIO 2014-2023. CUERO Y CALZADO

En millones de euros

Fuente: INE

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2014-2023. CUERO Y CALZADO

En millones de euros

Fuente: INE

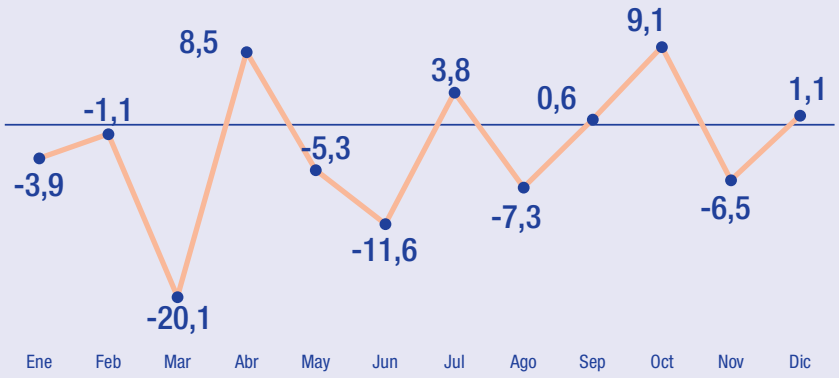
Actividad

Producción industrial

Industria textil

IPI 2024. INDUSTRIA TEXTIL

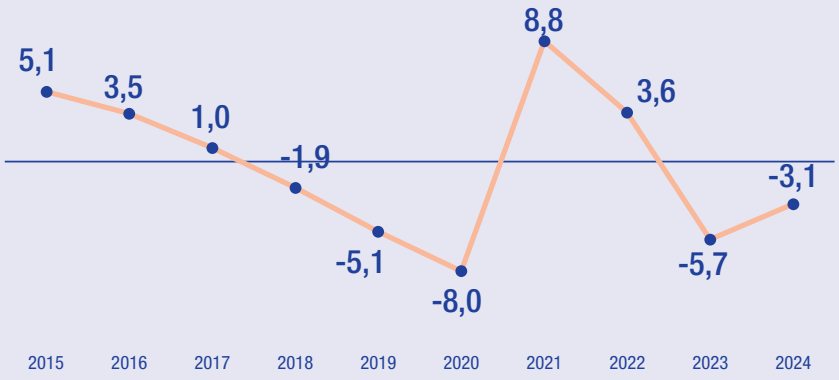
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2015-2024. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje

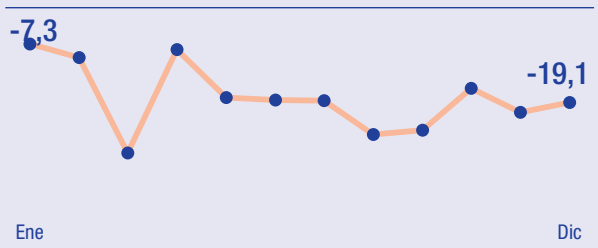


Fuente: INE

La producción industrial del textil sufrió una regresión del 3,1% en el último ejercicio. El subsector de fabricación de tejidos textiles fue el único que elevó su actividad en 2024, con una subida media a lo largo del año del 8,8% en relación al ejercicio anterior.

IPI 2024. PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS

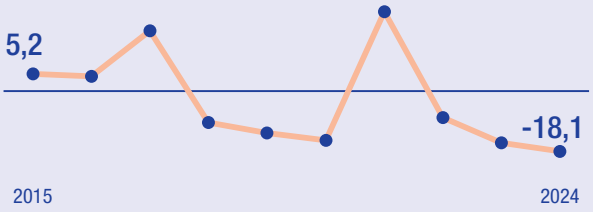
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2015-2024. PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS

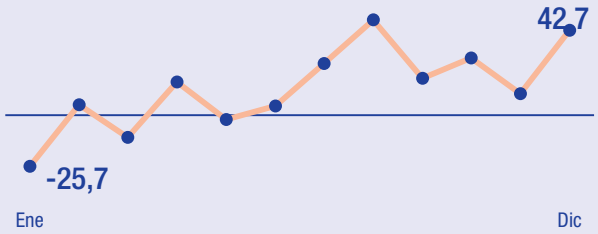
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2024. FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES

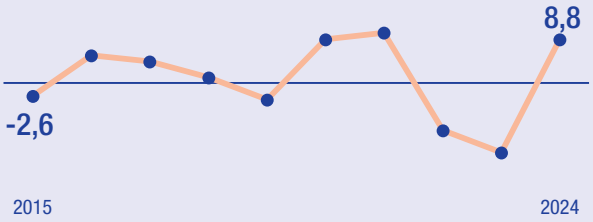
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2015-2024. FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

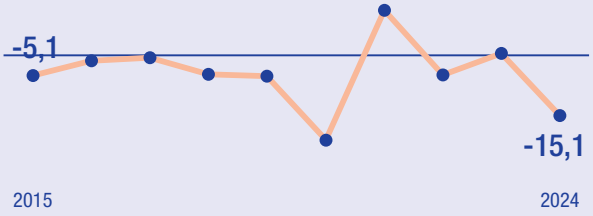
IPI 2024. ACABADO DE TEXTILES

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

IPI 2015-2024. ACABADO DE TEXTILES

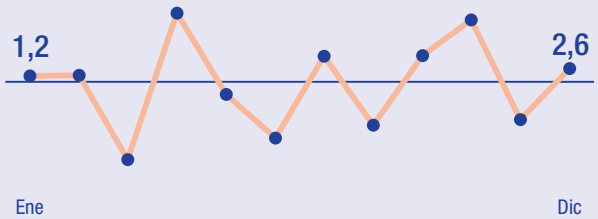
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2024. FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES

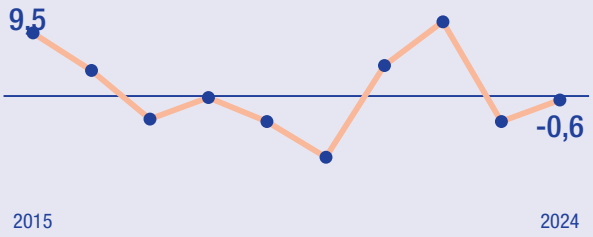
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2015-2024. FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES

Variación anual. En porcentaje



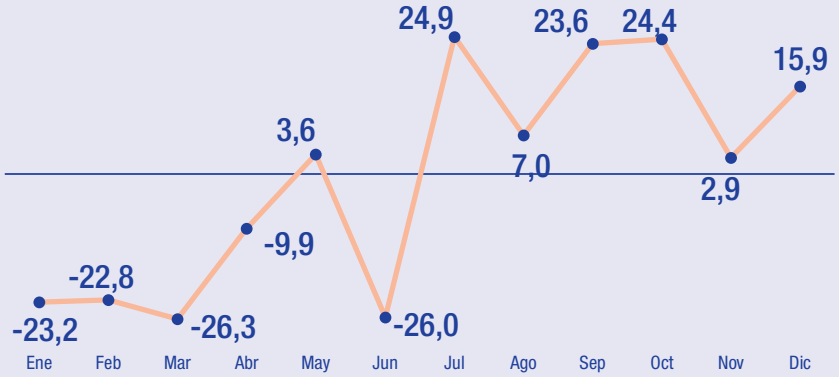
Fuente: INE

Producción industrial

Confección

IPI 2024. CONFECCIÓN

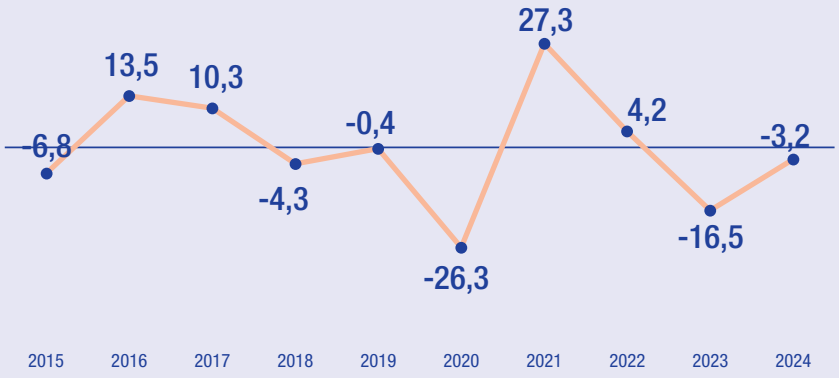
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2015-2024. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje

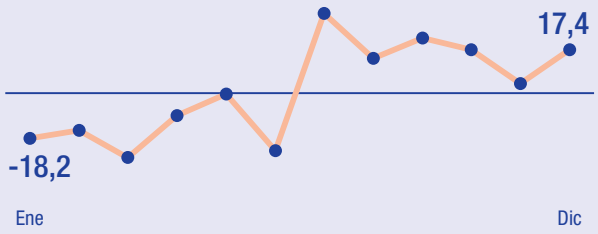


Fuente: INE

El Índice de Producción Industrial (IPI) de la confección cayó de forma continuada durante casi toda la primera mitad de 2024, pero se recuperó con fuerza en el segundo semestre. La cifra anual, que registra una caída media del 3,2%, mejora los datos del ejercicio precedente, cuando la actividad se ajustó en un 16,5%.

IPI 2024. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

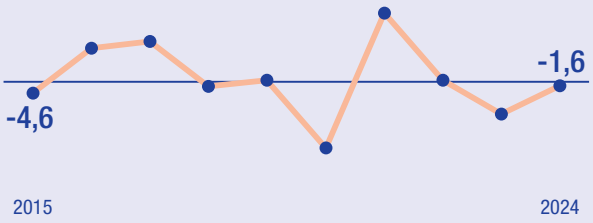
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2015-2024. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2024. FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA

Variación anual. En porcentaje

Datos no disponibles por secreto estadístidico

Fuente: INE

IPI 2015-2024. FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA

Variación anual. En porcentaje

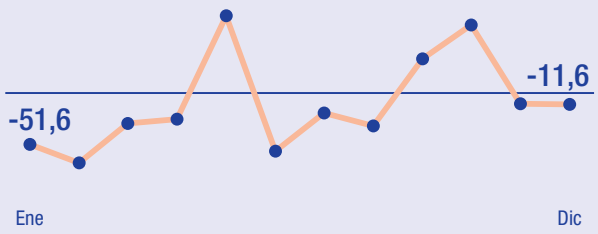
Datos no disponibles por secreto estadístidico

Fuente: INE

La confección de prendas de vestir y la de prendas de vestir de punto anotan realidades distintas en 2024. La primera ajusta ligeramente su actividad, mientras que la industria del punto registra un descenso del 16,8% en su producción en el último ejercicio.

IPI 2023. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO

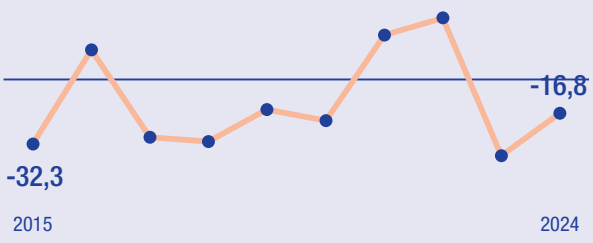
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

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

Variación anual. En porcentaje

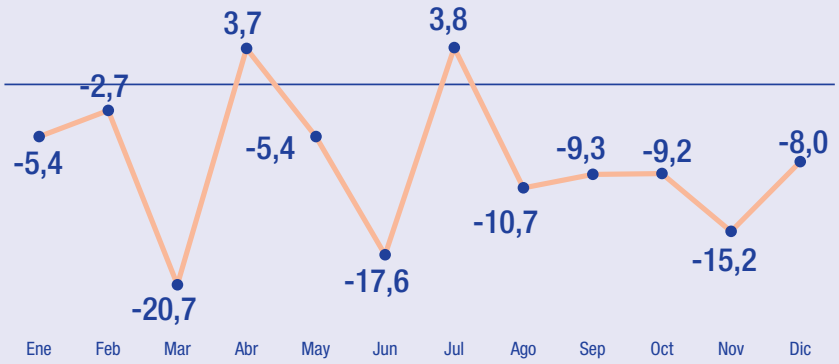


Fuente: INE

Producción industrial | Cuero y calzado

IPI 2024. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2015-2024. CUERO Y CALZADO

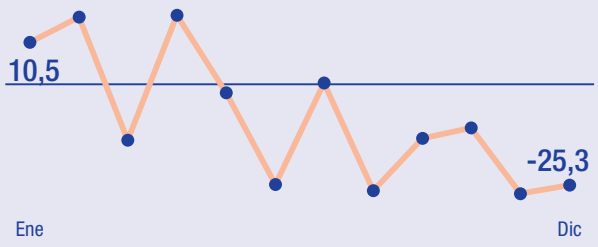
Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

La producción de la industria del cuero y el calzado se contrajo en 2024, registrando valores similares a los del ejercicio precedente. Abril y julio fueron los dos únicos meses de incremento a lo largo del año, con alzas del 3,7% y 3,8%, respectivamente.

IPI 2024. INDUSTRIA DEL CUERO

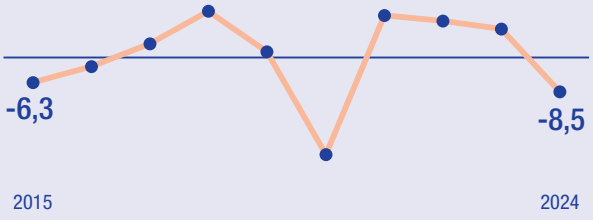
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2015-2024. INDUSTRIA DEL CUERO

Variación anual. En porcentaje

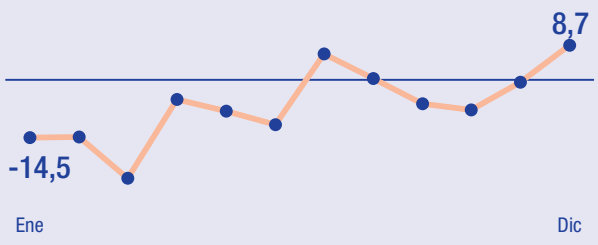


Fuente: INE

El Índice de Producción Industrial (IPI) del subsector del cuero se ajustó en un 8,5% en el último año. El calzado registró valores similares, con una disminución del 7,9% de su actividad respecto al ejercicio precedente, pero con una evolución positiva en la segunda mitad del año.

IPI 2024. FABRICACIÓN DE CALZADO

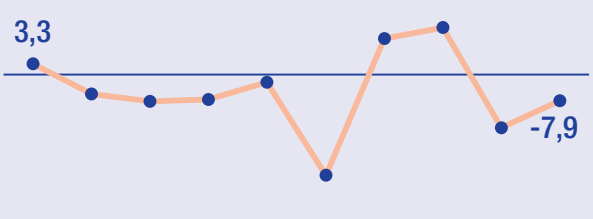
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2015-2024. FABRICACIÓN DE CALZADO

Variación anual. En porcentaje

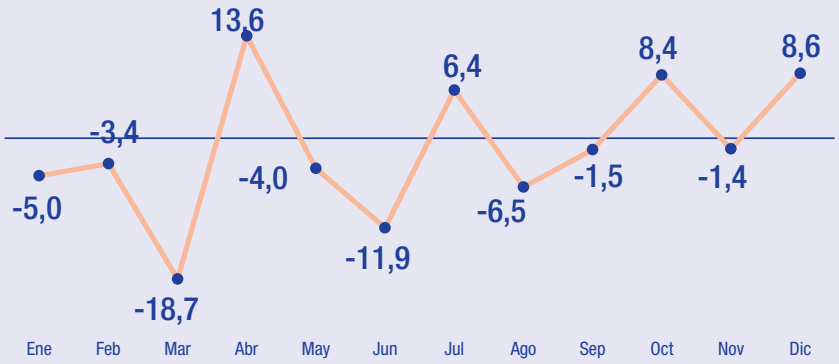


Fuente: INE

Cifra de negocio | Industria textil

ICN 2024. INDUSTRIA TEXTIL

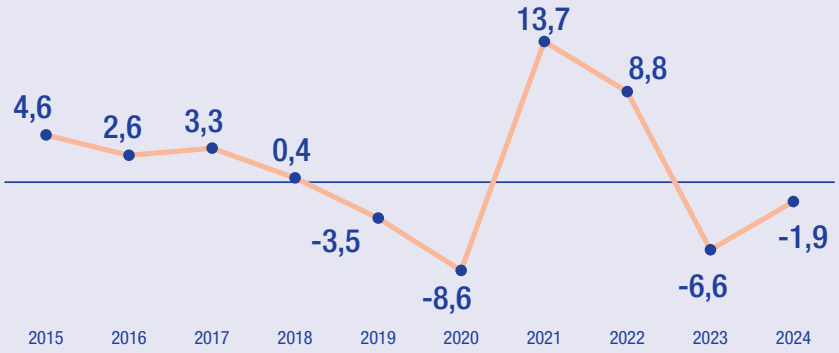
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ICN 2015-2024. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

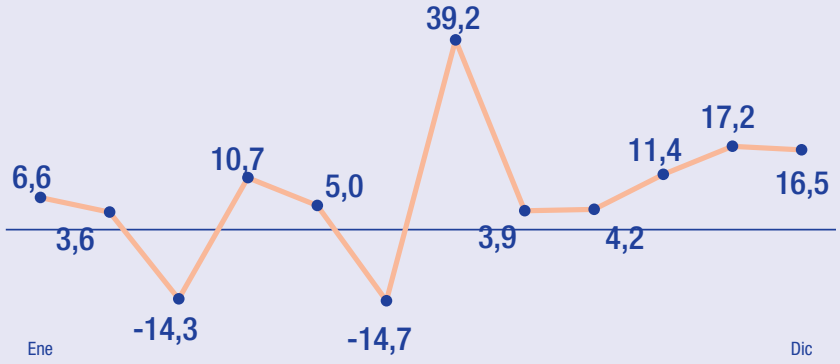
El Índice de Cifra de Negocios (ICN) de la industria textil se contrajo un 1,9% en relación con el ejercicio precedente, cuando registró la segunda mayor caída de la década. Sin embargo, el sector cerró el ejercicio con alzas significativas respecto a los últimos meses de 2023.

Cifra de negocio

Confección

ICN 2024. CONFECCIÓN

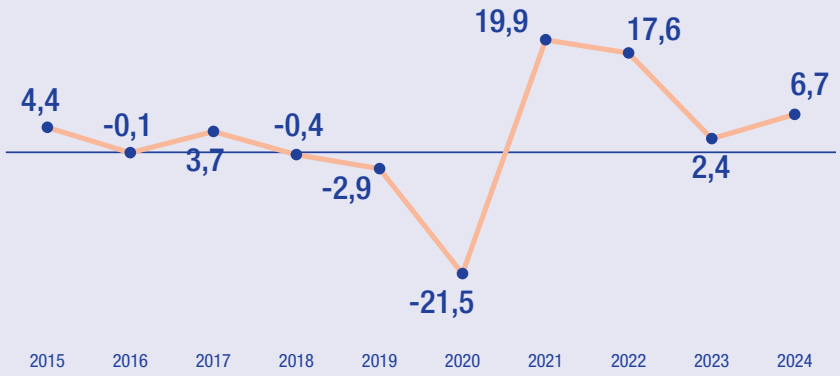
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ICN 2015-2024. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

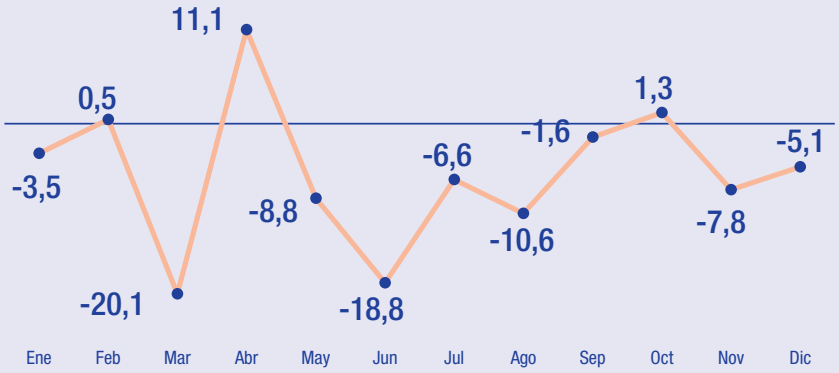
La confección elevó el crecimiento de su Índice de Cifra de Negocios (ICN) en 2024. Aunque el alza no se acerca a las registradas tras la pandemia, cercanas al 20%, se trata del cuarto ejercicio consecutivo de incremento de la facturación del sector.

Cifra de negocio

Cuero y calzado

ICN 2024. CUERO Y CALZADO

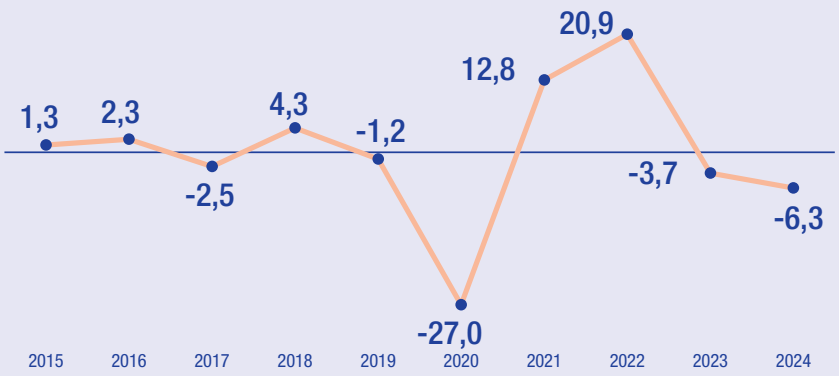
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ICN 2015-2024. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

Al contrario de lo sucedido en la industria de la confección, el cuero y el calzado acentúan la caída de su cifra de negocio a cierre de 2024. Tras la fuerte subida del 20,9% en 2022, el sector ha registrado dos ejercicios consecutivos de ajuste en su facturación.

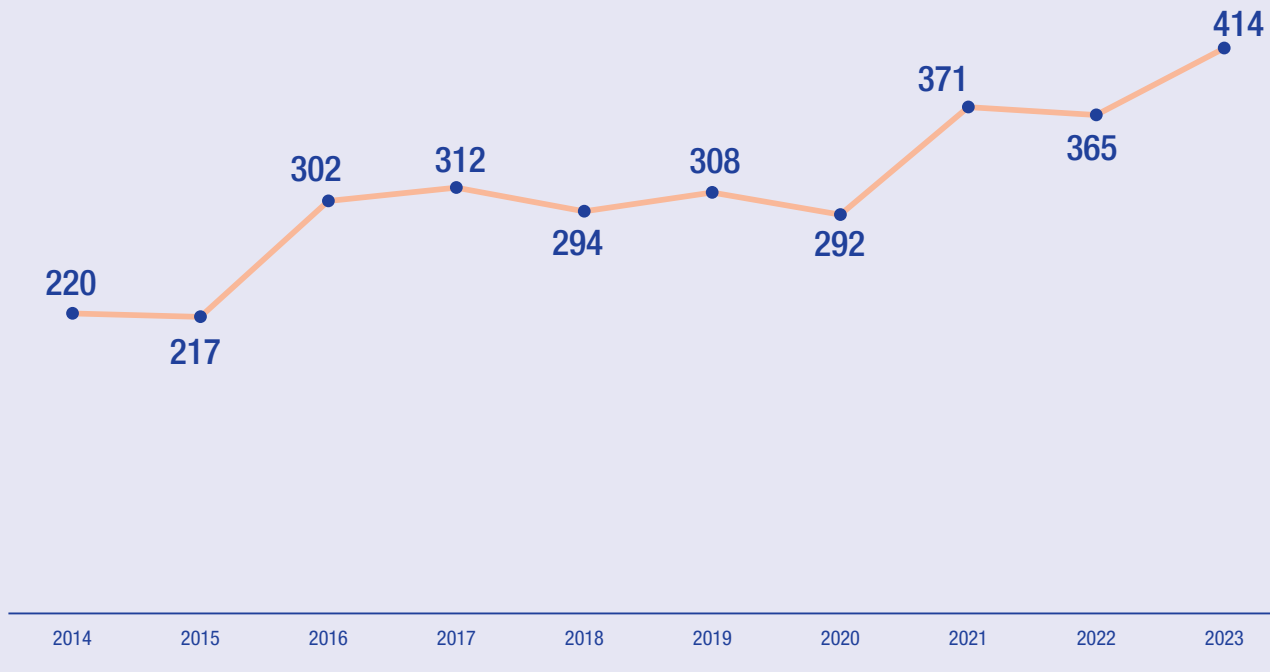
Inversión

↑13,6%

La inversión en activos materiales de la industria de la moda crece a doble dígito en 2023, tras un alza cercana a los 50 millones de euros en relación con el ejercicio precedente.

INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES 2014-2023. TEXTIL,CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En millones de euros.



Fuente: INE

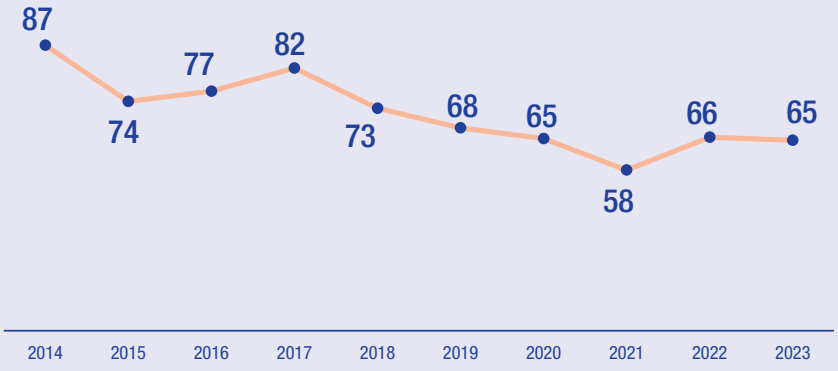
INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES 2014-2023. TEXTIL

En millones de euros.

Fuente: INE

INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES 2014-2023. CONFECCIÓN

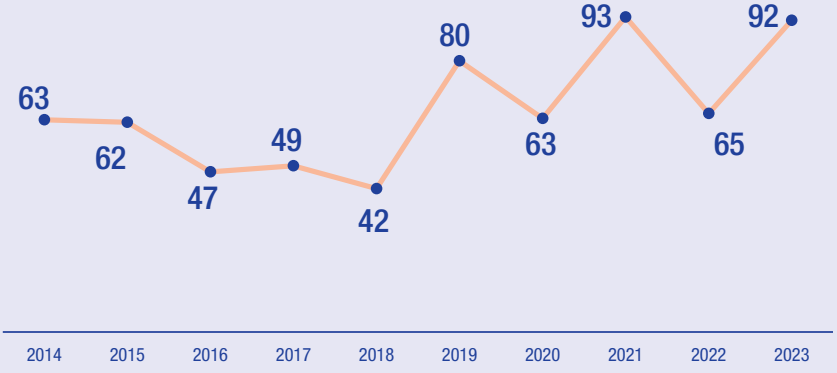
En millones de euros.



Fuente: INE

INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES 2014-2023. CUERO Y CALZADO

En millones de euros.



Fuente: INE

Pasaporte digital y circularidad: la oportunidad de rediseñar la industria textil a golpe de mejora continua

JAVIER SESTELO JIMÉNEZ
KAM y director de proyectos
SGS Productivity

El nuevo marco regulatorio europeo marca el fin del usar y tirar y abre una era de circularidad en la moda. Lejos de ser un lastre, esta transformación puede convertirse en una ventaja competitiva si se aborda con visión estratégica, tecnología útil y equipos implicados. La sostenibilidad ya no es destino, sino camino.

El 18 de julio de 2024 la Unión Europea cerró definitivamente la puerta a la cultura de usar y tirar. El nuevo Reglamento 2024/1781 de Diseño Ecológico para Productos Sostenibles traslada el centro de gravedad desde la mera eficiencia energética hacia la circularidad plena del producto a lo largo de toda su cadena de valor. El instrumento clave del nuevo esquema es el Pasaporte Digital de Producto (DPP), un auténtico DNI electrónico que, a partir de 2027, acompañará a cada prenda e incluirá su composición, las sustancias químicas de preocupación, la reparabilidad y la huella de carbono.

España refuerza la apuesta con la Ley 7/2022 de Residuos y Suelos Contaminados y con la Estrategia Española de Economía Circular 2030, que adelantan más de una docena de indicadores obligatorios: al menos un 40% de fibras recicladas por prenda en 2030, una reducción del 30% en el consumo de materias primas respecto a 2010 y una durabilidad que supere los cincuenta ciclos de lavado en 2027 y los cien ciclos en 2030 sin pérdida de prestaciones.

Visto desde las operaciones, el listado de requisitos puede parecer un caro peaje administrativo. Sin embargo, la utilización de la filosofía *Lean* convierte ese peaje en un carril rápido para las empresas del sector textil. Su esencia permite transformar obligaciones legales en objetivos de negocio, movilizar a toda la organización y capturar valor económico donde antes sólo había formularios. Las compañías que ya recorren esta senda con compañías expertas comprueban que la normativa, bien gestionada, no resta margen: lo libera.

El viaje arranca transformando la letra pequeña del reglamento en objetivos *Smart*. Mediante Hoshin Kanri, la alta dirección aterriza compromisos tan concretos como aumentar un 20% la vida útil media de las prendas o garantizar que el 40% del poliéster proceda de material reciclado. Esos retos descienden por la organización hasta los puestos de confección, con métricas claras y fechas de entrega. Gracias a ello, las decisiones estratégicas se toman un 10% más rápido y la inversión se concentra en las iniciativas que mueven el ebitda, evitando proyectos meramente decorativos.

La inteligencia de datos constituye el segundo pilar. El DPP exige información prácticamente en tiempo real: contenido reciclado por lote, consumo energético por metro de tejido o devoluciones por defectos de costura. Integrar esos flujos en los sistemas de gestión y mostrarlos en cuadros de mando digitales permite detectar desviaciones antes de que perforen el margen. Las plantas piloto que han recibido asesoramiento de compañías expertas han conseguido recortar un 5% el coste energético por prenda en apenas seis meses gracias a alertas tempranas y análisis de tendencia.

Sin una organización preparada, la tecnología se queda en mero ornamento. El modelo de organización humana productiva despliega equipos autogestionados, gestión visual en planta y canales de comunicación que convierten el ciclo Pdca en rutina diaria. El impacto es palpable: un 7% menos de horas improductivas y un 4% más de disponibilidad de las máquinas de corte.

Optimizar los flujos de valor añade la tercera pieza. Herramientas como el *Value Stream Mapping*, los cinco porqués o los diagramas Ishikawa sacan a la luz los desperdicios: esperas, errores y retrabajos. Tras el diagnóstico, fabricantes de hilo, talleres de confección y minoristas han reducido un 12% los costes de no calidad y acortado en un 20% el plazo de lanzamiento al mercado de colecciones conformes con la Espr, elevando la resiliencia de su cadena de suministro.

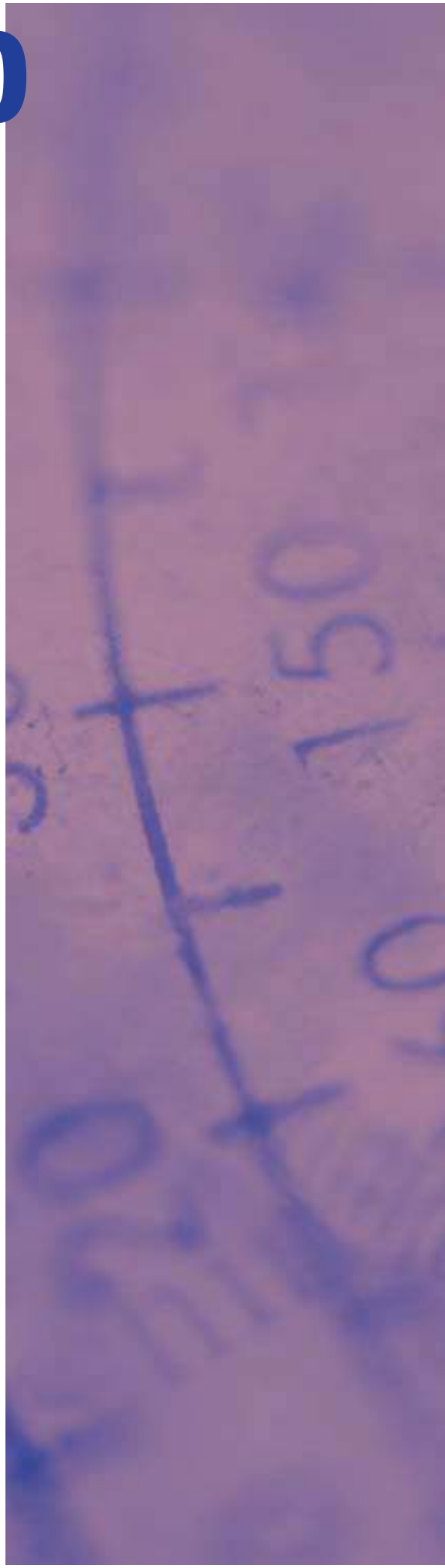
Nada de lo anterior prospera sin equipos implicados. La trazabilidad integral exige capacitar a operarios, dotar de liderazgo Lean a los mandos intermedios y difundir los principios de economía circular a proveedores, distribuidores y recicladores. Allí donde se reconocen y premian las ideas verdes, las encuestas internas reflejan un 8% de mejora en la satisfacción del cliente, un 10% más de implicación de los empleados y un 12% adicional en la puntuación obtenida en licitaciones con criterios ESG.

Los beneficios se plasman nítidamente en la cuenta de resultados. Reducir desperdicios y optimizar consumos ha rebajado entre un 10% y un 15% los costes operativos y de no calidad, a lo que se añade un recorte del 5% al 10% en la factura energética. Lanzar prendas conformes a Espr antes que la competencia aumenta los ingresos y la liquidez: un 20% de reducción en el *time-to-market* supone varios millones de euros de facturación adelantada para un minorista medio.

La reputación remata el círculo virtuoso. Alcanzar un 98% de pasaportes digitales verificados alimenta la puntuación ESG y refuerza la confianza de inversores y consumidores. En un mercado saturado de promesas verdes, la verificación externa actúa como escudo frente al *greenwashing* y consolida la imagen de marca en la mente del consumidor.

Nada de esto implica engordar la burocracia. *Lean* enseña a simplificar y el DPP aporta la transparencia que demanda un consumidor informado. Combinados, dibujan una autopista hacia la eficiencia, la diferenciación y el liderazgo sostenible. Con objetivos nítidos, datos fiables, procesos robustos, equipos implicados y el acompañamiento experto, las empresas del sector textil no solo cumplirán la normativa: se situarán en la *pole position* de la nueva economía regenerativa que la sociedad ya exige.

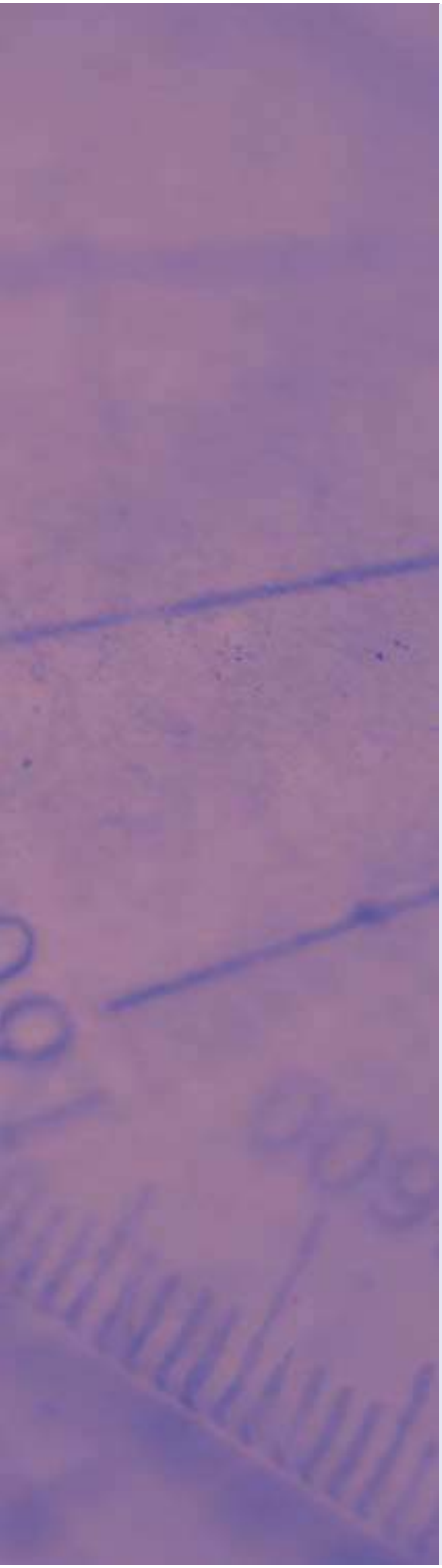
2 Mercado exterior



Las exportaciones españolas de textil, confección y cuero y calzado experimentaron un incremento superior al 3% en 2024 tras sufrir un traspié en el ejercicio precedente. El registro del último año recupera la barrera de los 23.000 millones de euros, pero se queda a algo más de 500 millones de euros de superar el máximo histórico, alcanzado en 2022. Pese a que las ventas al exterior de los sectores textil, de la confección y del cuero y calzado registraron tasas negativas durante el primer trimestre del año, se corrigieron en los tres siguientes, con las únicas excepciones de junio y noviembre, donde se anotaron ligeras regresiones. Francia, Italia y Portugal permanecen como los principales clientes, mientras que Polonia escala hasta la cuarta posición de destinos de la moda española.

En un entorno de inestabilidad en el comercio internacional, con crisis en las cadenas de suministro, el valor de las importaciones del sector escaló un 5,0% y recuperó la barrera de los 30.000 millones de euros. China mantiene su hegemonía y Bangladesh y Turquía cierran el podio de los principales proveedores de textil, confección y cuero y calzado del país.

El cuero y el calzado fue el sector con una mayor evolución en el mercado exterior en 2024. Aunque esta vez no creció a doble dígito, la industria elevó sus exportaciones en un 8,6% en el último año, hasta 5.551 millones de euros, y acumula un alza agregada del 51% en los tres últimos ejercicios.



CIFRAS RELEVANTES

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

MILLONES DE EUROS

23.049

Las exportaciones de moda recuperaron la barrera de los 23.000 millones de euros en 2024.

VARIACIÓN INTERANUAL

3,8%

Las exportaciones de textil experimentaron un incremento en 2024 para anotar un nuevo récord.

MILLONES DE EUROS

6.932

En 2024, China permaneció como el principal proveedor de la moda en España.

VARIACIÓN INTERANUAL

4,6%

En 2024, las exportaciones de cuero y calzado se alzaron hasta 5.806 millones de euros.

MILLONES DE EUROS

7.400

La balanza comercial en productos de moda registra un saldo negativo de cerca de 7.400 millones de euros.

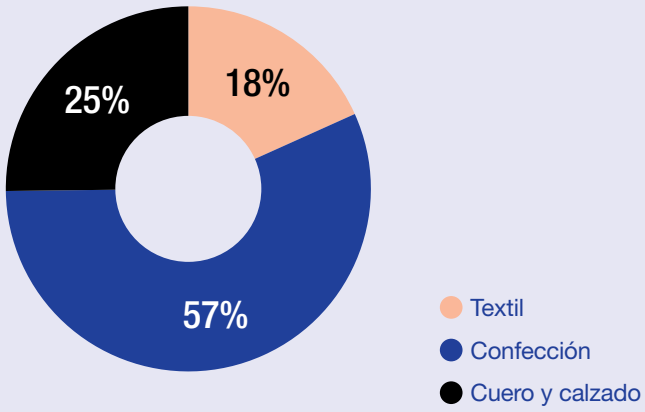
VARIACIÓN INTERANUAL

5,0%

Las importaciones de moda crecieron con fuerza en 2024, superando los 30.000 millones de euros.

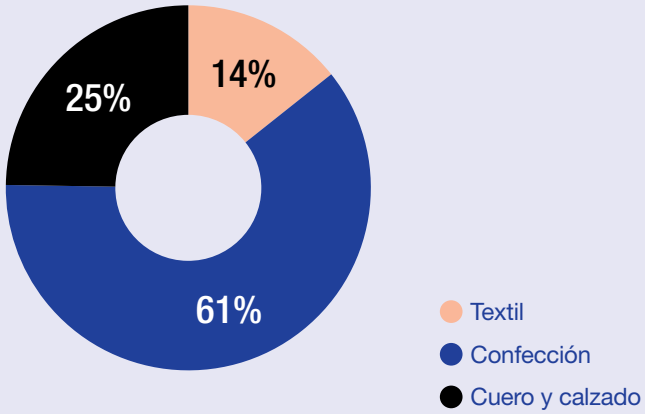
Balanza comercial

EXPORTACIONES 2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Icex

IMPORTACIONES 2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Icex

EXPORTACIONES 2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

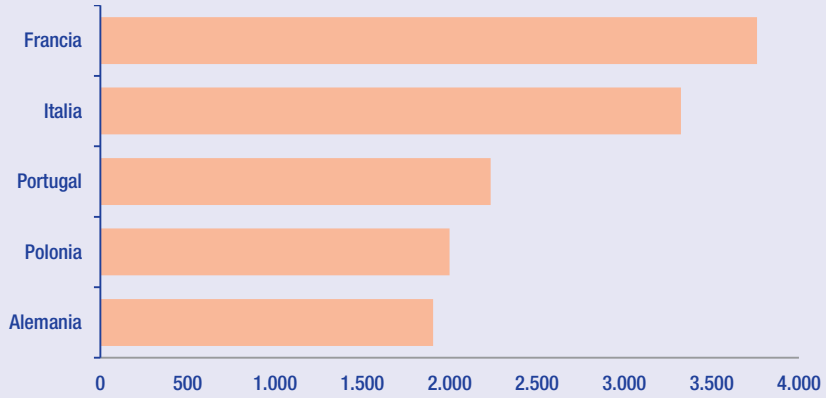
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	1.679	1.795	1.884	2.058	1.982	1.832	2.033	1.917	1.995	2.236	1.901	1.739
VAR %	-6,7	1,2	-13,3	15,1	10,0	-3,8	13,3	6,3	3,9	14,3	-1,5	2,1

EXPORTACIONES 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

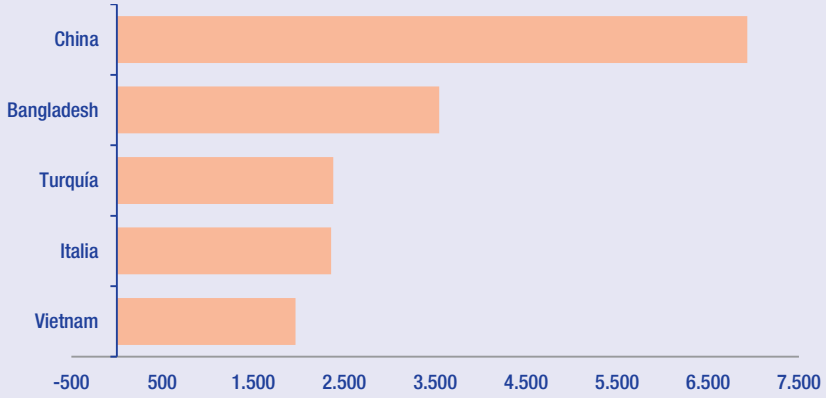
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VALOR *	17.740	19.114	20.708	20.438	21.387	17.487	20.957	23.574	22.346	23.049
VAR %	7,4	7,7	8,3	-1,3	4,6	-18,2	19,8	12,5	-5,2	3,1

EXPORTACIONES 2024. PRINCIPALES CLIENTES. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Icex

IMPORTACIONES 2024. PRINCIPALES PROVEEDORES. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Icex

IMPORTACIONES 2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	2.145	2.379	2.476	2.631	2.575	2.185	2.732	2.704	2.774	2.888	2.578	2.373
VAR %	-11,9	7,3	-4,0	16,2	3,3	-6,7	8,9	13,2	12,7	17,6	-3,2	8,7

IMPORTACIONES 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

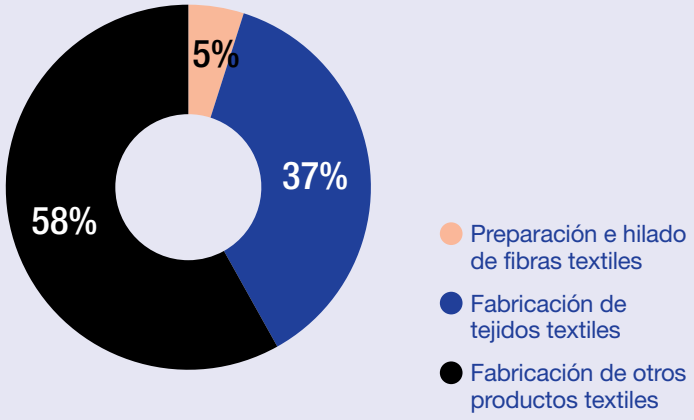
* En millones de euros.

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VALOR *	22.858	24.518	25.336	25.652	27.349	24.049	25.269	31.480	28.990	30.441
VAR %	12,2	7,3	3,3	1,2	6,6	-11,9	4,9	24,6	-7,9	5,0

Industria textil

Exportaciones

EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2024. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: Icex

Las exportaciones de productos textiles frenan la caída del ejercicio anterior y recuperan la barrera de los 4.200 millones de euros en 2024. La fabricación de otros productos textiles concentra cerca del 60% de las ventas de productos textiles al exterior.

EXPORTACIONES 2024. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	319	340	370	390	396	372	386	269	342	393	347	288
VAR %	-7,4	-5,5	-18,4	17,4	10,6	-9,4	9,3	1,8	5,8	10,8	-3,5	1,1

EXPORTACIONES 2015-2024 INDUSTRIA TEXTIL

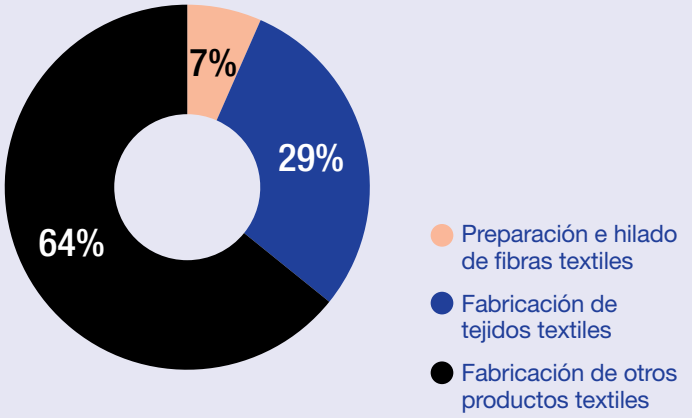
* En millones de euros

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VALOR *	3.341	3.618	3.905	3.888	3.871	3.403	4.017	4.387	4.199	4.212
VAR %	4,0	8,3	7,9	-0,4	-0,4	-12,1	18,0	9,2	-4,3	0,3

Industria textil

Importaciones

IMPORTACIONES POR SUBSECTORES 2024. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: Icex

Las compras al exterior de productos textiles aumentan un 5,2% en 2024, tras caer a doble dígito en el ejercicio precedente. Las importaciones del sector se situaron al alza respecto al año anterior durante nueve meses del año.

IMPORTACIONES 2024. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	313	380	376	385	379	345	405	333	381	390	338	333
VAR %	-11,4	11,7	3,8	13,5	-6,1	-8,4	12,6	15,6	7,0	8,3	1,5	22,9

IMPORTACIONES 2015-2024. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros

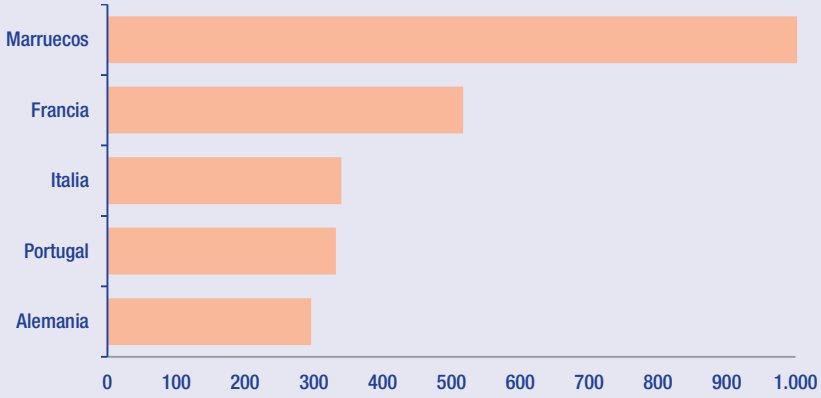
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VALOR *	3.736	4.003	4.080	3.953	4.026	5.443	4.220	4.766	4.143	4.358
VAR %	9,9	7,1	1,9	-3,1	1,8	35,2	-22,5	12,9	-13,1	5,2

Industria textil

Clientes y proveedores

EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2024. INDUSTRIA TEXTIL

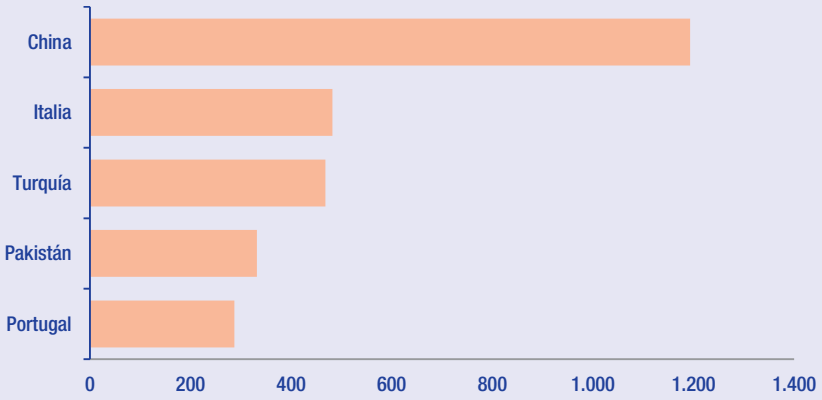
En millones de euros



Fuente: Icex

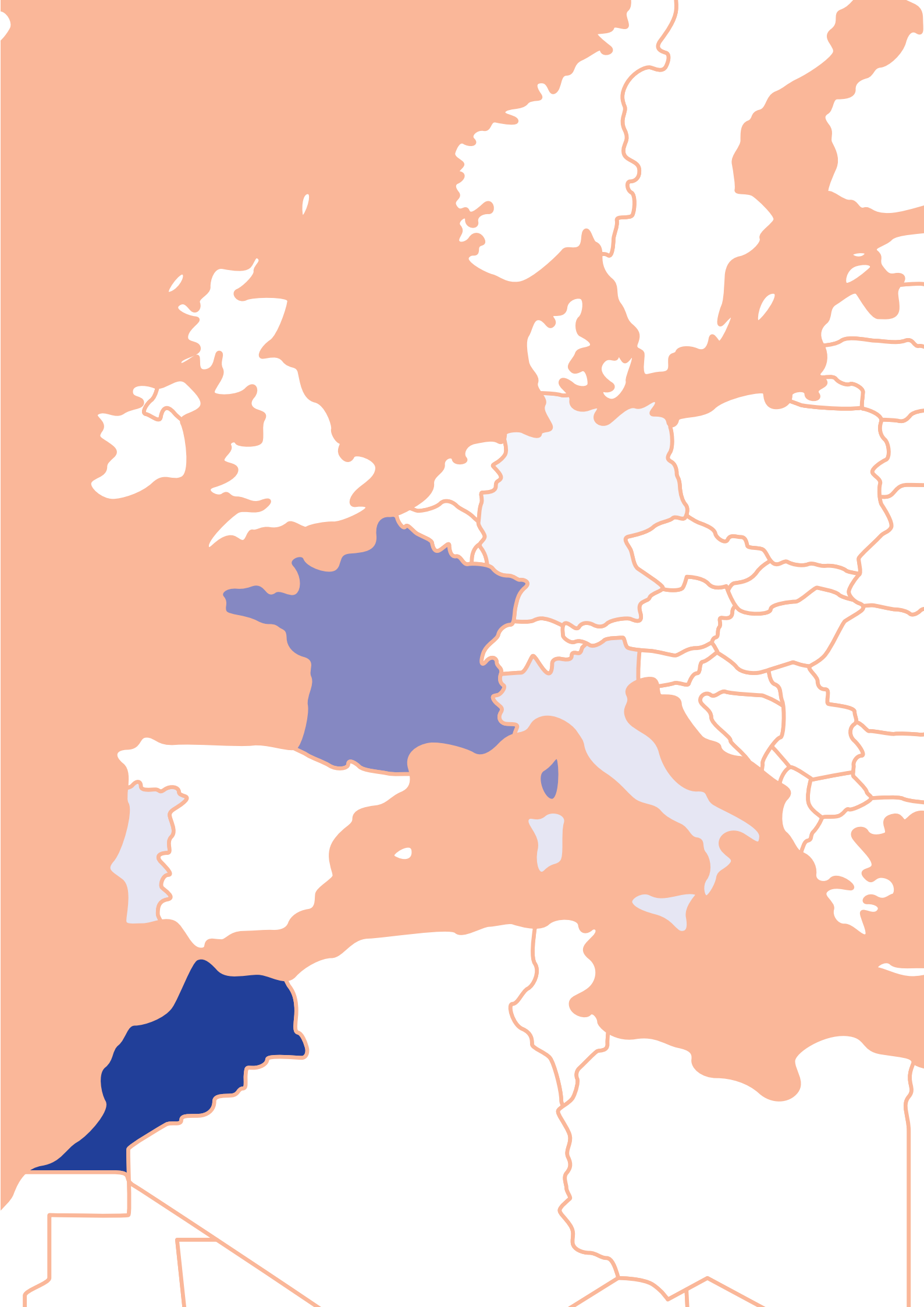
IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2024. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros



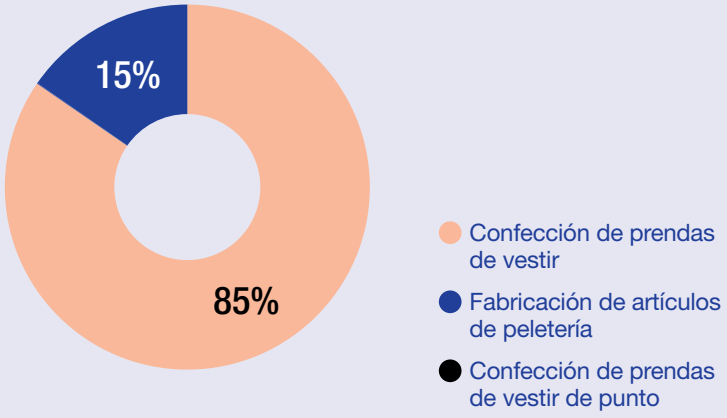
Fuente: Icex

China mantiene el trono como el mayor proveedor de la industria textil española, con Italia y Turquía cerrando el *top* 3. Marruecos, Francia e Italia permanecen como los principales clientes de textil del país.



Confección | Exportaciones

EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2024. CONFECCIÓN



Fuente: Icex

Las exportaciones de confección recuperan la tendencia positiva y se elevan un 3,5% en 2024, hasta 13.052 millones de euros. El mayor alza de las ventas de confección al exterior se registró en julio, con un 15,6% más que en 2023.

EXPORTACIONES 2024. CONFECCIÓN

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	910	948	1.015	1.147	1.106	1.015	1.100	1.135	1.160	1.332	1.111	1.054
VAR %	-9,6	0,4	-12,9	10,0	11,4	-2,5	15,6	4,4	4,2	14,7	0,7	6,5

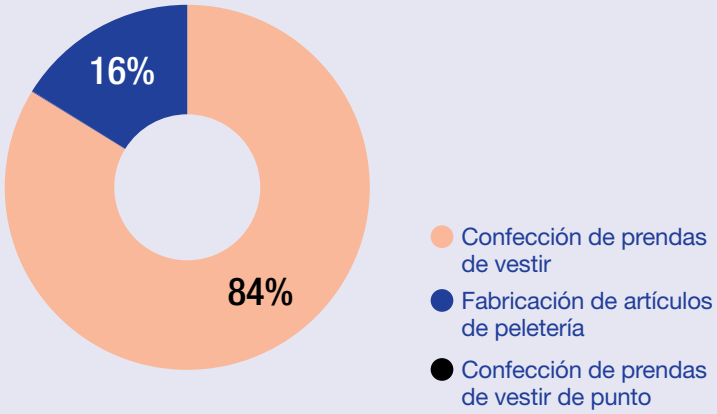
EXPORTACIONES 2015-2024. CONFECCIÓN

* En millones de euros

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VALOR *	10.464	11.394	12.520	12.249	13.100	10.421	12.723	13.950	12.597	13.032
VAR %	12,7	8,9	9,9	-2,2	6,9	-20,4	22,1	9,6	-9,7	3,5

Confección | Importaciones

IMPORTACIONES POR SUBSECTORES 2024. CONFECCIÓN



Fuente: Icex

Las compras al exterior de productos de confección alcanzan los 18.550 millones de euros en el último ejercicio tras elevarse un 4,1% respecto a 2023. Las prendas de vestir concentraron el 84% de las importaciones.

IMPORTACIONES 2024. CONFECCIÓN

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	1.232	1.394	1.481	1.626	1.585	1.327	1.603	1.671	1.729	1.838	1.624	1.441
VAR %	-14,8	6,0	-7,7	12,3	3,3	-4,7	6,7	11,7	13,7	20,4	-3,4	7,1

IMPORTACIONES 2015-2024. CONFECCIÓN

* En millones de euros

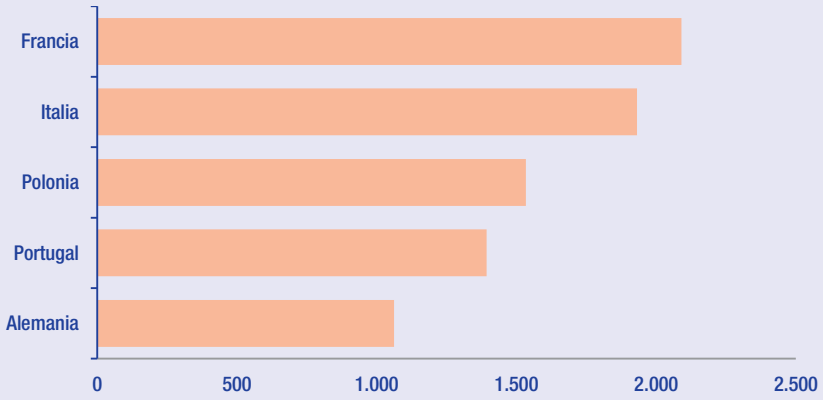
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VALOR *	14.470	15.649	16.223	16.638	17.786	14.459	16.142	19.721	17.812	18.550
VAR %	13,9	8,1	3,7	2,6	6,9	-18,7	11,6	22,2	-9,7	4,1

Confección

Clientes y proveedores

EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2024. CONFECCIÓN

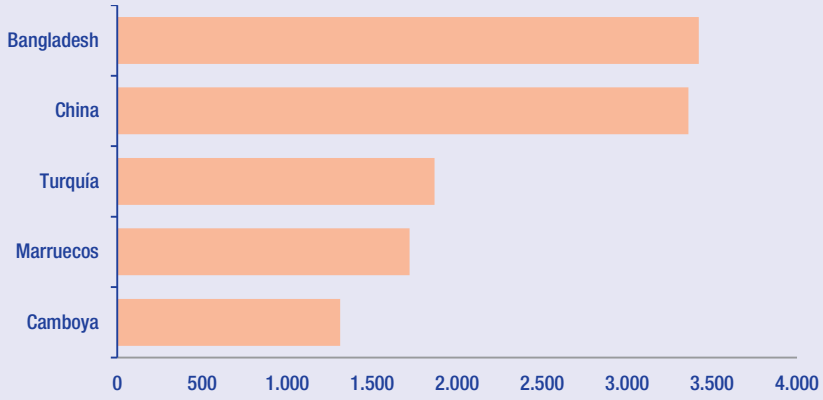
En millones de euros



Fuente: Icex

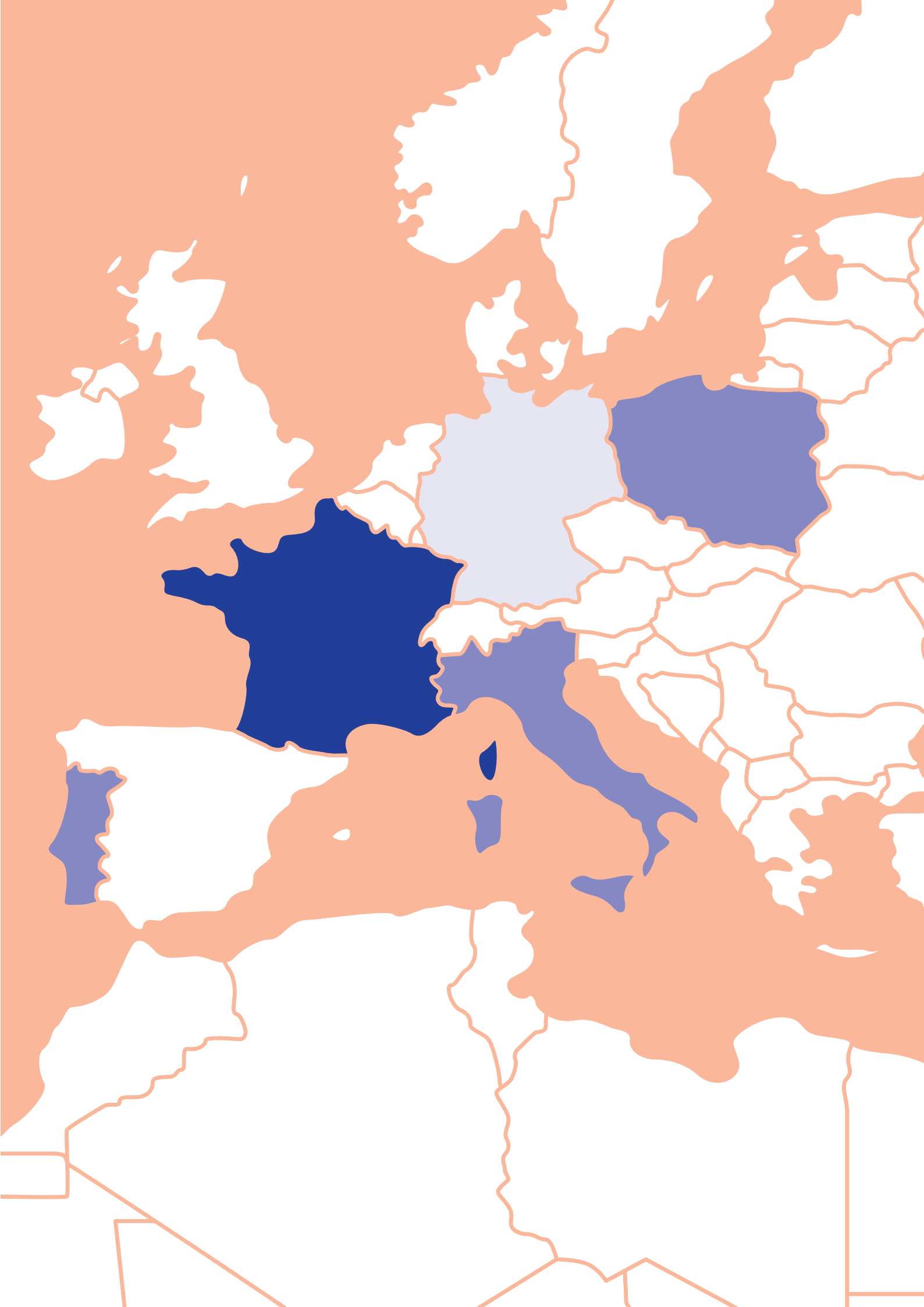
IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2024. CONFECCIÓN

En millones de euros



Fuente: Icex

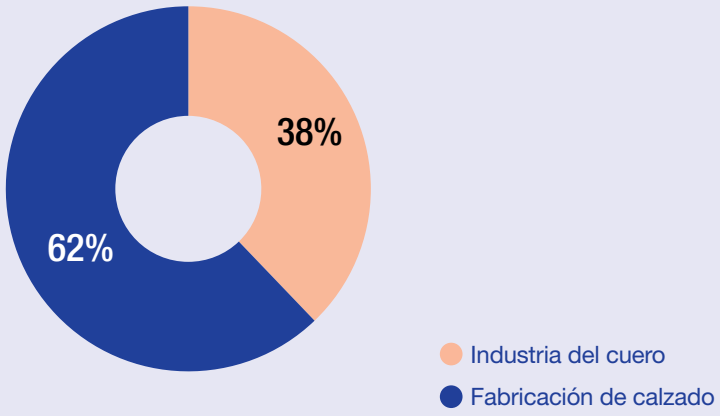
Francia, Italia y Polonia repiten como los tres principales clientes de la confección española. Bangladesh lidera la lista de proveedores, seguida de cerca por China. Turquía cierra el podio de las importaciones de confección.



Cuero y calzado

Exportaciones

EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2024. CUERO Y CALZADO



Fuente: Icex

Las exportaciones de cuero y calzado crecen por cuarto año consecutivo y se acercan a la barrera de los 6.000 millones de euros en 2024. La industria del cuero gana peso relativo en las ventas al exterior y ya concentra un 38% del total.

EXPORTACIONES 2024. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	450	507	499	521	479	445	548	513	492	511	444	397
VAR %	0,4	7,8	-9,8	26,0	6,6	-1,9	11,5	13,5	1,9	16,0	-5,1	-7,4

EXPORTACIONES 2015-2024. CUERO Y CALZADO

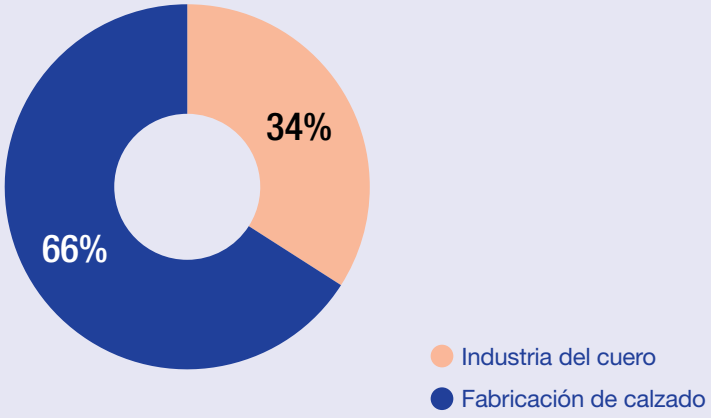
* En millones de euros

	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VALOR *	3.935	4.103	4.282	4.301	4.416	3.662	4.175	5.111	5.551	5.806
VAR %	-2,2	4,3	4,4	0,4	2,7	-17,1	14,0	22,4	8,6	4,6

Cuero y calzado

Importaciones

IMPORTACIONES POR SUBSECTORES 2024. CUERO Y CALZADO



Fuente: Icex

Las compras al exterior de productos de cuero y calzado vuelven a crecer tras la desaceleración de 2023, hasta 7.534 millones de euros. El calzado pierde un punto de peso relativo y concentra un 66% del total en el último ejercicio.

IMPORTACIONES 2024. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	600	605	619	620	611	514	724	700	664	660	616	599
VAR %	-5,9	7,6	1,3	30,1	10,3	-10,3	11,9	15,9	13,5	16,0	-4,9	5,8

IMPORTACIONES 2015-2024. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

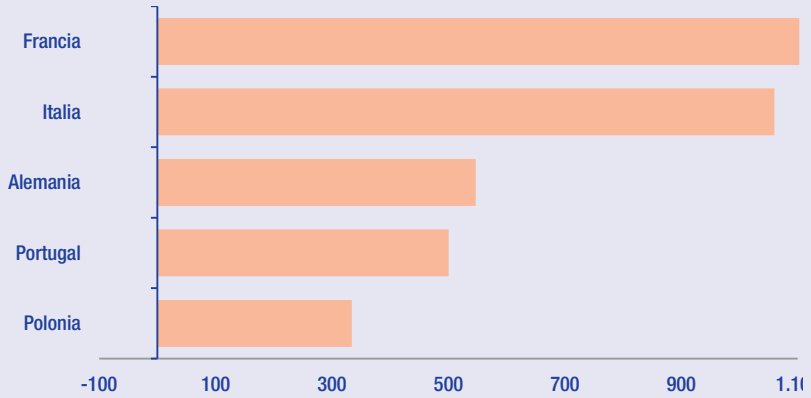
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
VALOR *	4.651	4.866	5.033	5.061	5.538	4.193	4.906	6.900	7.027	7.534
VAR %	9,1	4,6	3,4	0,6	9,4	-24,3	17,0	40,7	1,8	7,1

Cuero y calzado

Clientes y proveedores

EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2024. CUERO Y CALZADO

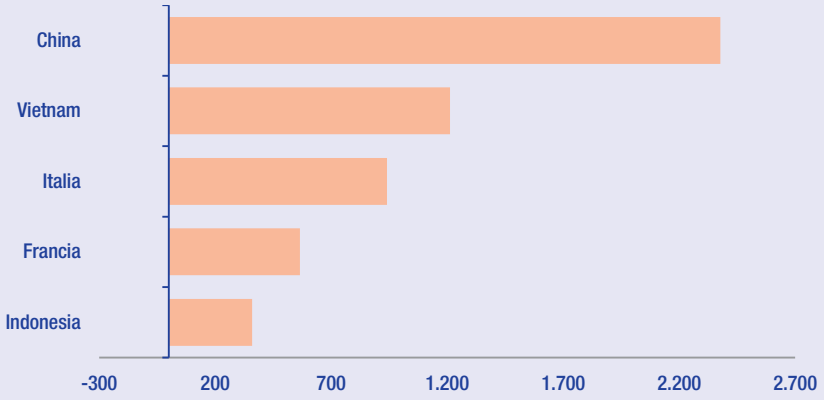
En millones de euros



Fuente: Icex

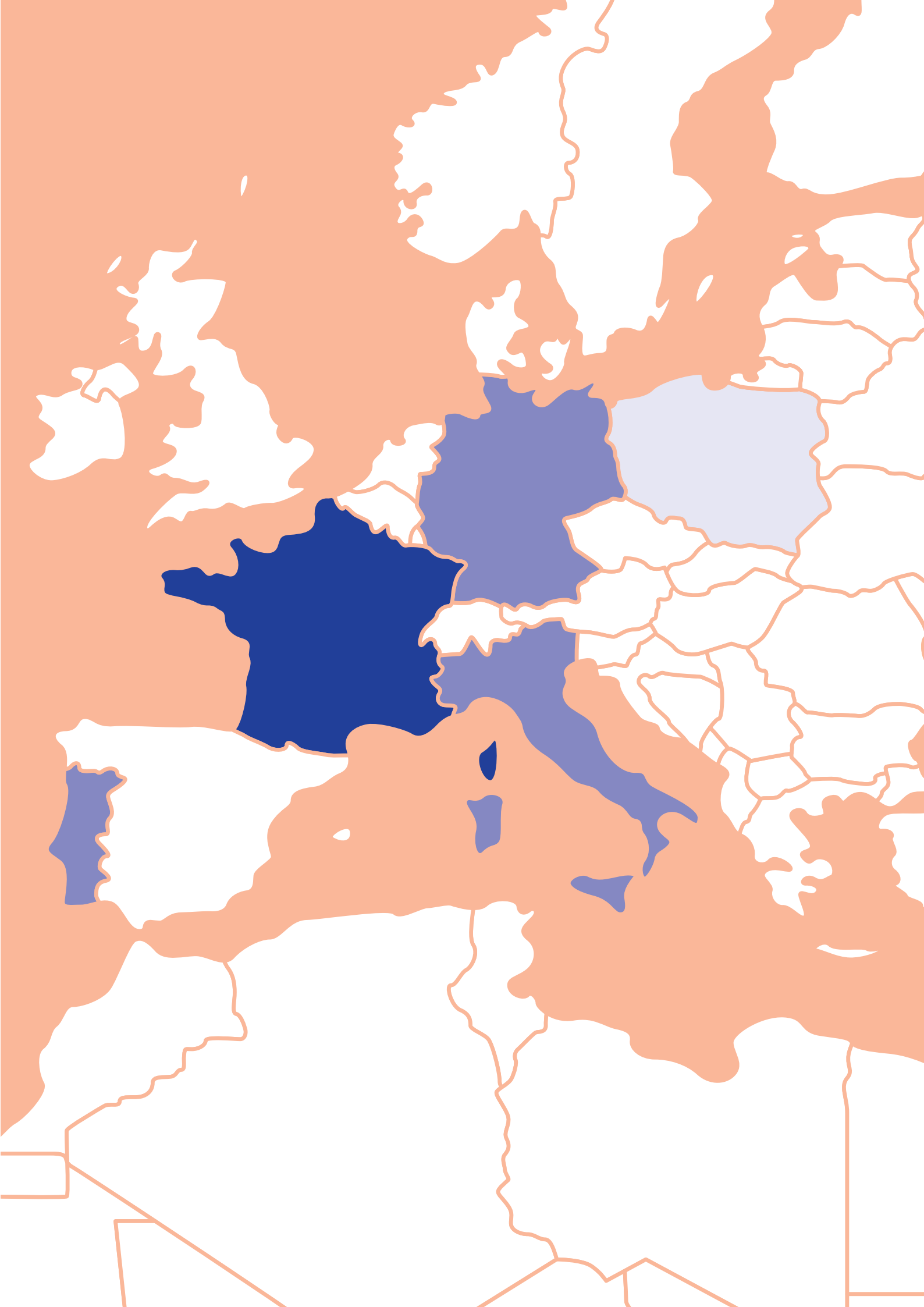
IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2024. CONFECCIÓN

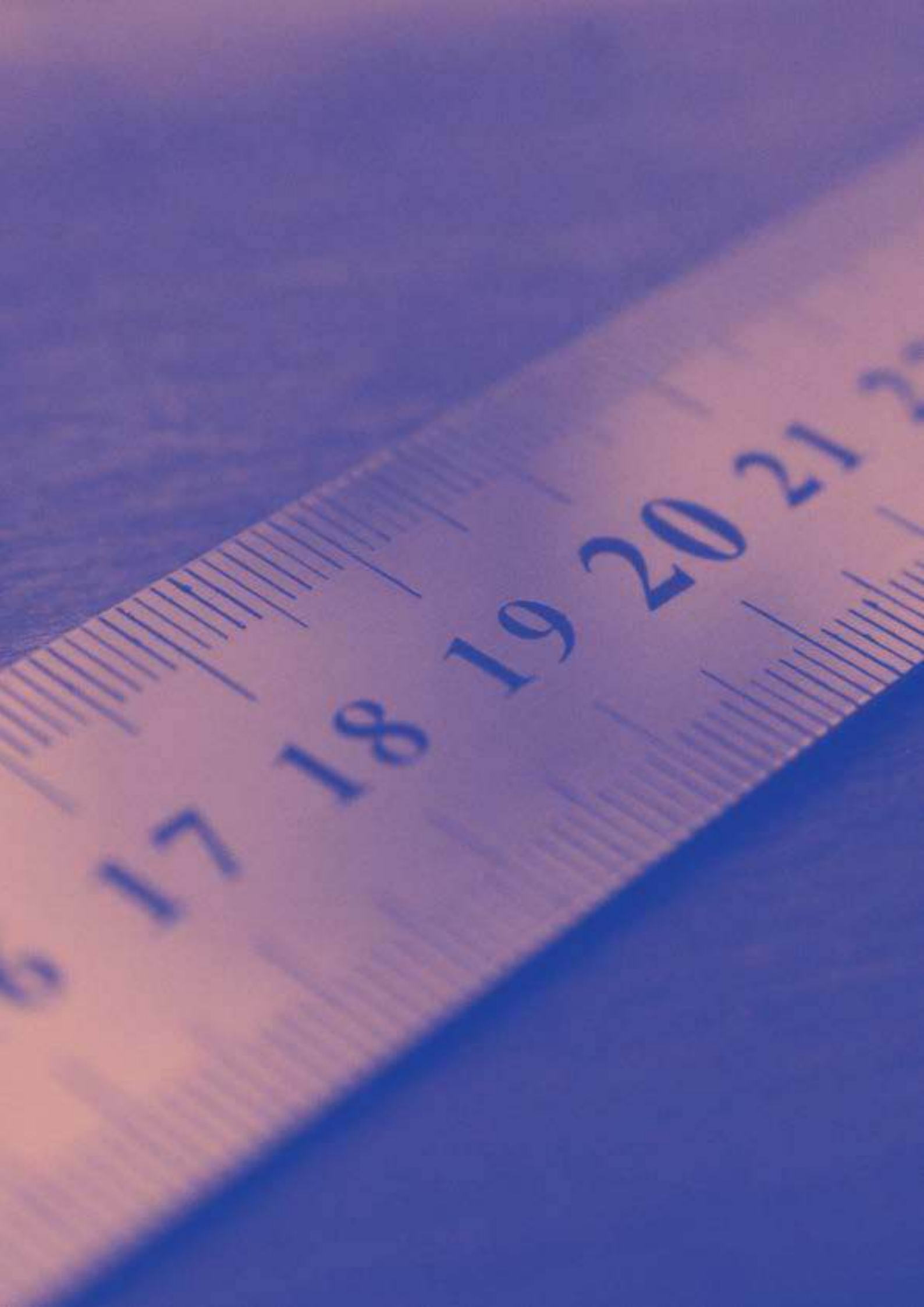
En millones de euros



Fuente: Icex

Francia se mantiene como el principal cliente del cuero y el calzado español, Italia recorta distancias y Alemania cierra el podio. En cuanto a proveedores, China lidera la lista y dobla en valor a Vietnam e Italia, que se mantienen en el *top 3*.




17
18
19
20
21

3 Precios

En un ejercicio en el cual la inflación vuelve a situarse en valores normales tras varios años de fuertes alzas en los precios, los productos de vestido y calzado cosecharon incrementos muy por debajo de los índices generales. En concreto, el Índice de Precios al Consumo (IPC) general registró una subida del 2,8% a cierre de 2024, mientras que el vestido alzó sus precios en un 0,7% en el mismo periodo, pese a comenzar el año con incrementos más pronunciados que fueron relajándose a medida que avanzó el ejercicio. El calzado, por su parte, anotó una rebaja en sus etiquetas del 0,2%, la primera desde 2009. El sector, que también inició el ejercicio con alzas cercanas al 2%, sólo registró evoluciones a la baja en septiembre y diciembre.

Los precios industriales, por su parte, volvieron a situarse al alza tras un año de ajuste. Dentro de la moda, el del cuero y el calzado fue el sector que más los elevó, con un incremento interanual del 0,9%.

Las exportaciones aumentaron su precio por encima del 2% en los sectores del textil y la confección, mientras que los de las compras al exterior mantuvieron evoluciones planas respecto a 2023.

CIFRAS RELEVANTES

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

VARIACIÓN INTERANUAL

0,5%

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

VARIACIÓN INTERANUAL

-0,2%

Los precios del calzado se situaron a la baja en el último año por primera vez desde 2009.

VARIACIÓN INTERANUAL

2,4%

Las prendas de vestir de niño y bebé registraron el mayor alza de precios del sector en 2024.

VARIACIÓN INTERANUAL

1,8%

Los precios industriales de los productos textiles se situaron al alza en 2024.

VARIACIÓN INTERANUAL

0,3%

Los precios industriales de la confección mantienen un alza moderada en el último año.

VARIACIÓN INTERANUAL

2,3%

El precio de las exportaciones de productos textiles se recuperó de la caída sufrida en el año anterior.

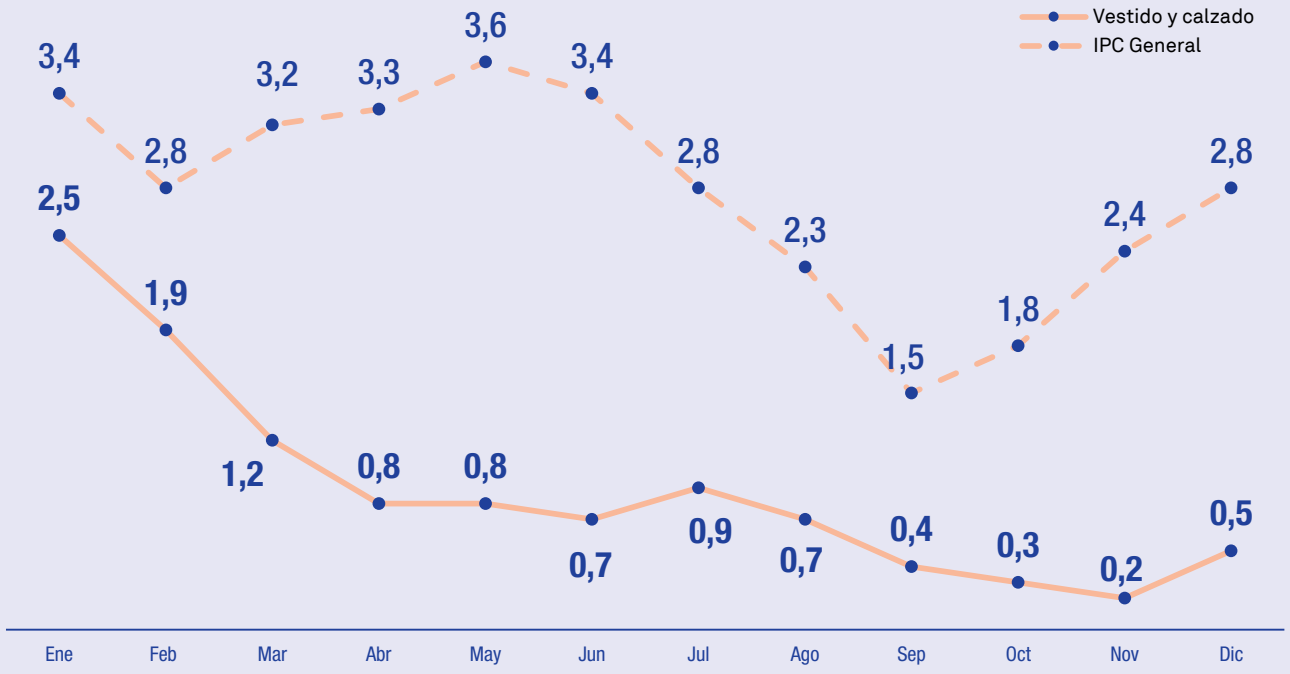
Precios al consumo

↑ 0,5%

Vestido y calzado cerraron 2024 con una subida de precios moderada, que se queda a 2,3 puntos del Índice de Precios al Consumo (IPC) general.

IPC 2024.
VESTIDO Y CALZADO

Variación interanual. En porcentaje



Fuente: INE

IPC 2024. VESTIDO

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

IPC 2015-2024. VESTIDO

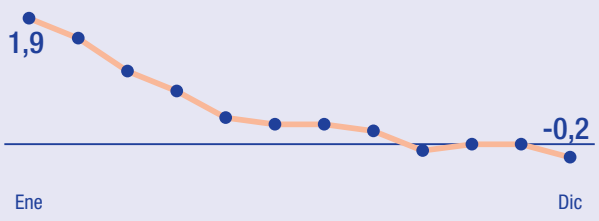
Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

Los precios del vestido suben más que los del calzado por primera vez en cuatro años. Pese a ello, ambas permanecen netamente debajo del incremento general de los precios al consumo en España.

IPC 2024. CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPC 2015-2024. CALZADO

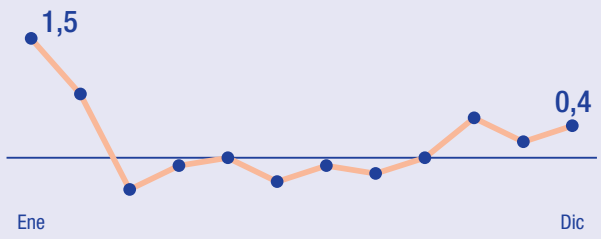
Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

Ropa de hombre y mujer

IPC 2024. PRENDAS DE VESTIR DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPC 2015-2024. PRENDAS DE VESTIR DE HOMBRE

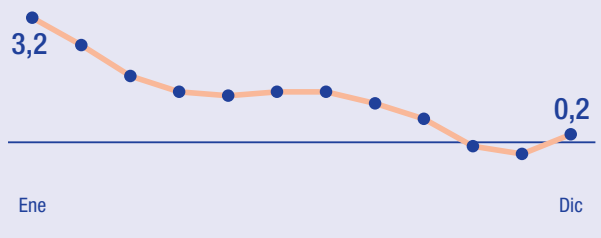
Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

Las prendas de vestir de hombre y mujer registraron subidas de precios del 0,2% y el 0,4%, respectivamente, tras fluctuar en diversas ocasiones durante el ejercicio. Los registros de 2024 caen en más de un punto en relación a 2023.

IPC 2024. PRENDAS DE VESTIR DE MUJER

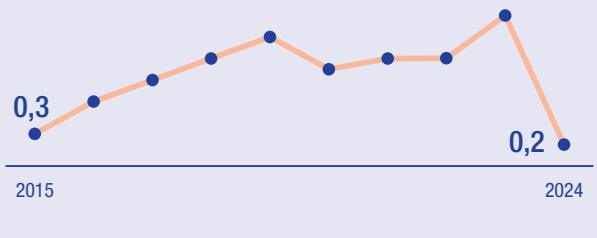
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPC 2015-2024. PRENDAS DE VESTIR DE MUJER

Variación anual. En porcentaje

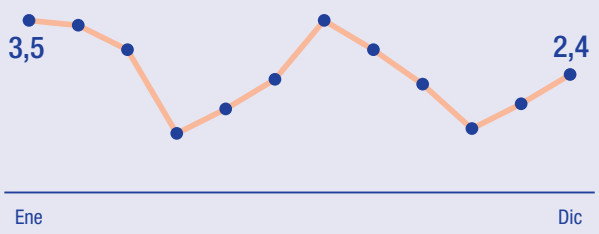


Fuente: INE

Ropa de niño y complementos

IPC 2024. PRENDAS DE VESTIR DE NIÑO Y BEBÉ

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPC 2015-2024. PRENDAS DE VESTIR DE NIÑO Y BEBÉ

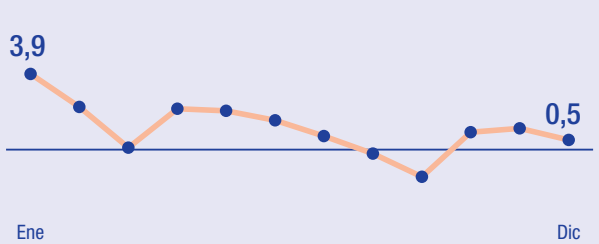
Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

Las prendas de vestir de niño y bebé se erigen como la categoría cuyos precios aumentan más en 2024, con un alza del 2,4%. Los complementos y reparaciones de prendas de vestir engordan sus etiquetas en un 0,5% con respecto a 2023.

IPC 2024. COMPLEMENTOS Y REPARACIONES DE PRENDAS DE VESTIR

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

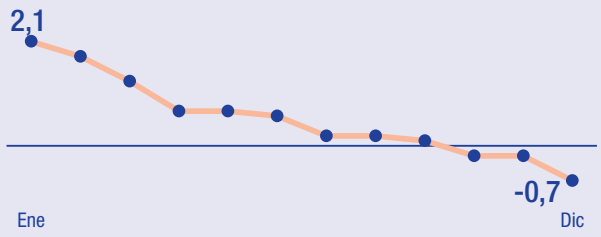
IPC 2015-2024. COMPLEMENTOS Y REPARACIONES DE PRENDAS DE VESTIR

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

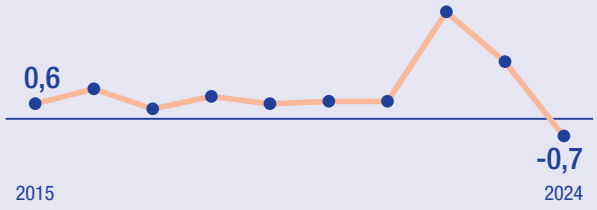
Calzado de hombre y mujer

IPC 2024. CALZADO DE HOMBRE
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPC 2015-2024. CALZADO DE HOMBRE
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El calzado de hombre rebajó sus etiquetas en 2024 por primera vez en la serie histórica. Las categorías de mujer y niño y bebé incrementan sus precios, aunque a muy bajo ritmo: suben un 0,1% y un 0,3%, respectivamente.

IPC 2024. CALZADO DE MUJER
Variación anual. En porcentaje

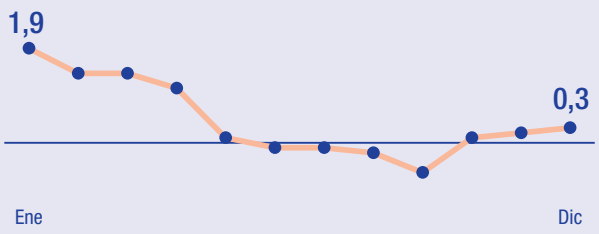
Fuente: INE

IPC 2015-2024. CALZADO DE MUJER
Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

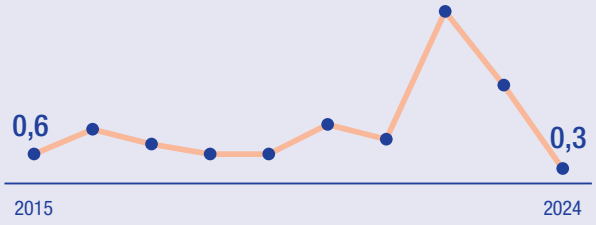
Calzado de niño y textil hogar

IPC 2024. CALZADO DE NIÑO Y BEBÉ
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

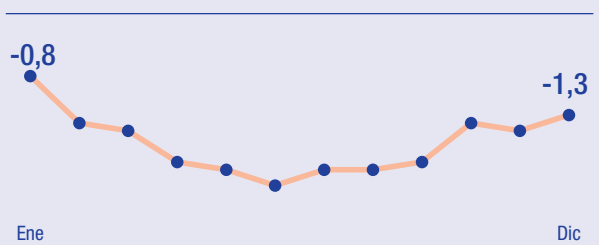
IPC 2015-2024. CALZADO DE NIÑO Y BEBÉ
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

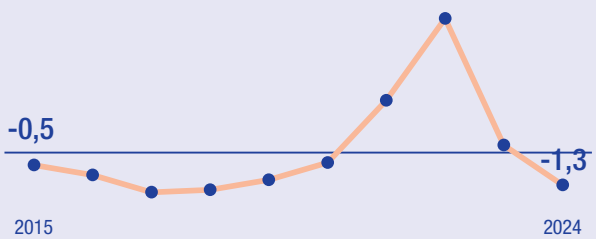
Los textiles y acccesorios para el hogar encogen sus precios por primera vez desde el año de la pandemia. La disminución, del 1,3% en relación con los datos de 2023, es la tercera mayor de la década, superada por las de 2017 y 2018.

IPC 2024. TEXTILES Y ACCESORIOS PARA EL HOGAR
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPC 2015-2024. TEXTILES Y ACCESORIOS PARA EL HOGAR
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

Precios industriales

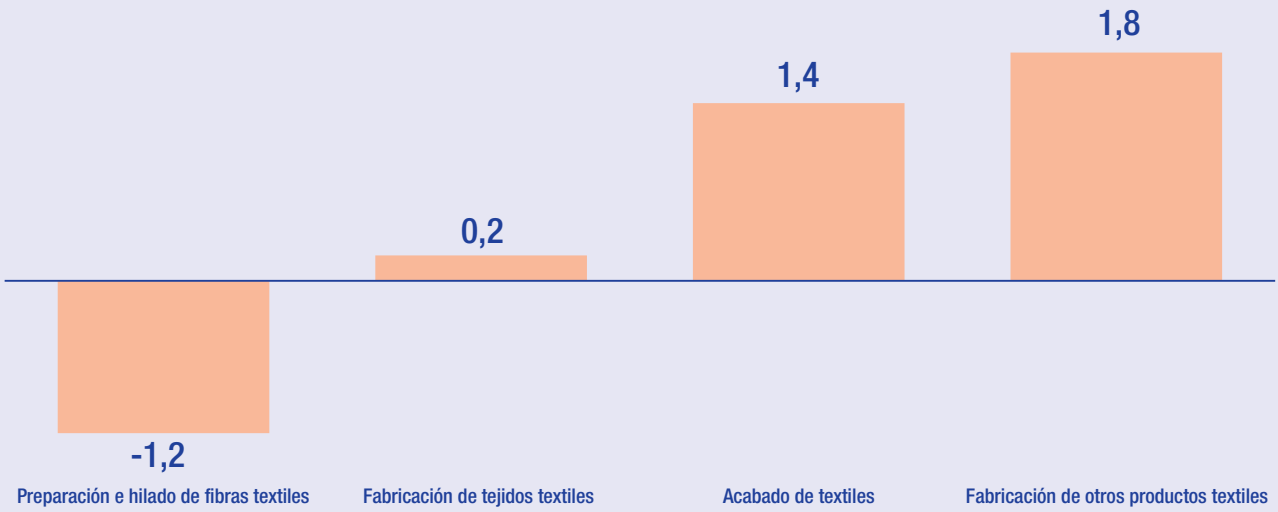
Industria textil

↑ **1,8%**

La fabricación de otros productos textiles anotó la mayor subida de precios del textil. La preparación e hilado de fibras textiles es el único subsector cuyos precios caen.

IPRI POR SUBSECTORES 2024. INDUSTRIA TEXTIL

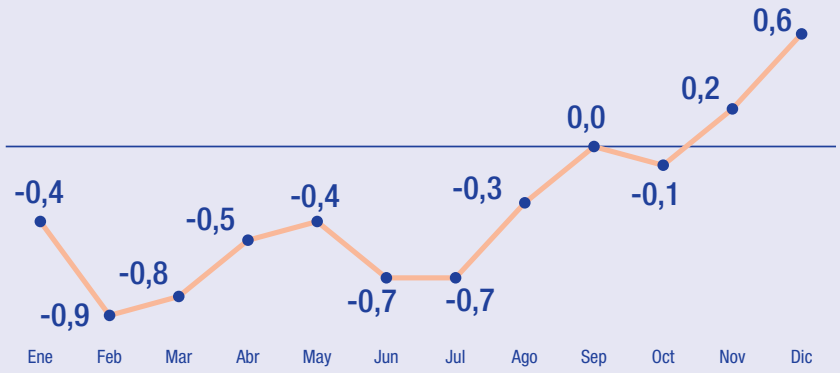
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRI 2024. INDUSTRIA TEXTIL

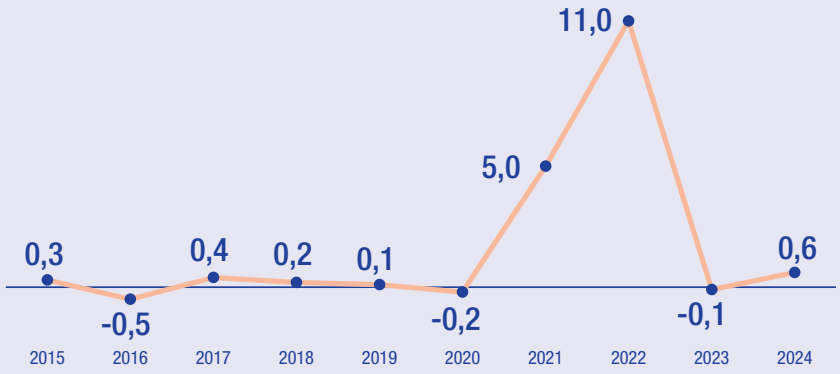
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRI 2015-2024. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

Los precios industriales del sector textil retomaron las subidas en 2024, tras la ligera regresión sufrida en el ejercicio precedente. El alza, del 0,6%, se sitúa a niveles cercanos a las oscilaciones de precios previas a la pandemia.

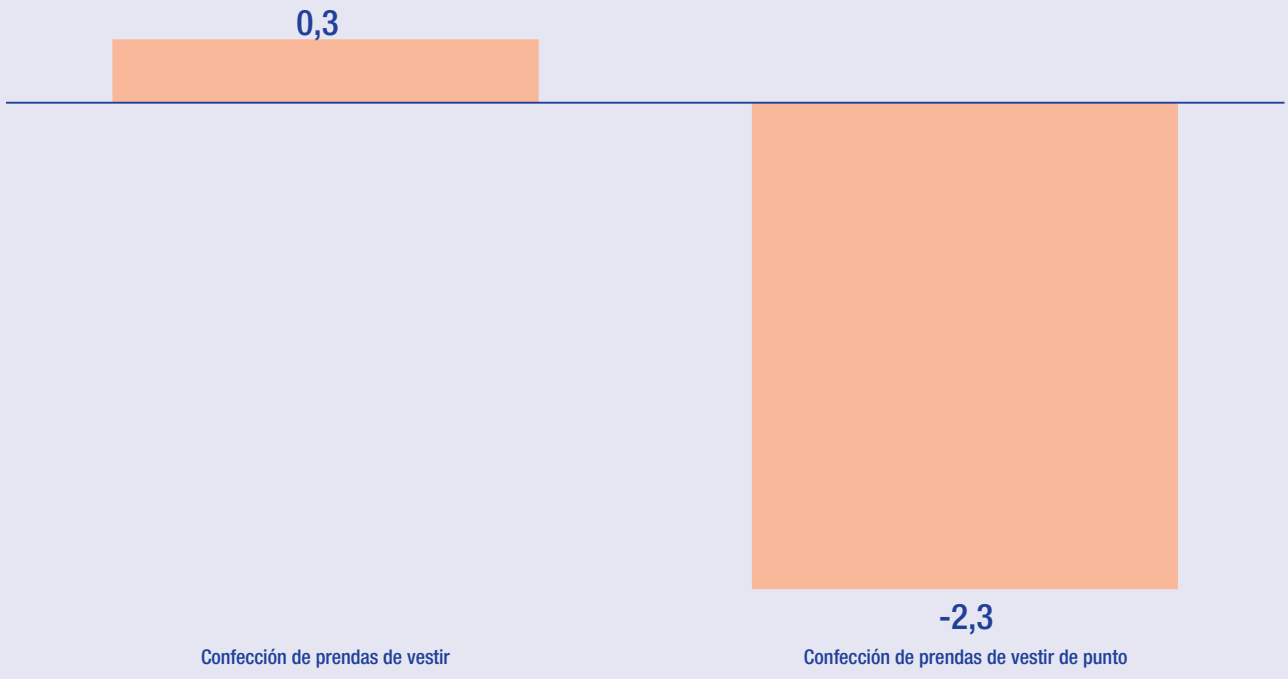
Confección

↑ **0,3%**

La confección de prendas de vestir eleva ligeramente sus precios industriales en 2024, mientras que el punto los contrae en un 2,3% respecto al ejercicio precedente.

IPRI POR SUBSECTORES 2024. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

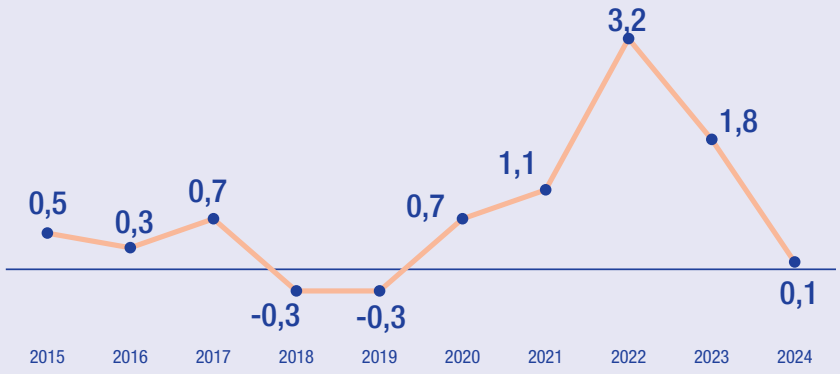
IPRI 2024. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

IPRI 2015-2024. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El sector de la confección en España cerró el último ejercicio con un ligero incremento de sus precios industriales. La subida, del 0,1%, representa el quinto incremento consecutivo en las etiquetas.

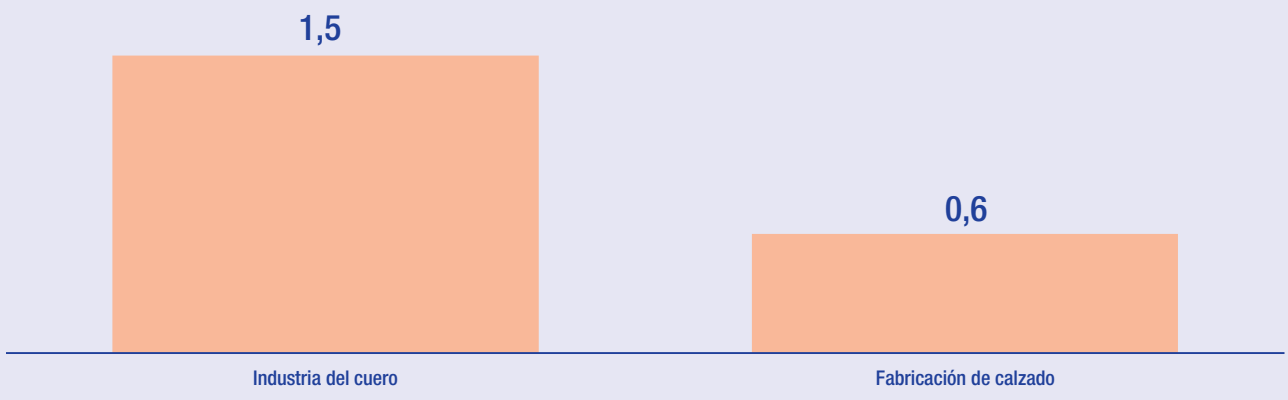
Cuero y calzado

↑ **1,5%**

Los precios industriales de la industria del cuero se incrementaron en un 1,5% en 2024, mientras que el calzado moderó la subida respecto al ejercicio precedente.

IPRI POR SUBSECTORES 2024. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

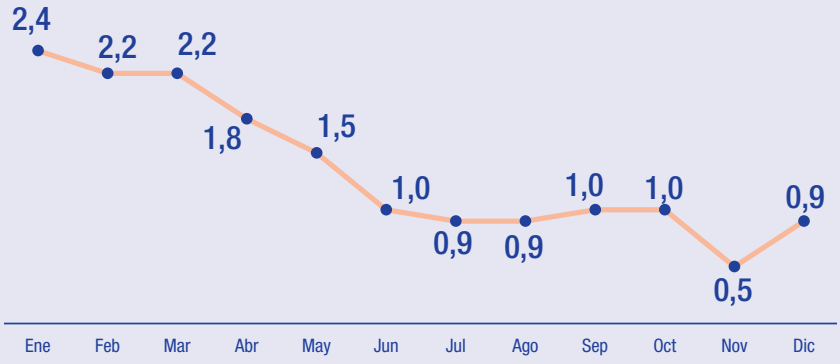
IPRI 2015-2024.
CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

IPRI 2024.
CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

La industria del cuero y el calzado modera la subida de sus precios tras dos años de fuertes incrementos. El incremento, de nueve décimas respecto a 2023, se sitúa en el mismo valor que en el año posterior a la irrupción de la pandemia.

Precios a la exportación y a la importación

Industria textil

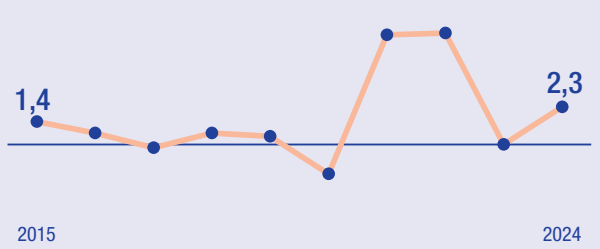
IPRIX 2024. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

IPRIX 2015-2024. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje

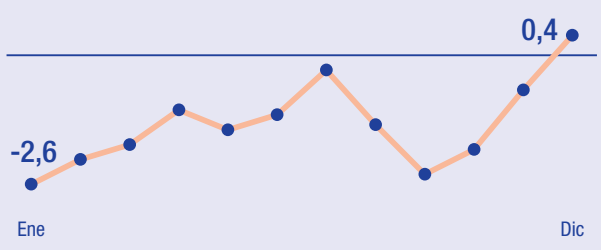


Fuente: INE

El Índice de Precios de Exportación (Iprix) de la industria textil escaló un 2,3% en 2024. El Índice de Precios de Importación (Iprim) del sector, por su parte, registró un alza moderada del 0,4%.

IPRIM 2024. INDUSTRIA TEXTIL

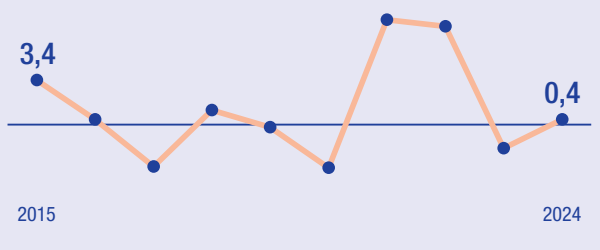
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRIM 2015-2024. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje

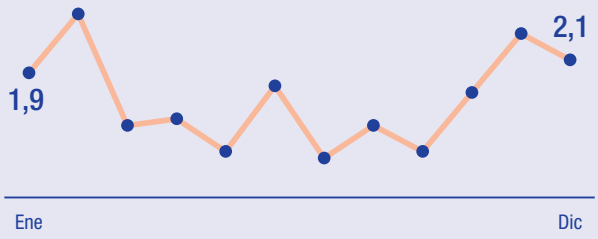


Fuente: INE

Confección

IPRIX 2024. CONFECCIÓN

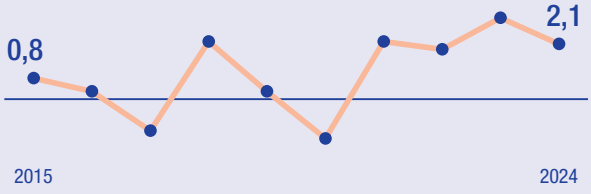
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRIX 2015-2024. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje

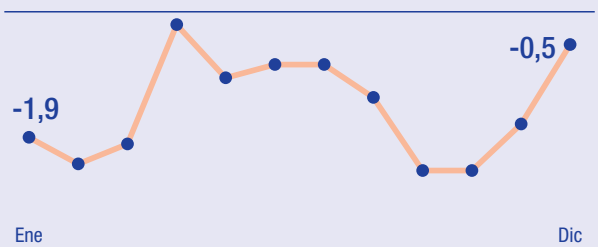


Fuente: INE

La confección moderó en un punto el alza de sus precios de exportación en 2024, hasta el 2,1%. Las etiquetas de las compras al exterior, en cambio, registraron la segunda caída consecutiva durante el ejercicio.

IPRIM 2024. CONFECCIÓN

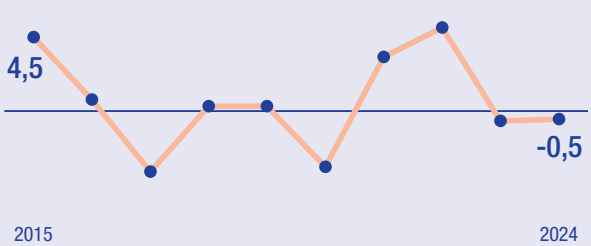
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRIM 2015-2024. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje

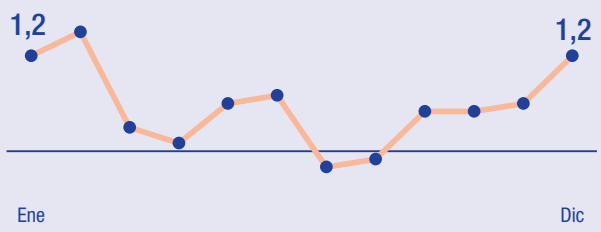


Fuente: INE

Cuero y calzado

IPRIX 2024. CUERO Y CALZADO

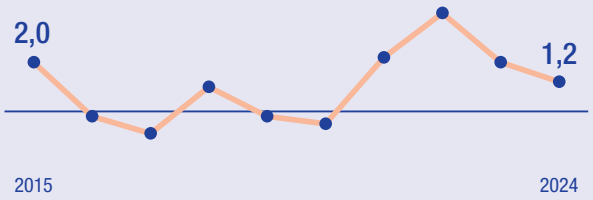
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRIX 2015-2024. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

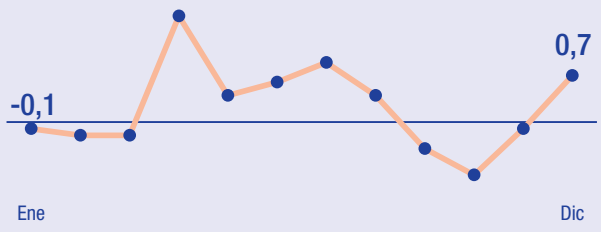


Fuente: INE

La industria española del cuero y el calzado modera el alza de sus precios de exportación en 2024, hasta el 1,2%. Los precios de importación, por el contrario, suben un 0,7% tras la ligera regresión anotada en el año precedente.

IPRIM 2024 CUERO Y CALZADO

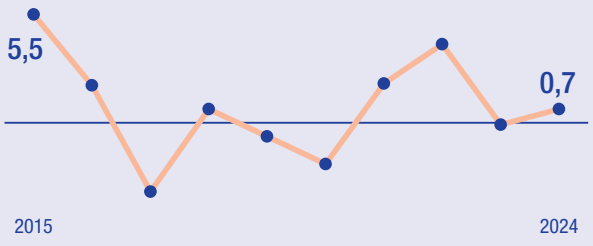
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

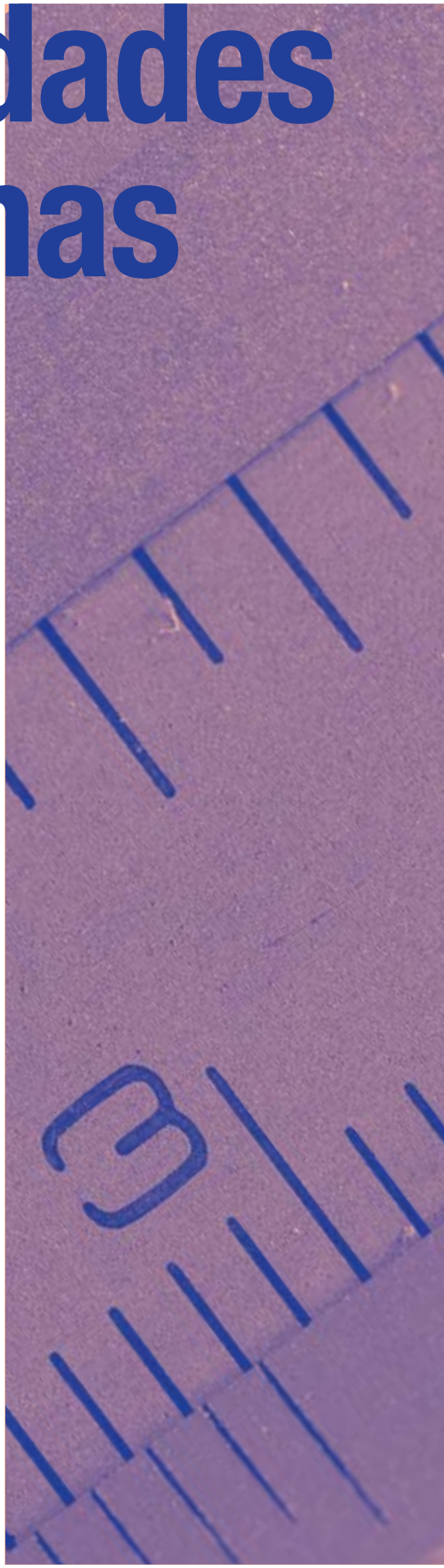
IPRIM 2015-2024. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

4 Comunidades autónomas



Comunidad Valenciana, Cataluña, Andalucía, Galicia, Castilla-La Mancha y Comunidad de Madrid se sitúan un año más como los principales polos de la industria española de la moda. Las seis comunidades lideran el ránking por número de trabajadores, empresas y volumen de negocio generado en los sectores del textil, de la confección y del cuero y el calzado.

Un año más, Comunidad Valenciana lidera en número de trabajadores y empresas, mientras que Cataluña permanece como la región donde la industria de la moda obtiene una mayor cifra de negocio. En 2024, la pugna por la tercera posición en la que históricamente han participado Galicia y Andalucía continúa reñida: la primera factura más, mientras que la segunda crea más empleo y tiene un tejido empresarial más denso.

La Comunidad de Madrid se erige como la quinta región donde la moda crea más empleo, mientras que es cuarta en cuanto a facturación y número de empresas. Castilla-La Mancha, por su parte, retrocede hasta la sexta posición en empleo tras una caída a doble dígito, pero se mantiene quinta por número de empresas y facturación.

Pese al firme liderazgo de las seis primeras regiones, no son los únicos polos del sector de la moda en España. En comunidades como la Región de Murcia, La Rioja, Aragón, Baleares, Castilla y León o el País Vasco, la moda emplea a más de 1.500 trabajadores, factura más de 150 millones de euros y forma tejidos empresariales de más de 250 compañías.

CIFRAS RELEVANTES

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

TRABAJADORES

35.545

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

MILLONES DE EUROS

667

Andalucía incrementa la facturación de su industria de la moda en un 23,6% en 2024.

MILLONES DE EUROS

5.123

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

VARIACIÓN INTERANUAL

12,3%

Galicia incrementa sus exportaciones de moda y deja atrás un ejercicio de estancamiento.

NÚMERO DE EMPRESAS

3.893

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

VARIACIÓN INTERANUAL

3,0%

Madrid retoma el crecimiento en el valor de sus exportaciones de moda tras un año de fuerte caída.

4. Comunidades autónomas

COMUNIDAD VALENCIANA
- 35.545
- 4.232
- 3.893

REGIÓN DE MURCIA
- 3.518
- 372
- 662

NAVARRA
- 907
- 120
- 150

CATALUÑA
- 30.184
- 5.123
- 3.576

LA RIOJA
- 3.357
- 583
- 285

CANARIAS
- 912
- 168
- 310

ANDALUCÍA
- 14.683
- 667
- 2.435

ARAGÓN
- 3.004
- 331
- 369

ASTURIAS
- 996
- 73
- 177

GALICIA
- 10.078
- 2.067
- 883

BALEARES
- 1.684
- 168
- 360

CANTABRIA
- 683
- 152
- 98

CASTILLA-LA MANCHA
- 6.840
- 891
- 985

CASTILLA Y LEÓN
- 2.237
- 185
- 476

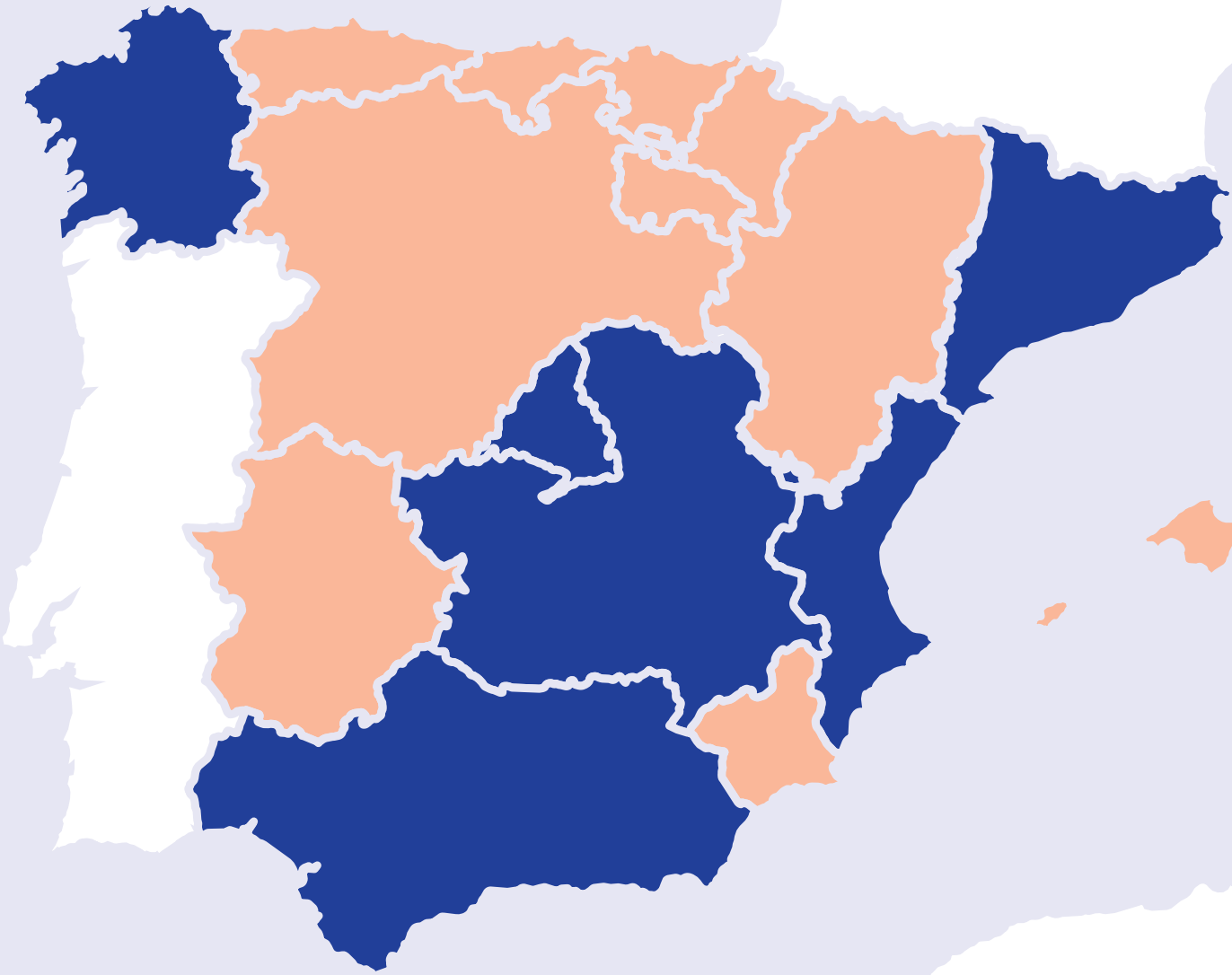
EXTREMADURA
- 477
- 18
- 177

COMUNIDAD DE MADRID
- 8.541
- 1.071
- 1.583

PAÍS VASCO
- 1.607
- 158
- 517

TRABAJADORES
FACTURACIÓN
EMPRESAS

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



4. Comunidades autónomas

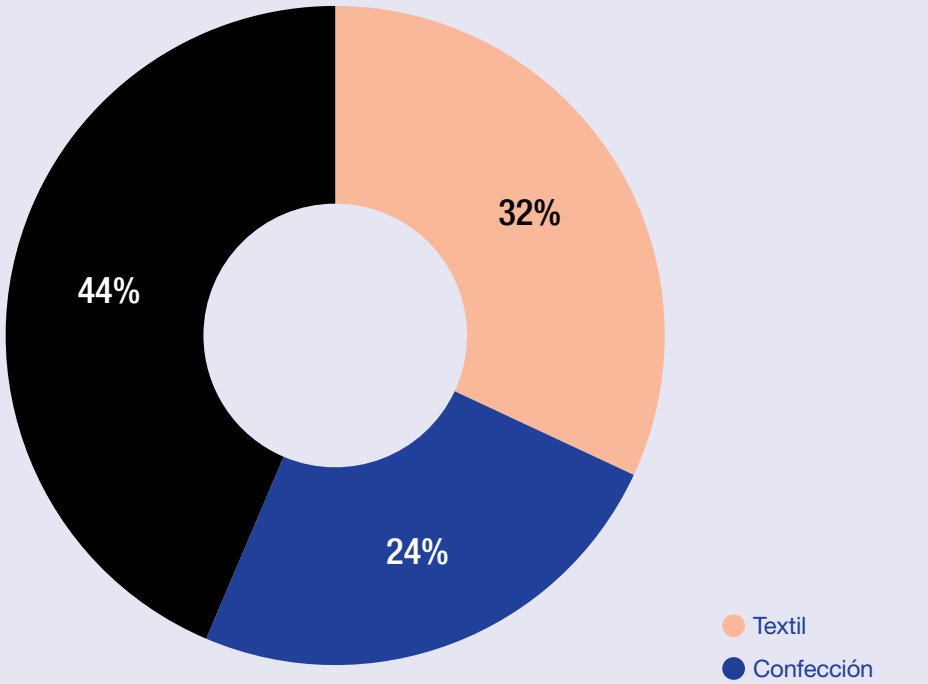
Fuente: INE

Comunidad Valenciana

44%

Las compañías dedicadas a la fabricación de calzado continúan concentrando cerca de la mitad del tejido empresarial de la moda en la Comunidad Valencinana.

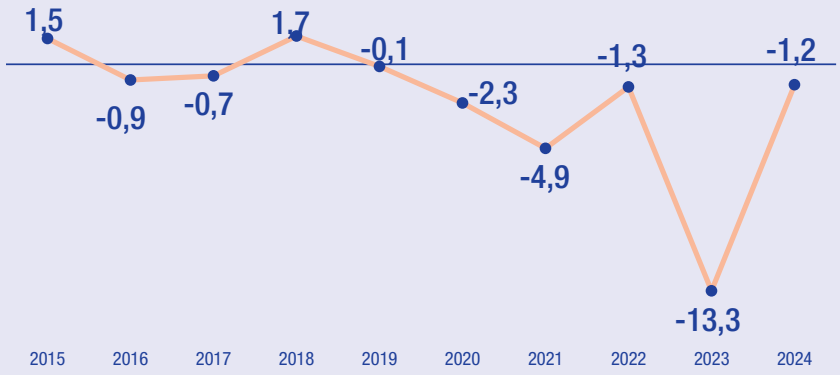
EMPRESAS POR SECTOR 2024



Fuente: INE

EMPRESAS 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

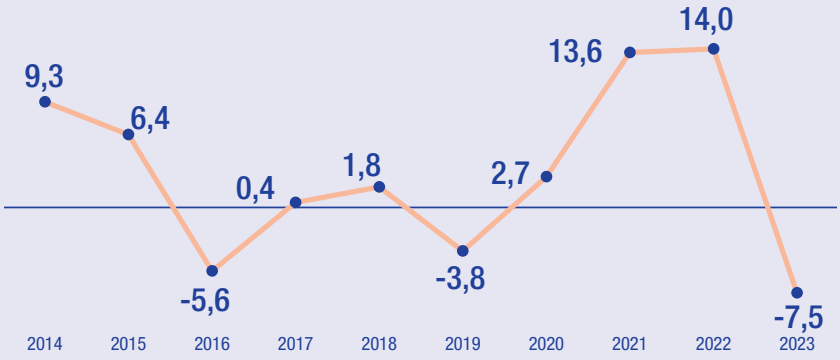
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

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

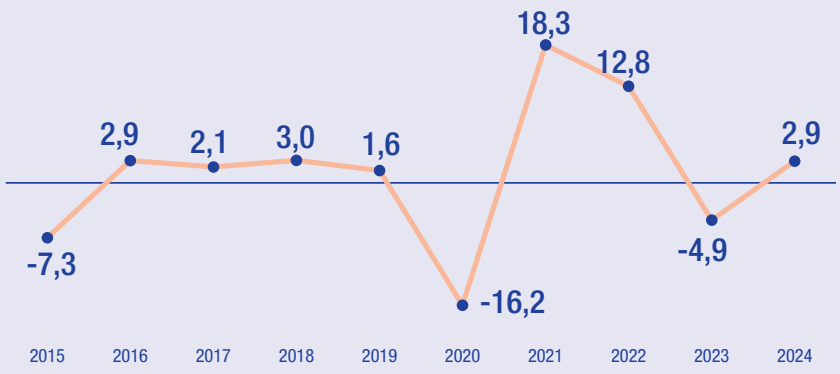
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

EXPORTACIONES 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



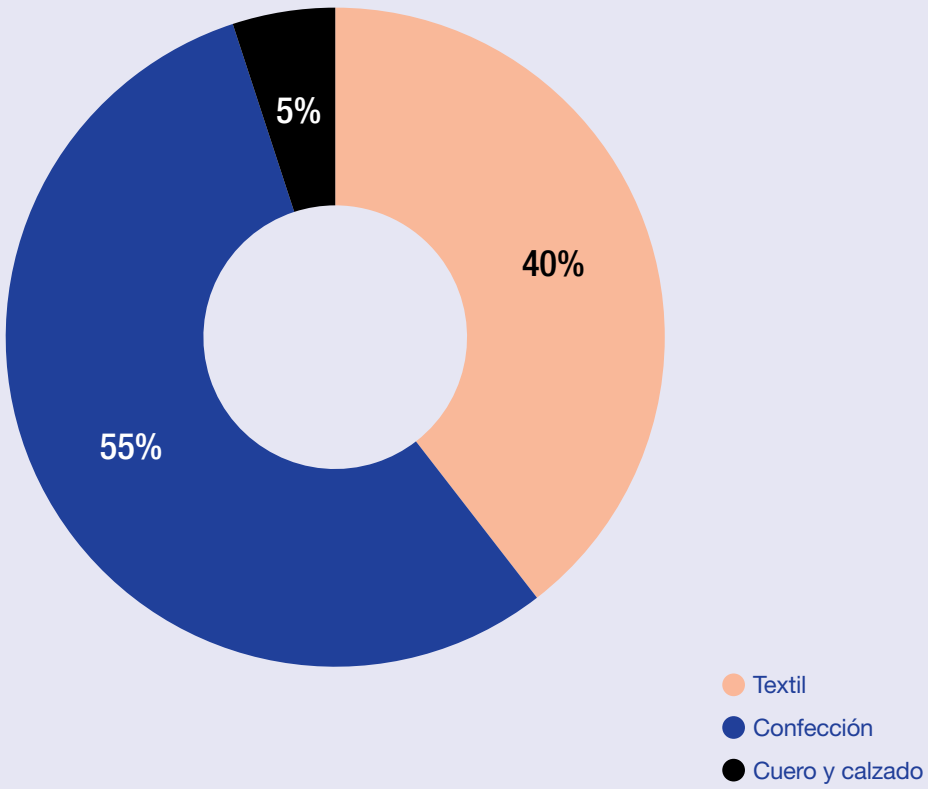
Fuente: Icex

Cataluña

55%

Las empresas de confección pierden un punto de cuota en Cataluña, hasta el 55%. El textil crece un punto, hasta copar el 40% del total de empresas de moda.

EMPRESAS POR SECTOR 2024



Fuente: INE

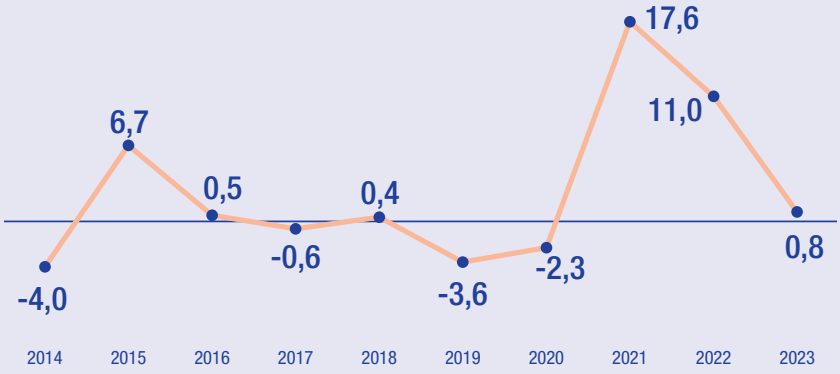
EMPRESAS 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

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

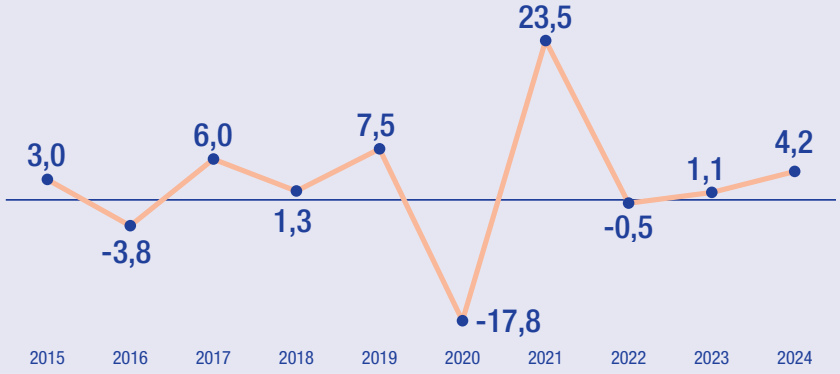
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

EXPORTACIONES 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



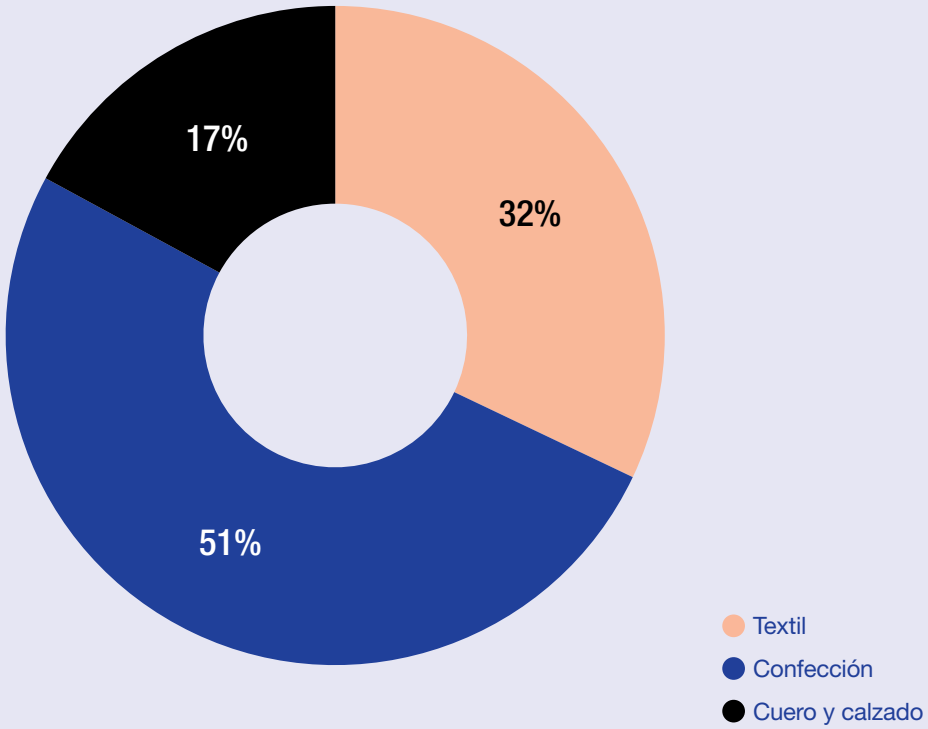
Fuente: Icex

Andalucía

51%

La confección concentra la mayor parte del ecosisteama empresarial de la moda en la región, mientras que el calzado pierde peso en favor del textil.

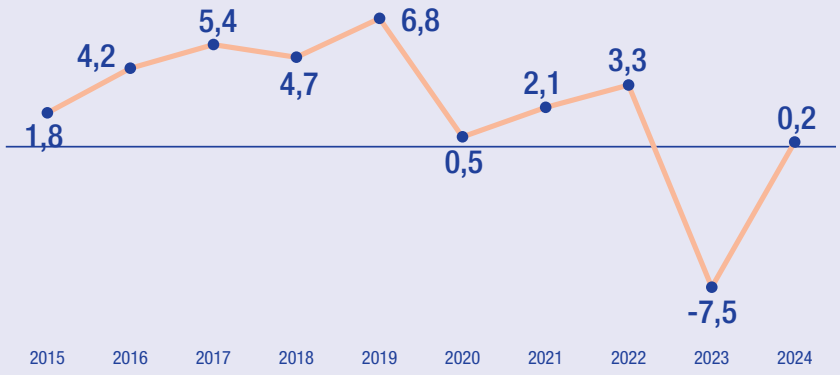
EMPRESAS POR SECTOR 2024



Fuente: INE

EMPRESAS 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

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

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

EXPORTACIONES 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

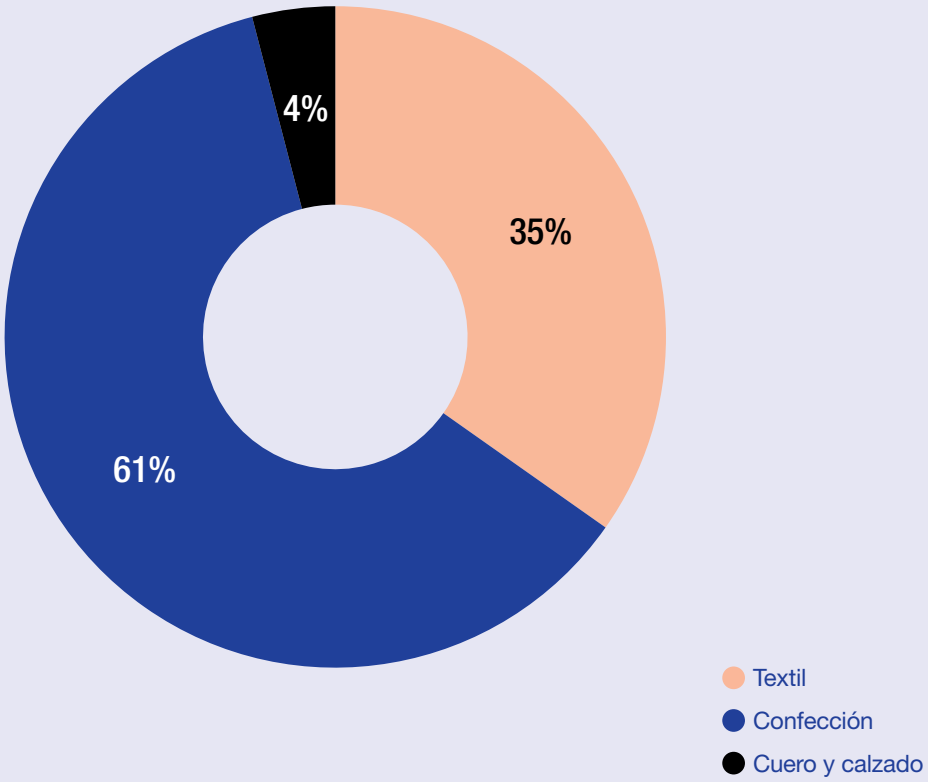
Fuente: Icex

Galicia

61%

Las compañías dedicadas a la confección concentran más del 60% del tejido empresarial de la moda en Galicia. El cuero y el calzado sólo supone un 4% del total.

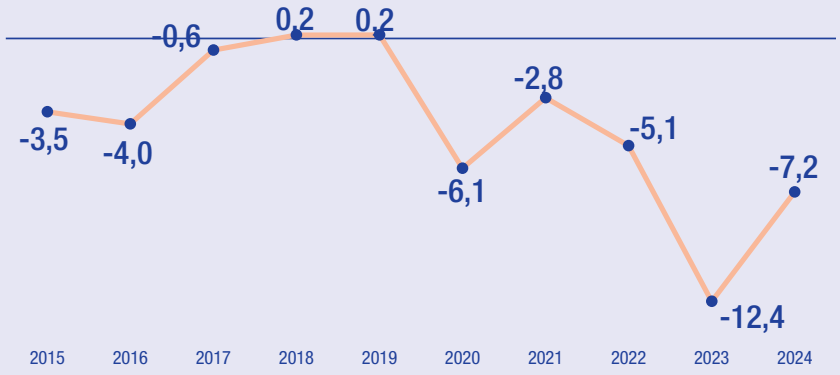
EMPRESAS POR SECTOR 2024



Fuente: INE

EMPRESAS 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

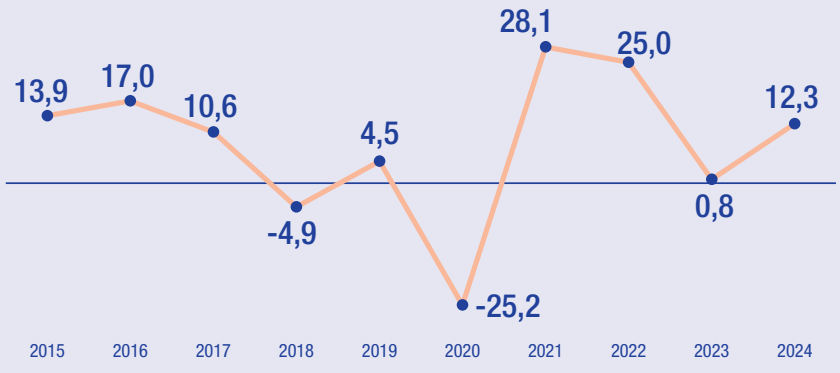
FACTURACIÓN 2014-2023. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

EXPORTACIONES 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



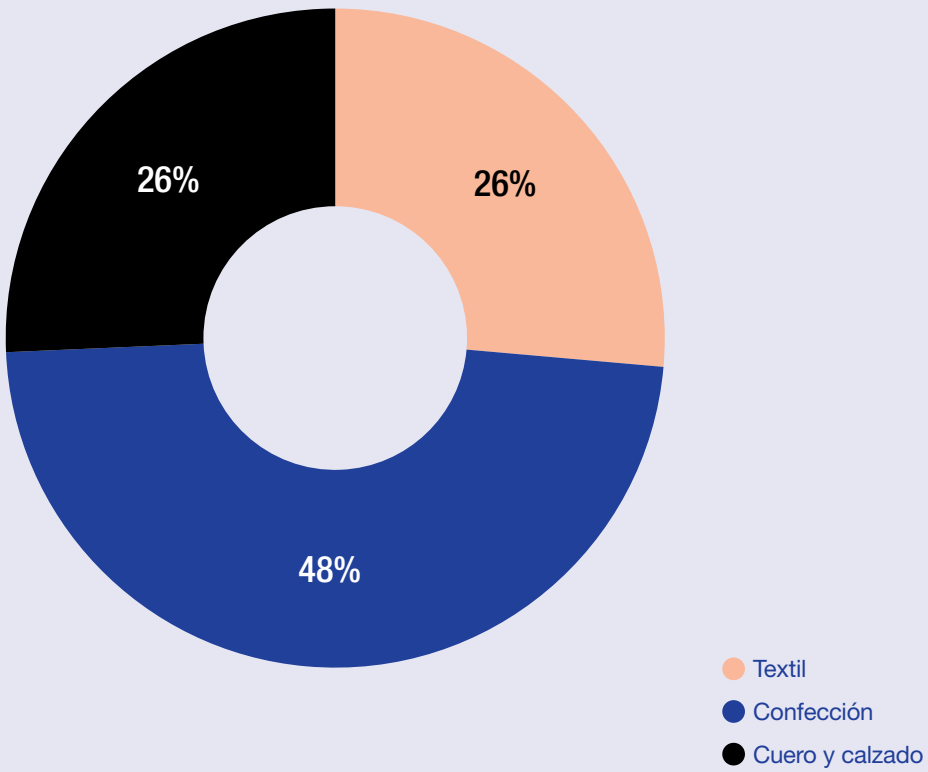
Fuente: Icex

Castilla-La Mancha

48%

La confección de prendas gana peso en el tejido industrial de la moda en Castilla-La Mancha y ya concentra cerca de la mitad de las compañías del sector en la región.

EMPRESAS POR SECTOR 2024



Fuente: INE

EMPRESAS 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

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

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

EXPORTACIONES 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

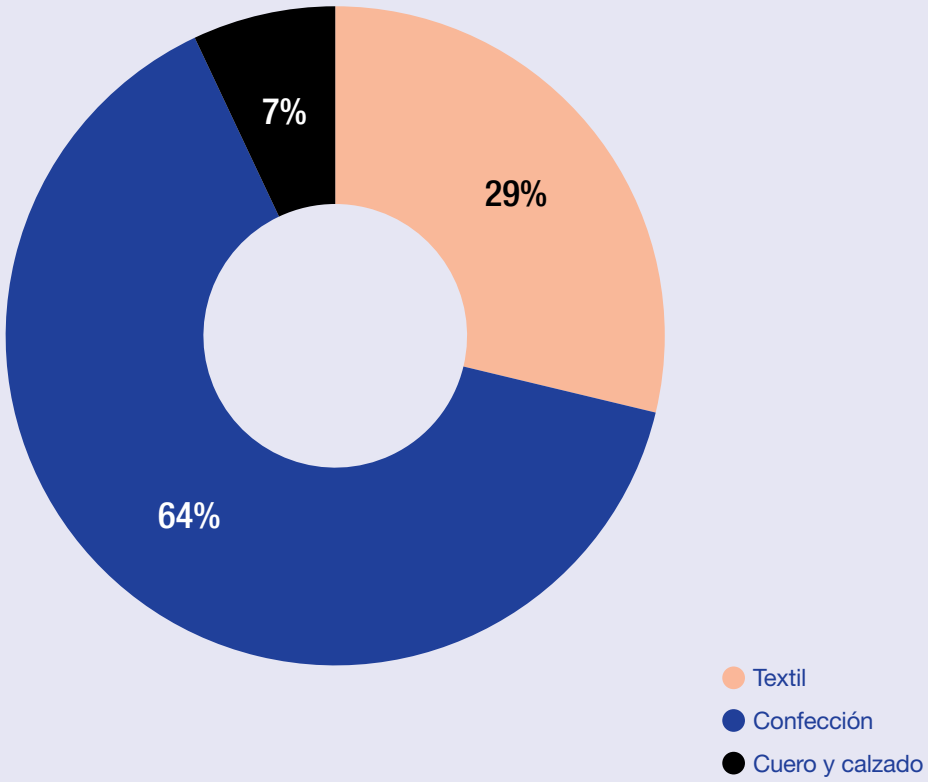
Fuente: Icex

Comunidad de Madrid

64%

Pese a perder peso en 2024, la confección continúa concentrando cerca de dos tercios de las empresas de moda en la Comunidad de Madrid.

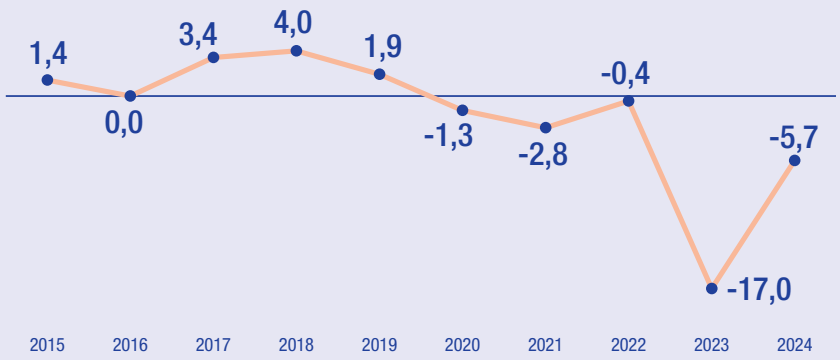
EMPRESAS POR SECTOR 2024



Fuente: INE

EMPRESAS 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

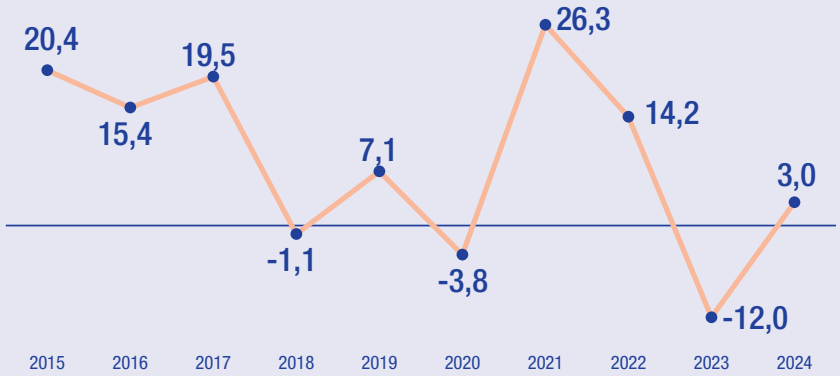
FACTURACIÓN 2014-2023 TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

Fuente: INE

EXPORTACIONES 2015-2024. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Icex

Tintorería y sostenibilidad: un compromiso esencial con el sector textil

SILVIA DÍAZ
Directora general
Pressto

La tintorería, como eslabón esencial en la cadena de valor del textil, tiene un papel clave en la transición hacia un modelo más sostenible. Prolongar la vida útil de las prendas, reducir la generación de residuos y adoptar procesos de bajo impacto medioambiental son ya compromisos ineludibles para el futuro del sector.

El sector de la tintorería desempeña un papel clave en la cadena de valor del sector textil, no solo como servicio de cuidado y mantenimiento de prendas, sino también como agente activo en la transición hacia un modelo más sostenible. En un contexto donde la industria textil se enfrenta a retos muy importantes para adaptar sus procesos a nuevas normas, prolongar la vida útil de las prendas se ha convertido en una prioridad ambiental, económica y social.

La sostenibilidad en el sector textil no puede entenderse sin la implicación de toda la cadena, y las tintorerías, como punto de contacto directo con el consumidor final, tienen la oportunidad y la responsabilidad de liderar este cambio. Apostar por una tintorería sostenible no solo mejora el impacto ambiental de cada prenda, sino que también educa y promueve una cultura del cuidado frente a la del descarte.

La implementación de sistemas de limpieza que reducen el impacto ambiental y mejoran la eficiencia energética es clave para un futuro sostenible. Procesos como la gestión residual, el uso de nuevos solventes de limpieza y nuevos procesos de limpieza acuosa, reducen la presencia de químicos tóxicos y reducen la emisión de gases de efecto invernadero. El sector de la tintorería ofrece amplias oportunidades para implementar procesos innovadores.

La reutilización y reciclaje de materiales como fundas para el transporte de las prendas y las perchas, la eliminación del uso de plásticos en los procesos operativos de las tintorerías contribuyen significativamente a la disminución de desechos. Al integrar estas prácticas, las empresas no solo mejoran su huella ambiental, sino que también se alinean más estrechamente con las expectativas de consumidores conscientes.

El mercado de la ropa de segunda mano y alquiler está ganando relevancia como clave para la sostenibilidad, ya que alarga la vida útil de las prendas y reduce los residuos textiles. Empresas como Tintorerías Pressto lideran este cambio con sistemas de limpieza ecológicos, políticas de reducción de plásticos, agua y energía, y el impulso al reciclaje y la reutilización. Estas acciones no solo mejoran su posicionamiento en un mercado más consciente, sino que también contribuyen activamente a una economía circular y a un futuro más sostenible.

Sólo un compromiso como el que ha adquirido Tintorerías Pressto puede dar lugar a un escenario más positivo, menos alarmante, donde todas las empresas aúnen esfuerzos enfocados al mismo objetivo, que sólo puede ser el de la sostenibilidad.

CIFRAS RELEVANTES

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

VARIACIÓN INTERANUAL

0,2%

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

TRABAJADORES

0,5%

Fue el incremento del empleo del comercio textil en 2024, hasta 167.500 trabajadores.

PUNTOS DE VENTA

46.394

La cifra de puntos de venta de textil en España se contrajo un 0,4% en el último año y encadena cinco años de caída.

CADENAS ESPECIALIZADAS

40%

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

MUJER

32%

Fue la cuota sobre las ventas totales de moda de los productos de mujer en 2024, que marca un nuevo mínimo histórico.

HOMBRE

33%

El segmento de hombre recupera un punto de cuota de mercado respecto al año anterior y se sitúa por primera vez como el más relevante.

5 Comercio textil

El comercio de moda continúa creciendo, pero de forma más moderada que en los años posteriores a la caída provocada por la pandemia. El sector elevó su facturación en un 0,2% en 2024 y, aunque el alza es discreta, se trata del tercer ejercicio consecutivo de crecimiento.

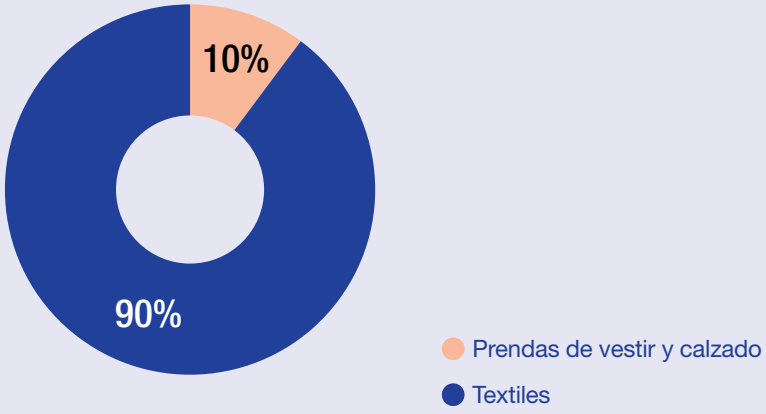
Según datos de la Asociacion Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex), las ventas del comercio de moda alcanzaron un valor de 11.040 millones de euros en 2024, una magnitud todavía lejana a los registros anotados antes del estallido de la pandemia, cuando la cifra de negocio del sector superó los 18.000 millones de euros. El incremento en el valor de las ventas, sin embargo, no ha conseguido traducirse en un mayor número de puntos de venta. La cifra de establecimientos dedicados al comercio de moda se ajustó un 0,2% en 2024, cerrando el ejercicio en un total de 46.394. Por el contrario, sí se elevó el personal por tienda. El número de trabajadores en compañías distribuidoras de moda se elevó en un 0,5% en el último ejercicio, alcanzando la cifra de 167.556 puestos de trabajo.

Los formatos más relevantes durante el pasado ejercicio fueron las cadenas de tiendas especializadas. Estas aumentaron su cuota de mercado en un punto, hasta obtener un 40% de las ventas. Los *factory/outlets*, por su parte, también incrementaron su peso en las ventas de moda en España.

En cuanto a productos, el segmento de hombre superó por primera vez en la serie histórica la cuota de mercado del de mujer, alcanzando el 33% del total. Se reduce también la distancia entre los segmentos de hogar e infantil, que concentran un 18% y un 17% del mercado, respectivamente.

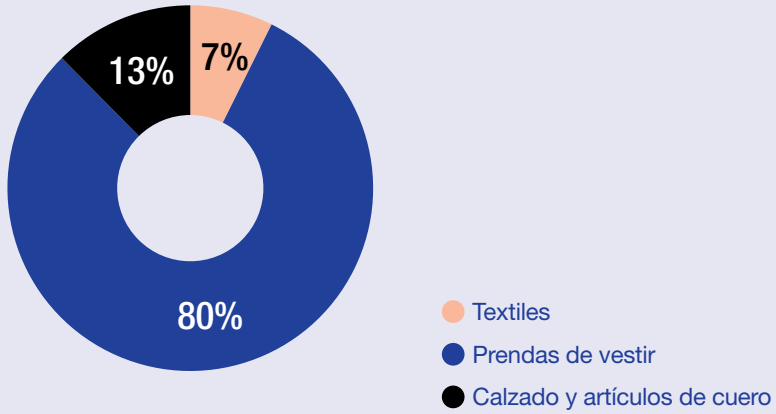
Distribución mayorista y minorista

FACTURACIÓN POR TIPO DE PRODUCTO 2023. COMERCIO MAYORISTA



Fuente: INE

FACTURACIÓN POR TIPO DE PRODUCTO 2023. COMERCIO MINORISTA

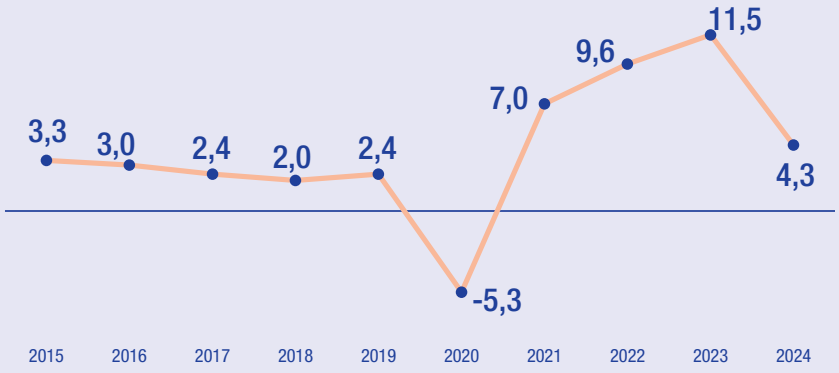


Fuente: INE

Las prendas de vestir tienen un claro dominio en la facturación del comercio minorista en moda, según los resultados de la última edición de la Encuesta Estructural de Empresas del sector comercio del Instituto Nacional de Estadística.

ÍNDICE DE COMERCIO AL POR MENOR 2015-2024. GENERAL

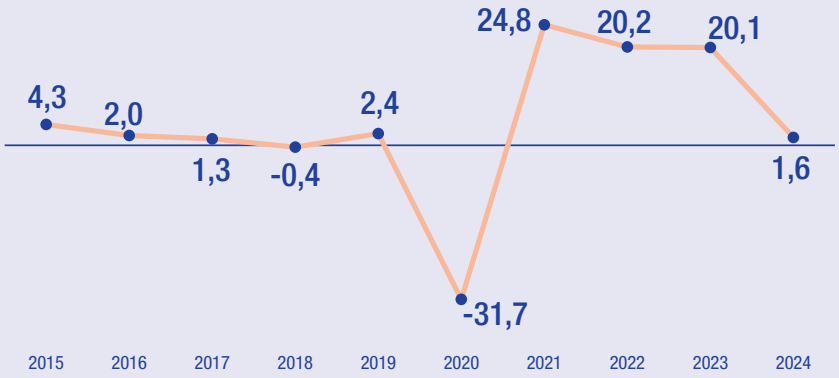
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ÍNDICE DE COMERCIO AL POR MENOR 2015-2024. EQUIPO PERSONAL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El Índice de Comercio al por Menor (ICM) registró en 2024 un alza general en España del 4,3%. Las ventas de equipamiento personal, donde se inscriben las relacionadas con la moda, crecieron en menor medida, con un incremento del 1,6%.

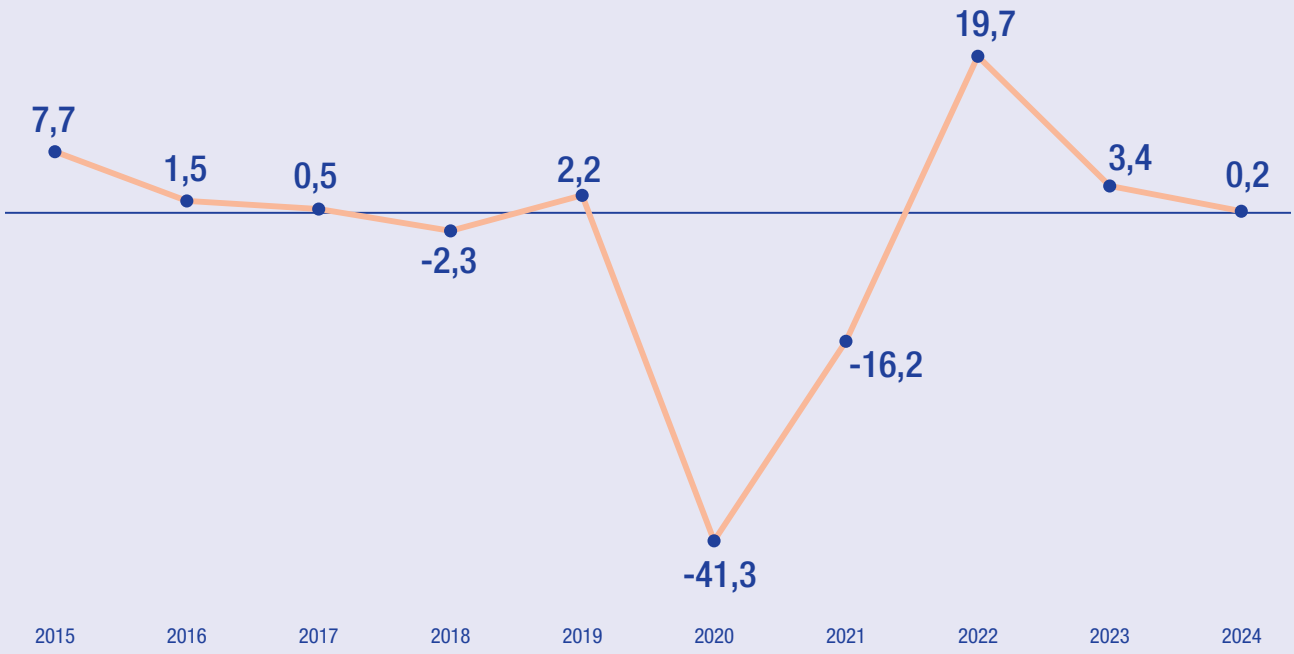
Facturación, empleo y puntos de venta

↑0,2%

La facturación del comercio textil rebaja su alza por segundo año consecutivo en 2024, situándola un 0,2% por encima de la del ejercicio precedente.

FACTURACIÓN 2015-2024. COMERCIO TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Acotex

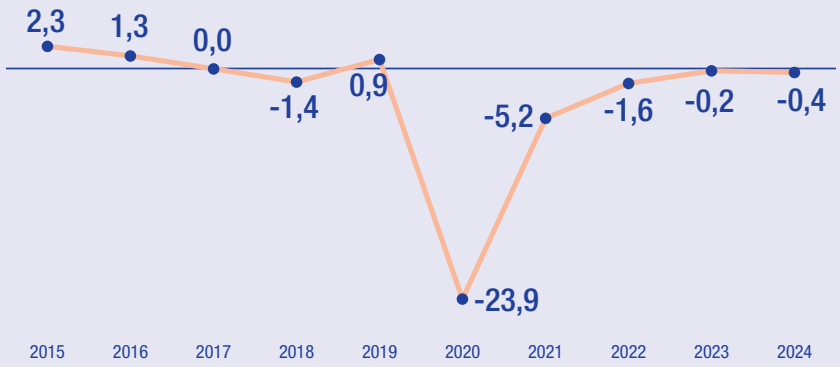
NÚMERO DE TRABAJADORES 2015-2024. COMERCIO TEXTIL

Variación anual. En porcentaje

Fuente: Acotex

PUNTOS DE VENTA 2015-2024. COMERCIO TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Acotex

La escasa variación de la facturación del comercio textil en 2024 se traduce también en el número de trabajadores y en los puntos de venta, cuyas curvas de evolución se sitúan prácticamente planas.

Comunidades autónomas

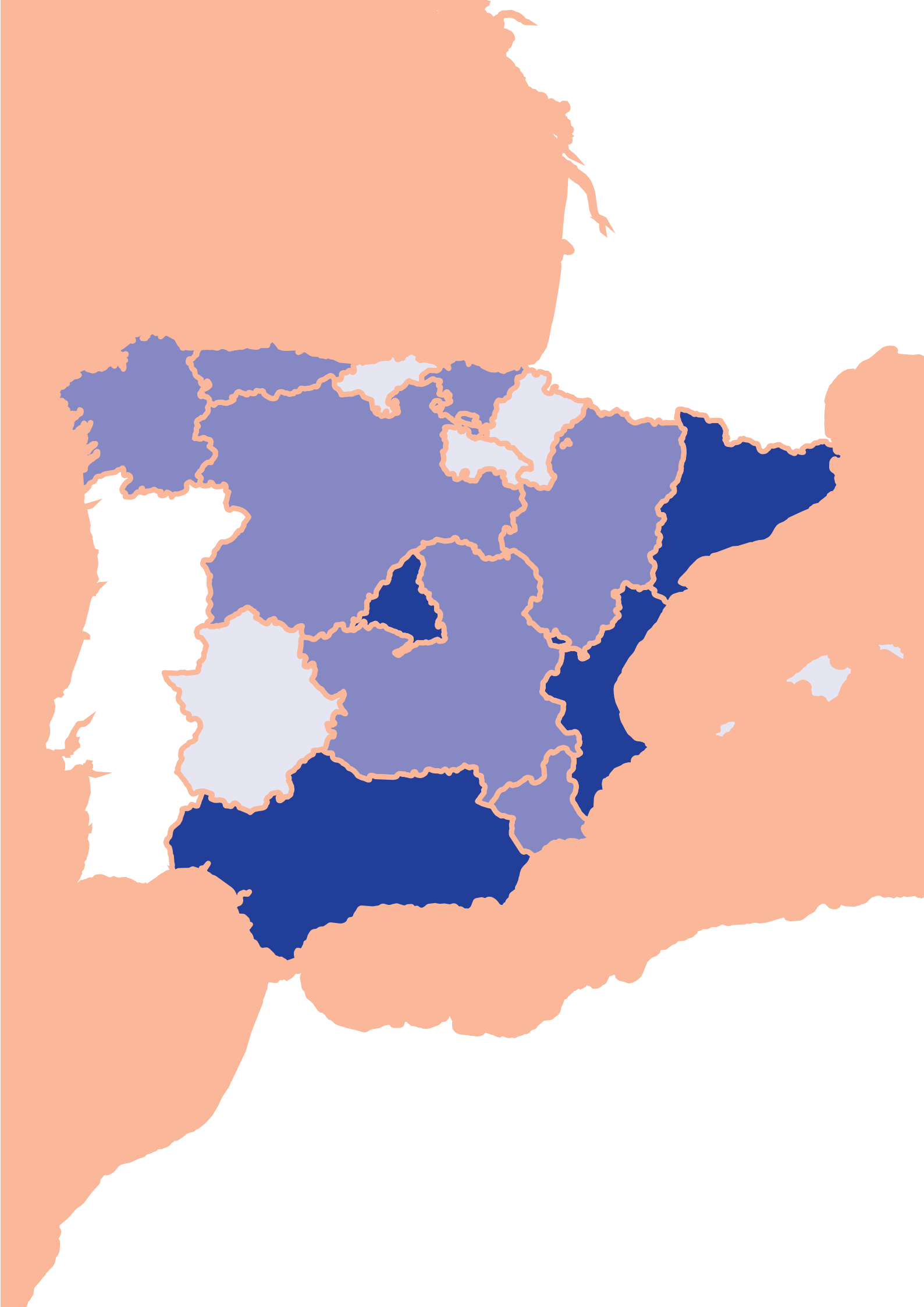
48,8%

Es la cuota de ventas de moda de las tres comunidades autónomas más pobladas (Madrid, Cataluña y Andalucía), que se mantiene igual respecto al ejercicio precedente.

FACTURACIÓN POR COMUNIDAD AUTÓNOMA EN 2024. COMERCIO TEXTIL

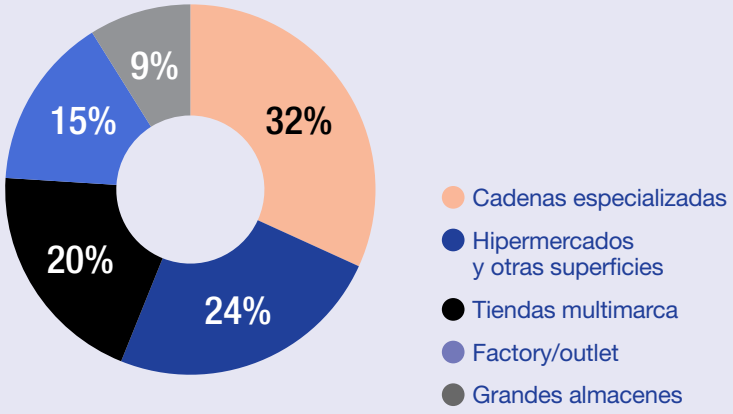
En porcentaje sobre el total

Fuente: Acotex



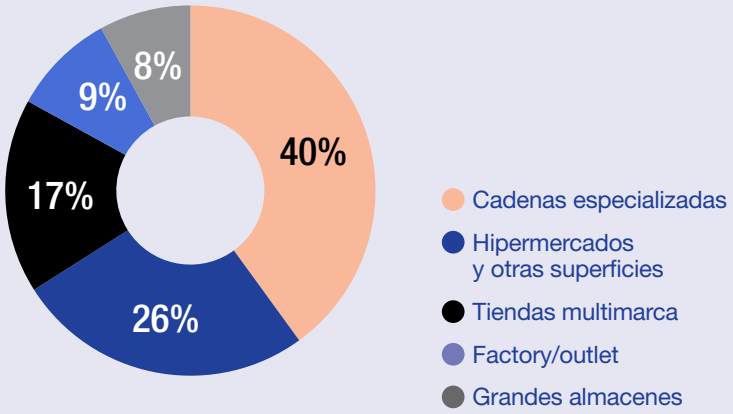
Formatos comerciales

CUOTA DE MERCADO POR FORMATOS COMERCIALES 2015



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO POR FORMATOS COMERCIALES 2024

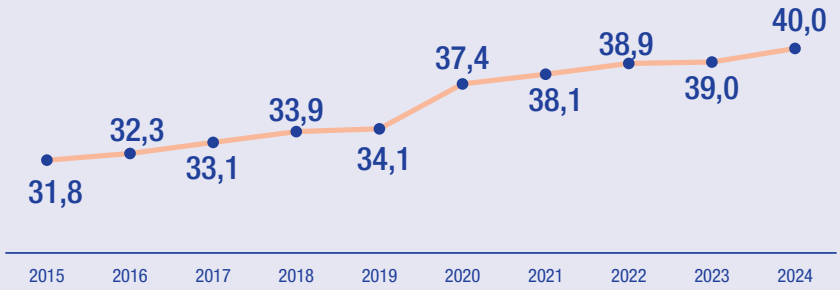


Fuente: Acotex

Las cadenas especializadas ganaron en 2024 un punto más de cuota de mercado frente al año anterior. Tras encadenar diversas subidas, el formato comercial ya concentra cuatro de cada diez euros vendidos en el comercio de moda en España.

CUOTA DE MERCADO 2015-2024. CADENAS ESPECIALIZADAS

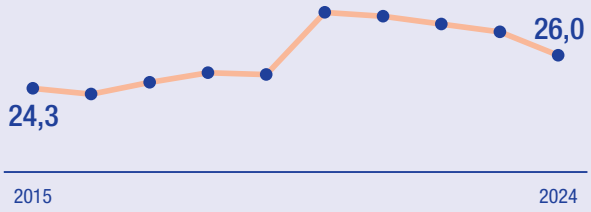
En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2015-2024. HIPERMERCADOS Y OTRAS SUPERFÍCIES

En porcentaje



Fuente: Acotex

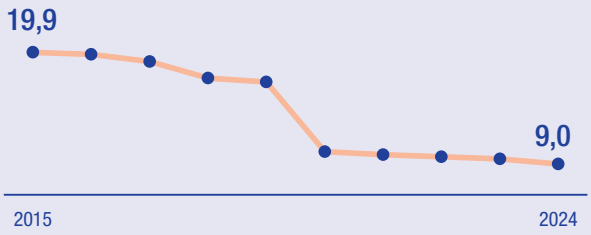
CUOTA DE MERCADO 2015-2024. FACTORY/OUTLETS

En porcentaje

Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2015-2024. TIENDAS MULTIMARCA

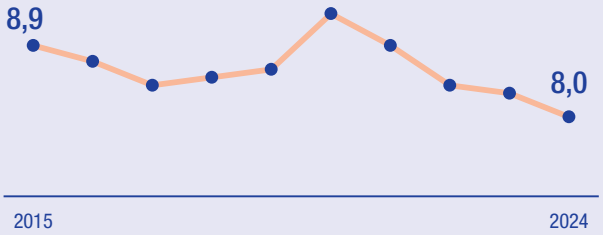
En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2015-2024. GRANDES ALMACENES

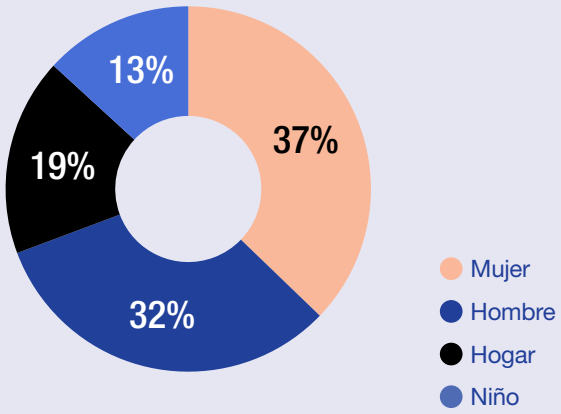
En porcentaje



Fuente: Acotex

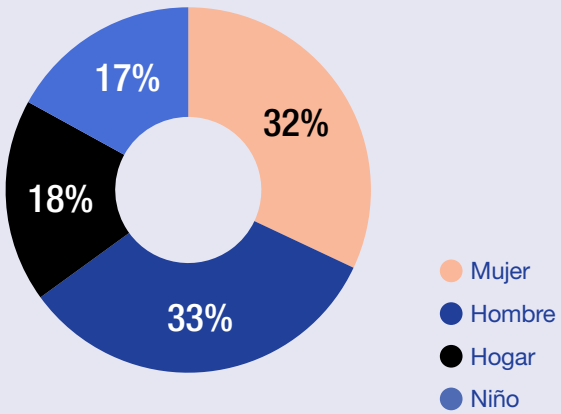
Segmentos

FACTURACIÓN POR SEGMENTOS 2015



Fuente: Acotex

FACTURACIÓN POR SEGMENTOS 2024

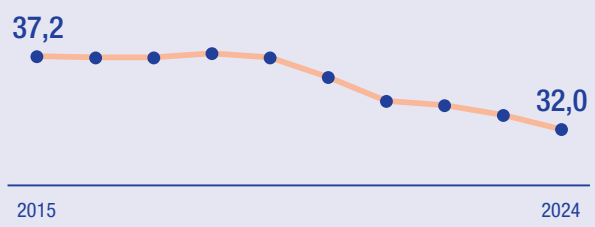


Fuente: Acotex

El segmento de mujer, que tradicionalmente ha sido el referente de la moda, ha perdido peso progresivamente en el sector en los últimos años. En 2024, de hecho, el segmento de hombre concentra el 33% de la facturación y supera en un punto al de mujer.

El segmento infantil gana un punto más de cuota de mercado en las ventas de moda en España, y ya concentra el 17% del total. El textil hogar, por el contrario, pierde peso en el último año y es responsable del 18% de la facturación total del sector en el país.

CUOTA DE MERCADO 2015-2024.
MUJER
En porcentaje



Fuente: Acotex

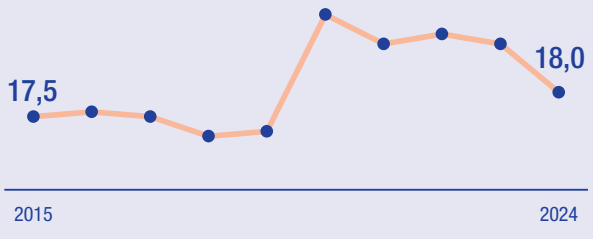
CUOTA DE MERCADO 2015-2024.
HOMBRE
En porcentaje

Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2015-2024.
INFANTIL
En porcentaje

Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2015-2024.
HOGAR
En porcentaje



Fuente: Acotex

CAEs: una oportunidad estratégica para las empresas en el nuevo modelo energético europeo

CARLES JOVANI
Ingeniero especialista en CAEs
iGEX

Los Certificados de Ahorro Energético (CAE) se consolidan como una herramienta clave dentro del marco normativo europeo, ofreciendo a las compañías una doble oportunidad: contribuir activamente a los objetivos de descarbonización y obtener retornos directos sobre sus inversiones en eficiencia energética.

La transición energética europea avanza con determinación. A la ambición de alcanzar la neutralidad climática en 2050 se ha sumado, en los últimos años, la necesidad de acelerar la independencia energética, especialmente tras los efectos derivados del conflicto en Ucrania y la reducción de la dependencia del gas ruso.

Esta doble prioridad está configurando un nuevo marco en el que las empresas deben, cada vez más, anticipar y adaptar sus estrategias de gestión energética.

En este contexto, los Certificados de Ahorro Energético (CAE) surgen como un instrumento de gran valor, tanto desde el punto de vista de la sostenibilidad como de la competitividad. Se trata de un modelo ya implementado con éxito en países como Francia, Italia o Polonia, y que en España se ha incorporado como vía complementaria para incentivar las inversiones en eficiencia energética.

El funcionamiento del sistema es claro: las empresas que acometen proyectos de ahorro energético pueden certificar los ahorros obtenidos y, a partir de ahí, obtener un retorno económico adicional que contribuye a reducir significativamente los plazos de amortización de las inversiones realizadas. A su vez, las comercializadoras energéticas encuentran en los CAE un mecanismo eficiente para cumplir con las obligaciones que establece la Directiva 2012/27/UE en materia de ahorro energético.

Actualmente, la equivalencia financiera establecida para 2025 se sitúa en 189 €/MWh, un valor que, en muchos casos, permite a las empresas obtener retornos superiores a la propia inversión inicial, especialmente en medidas orientadas a reducir consumos de origen fósil.

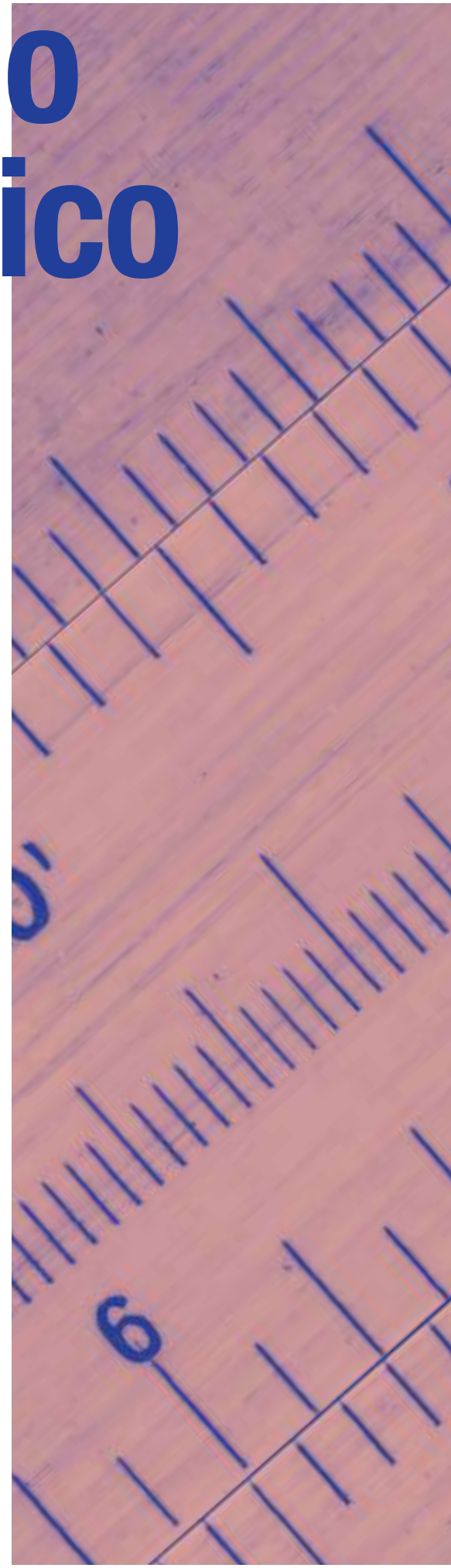
Así, un proyecto que requiera una inversión de 800.000 euros y permita un ahorro de 10 GWh anuales puede generar unos ingresos de hasta 1,6 millones de euros, dependiendo de la evolución del mercado.

Desde el punto de vista operativo, los proyectos pueden tramitarse a través de fichas normalizadas publicadas por el Ministerio para la Transición Ecológica y el Reto Demográfico (Miteco), o bien como proyectos singulares cuando la actuación no encaja en las tipologías existentes. En ambos casos, los expedientes son revisados por agentes verificadores acreditados, lo que garantiza la calidad técnica y documental de los proyectos presentados.

Cabe destacar, además, que los Certificados de Ahorro Energético son compatibles con otras ayudas públicas, siempre que no provengan del propio Fondo Nacional de Eficiencia Energética, lo que ofrece un marco adicional de financiación muy atractivo para las empresas comprometidas con la eficiencia y la sostenibilidad.

En definitiva, el sistema CAE se consolida como una palanca estratégica para todas aquellas organizaciones que, más allá del cumplimiento normativo, apuestan por un modelo energético más eficiente, competitivo y alineado con los objetivos europeos de descarbonización. Un camino que, sin duda, representa no solo una responsabilidad, sino también una oportunidad de crecimiento y diferenciación para el tejido empresarial.

6 Comercio electrónico



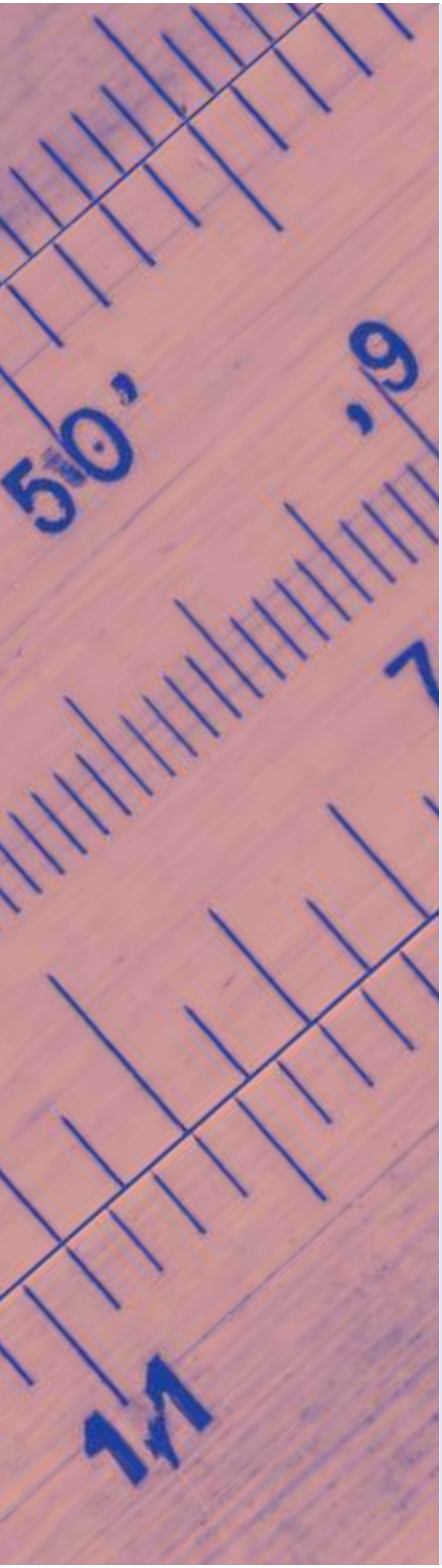
El comercio electrónico de moda en España anota otro año de gran crecimiento en 2024 tras la desaceleración sufrida dos ejercicios atrás.

Los datos relacionados con el ecommerce de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc) reflejan un nuevo salto del volumen de negocio de las prendas de vestir mediante el canal digital, situándolo en 6.028 millones de euros tras cosechar un alza del 17,1% durante 2024. Tras un ejercicio de contracción del peso de la moda en el comercio electrónico del país, la magnitud vuelve a situarse al alza y registra un 7,1% del total de las ventas online en España.

Según datos de Kantar recogidos en el *Informe de la moda online en España 2025*, además, la cuota de mercado del canal online en España en productos de moda se situó en el 25,4% en el último ejercicio, incrementándose en 2,2 puntos respecto al registro del año anterior. En volumen, el ecommerce concentró el 22,1% de las ventas del sector entre los residentes en España, 2,6 puntos más que en 2023.

La evolución de los últimos años ha permitido que la cuota de mercado del ecommerce en la moda en España supere los datos de países como Italia o Francia, donde el canal digital tenía más relevancia.

El número de compradores también continuó creciendo en 2024. En concreto, la cifra se elevó en 700.000 compradores hasta alcanzar los 14,9 millones, situando la penetración del ecommerce de moda en el 51,3% de la población.



CIFRAS RELEVANTES

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

VOLUMEN DE NEGOCIO

6.028

Fueron las ventas de prendas de vestir en millones de euros registradas online en España en 2024.

PESO SOBRE EL TOTAL

7,1%

Peso de las prendas en el volumen de negocio conjunto del ecommerce en España en 2024.

CUOTA DE MERCADO

25,4%

Es la cuota de mercado del canal online en las ventas de moda en España en 2024.

CALZADO

32,8%

Es la cuota de mercado de las ventas online de calzado de los residentes en España en 2024.

ACCESORIOS

24,6%

Es la cuota de mercado de las ventas online de accesorios de los residentes en España en 2024.

TEXTIL HOGAR

21,4%

Es la cuota de mercado de las ventas online de textil hogar de los residentes en España en 2024.

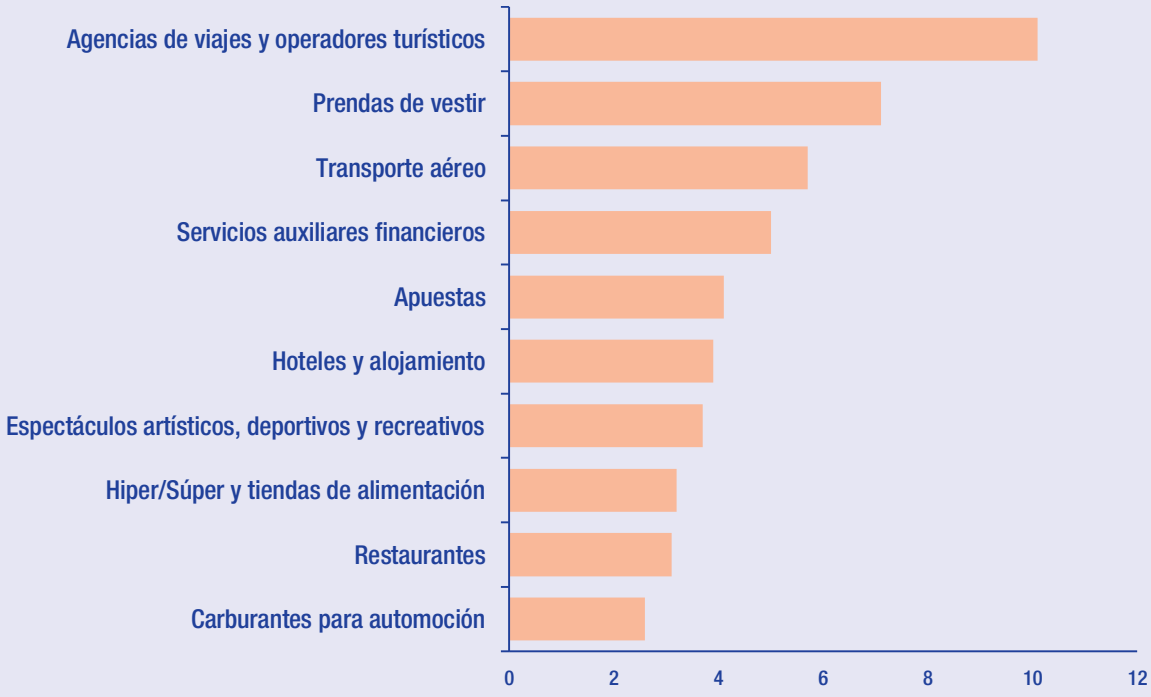
Evolución de las ventas de moda

7,1% ↑

Las prendas de vestir recuperan el peso perdido en el conjunto de las ventas a través de Internet. El sector concentra el 7,1% de las ventas online en España en 2024.

VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET 2024

En porcentaje sobre la facturación total del ecommerce.



Fuente: CNMC

Las ventas online de moda rompen de nuevo su propio techo y superan por primera vez en la serie histórica la barrera de los 6.000 millones de euros en 2024. Con un alza del 17% en el último ejercicio, las prendas de vestir marcan el ritmo de crecimiento del sector.

VOLUMEN DE NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO 2015-2024. PRENDAS DE VESTIR

En millones de euros

Fuente: CNMC

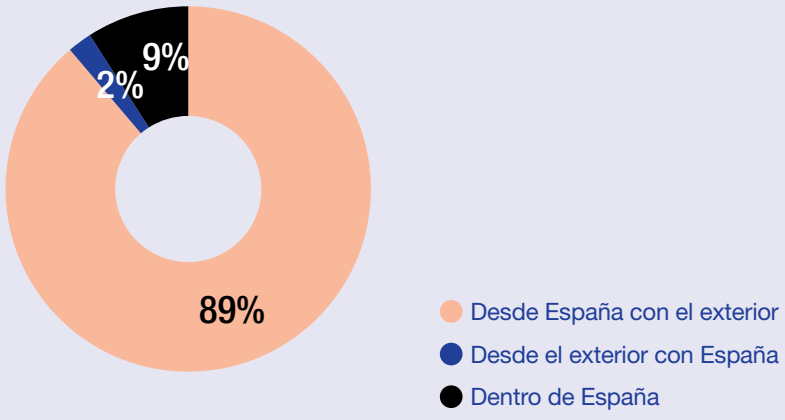
VOLUMEN DE NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO 2015-2024. CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO

En millones de euros

Fuente: CNMC

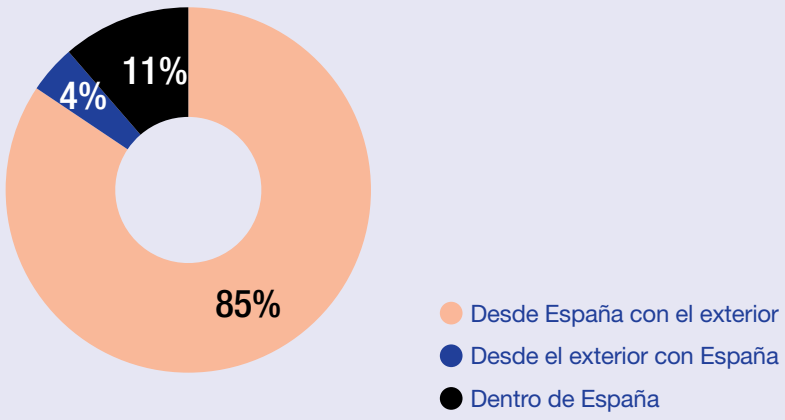
Origen y destino

FACTURACIÓN POR ORIGEN Y DESTINO 2024. PRENDAS DE VESTIR



Fuente: CNMC

FACTURACIÓN POR ORIGEN Y DESTINO 2024. CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO

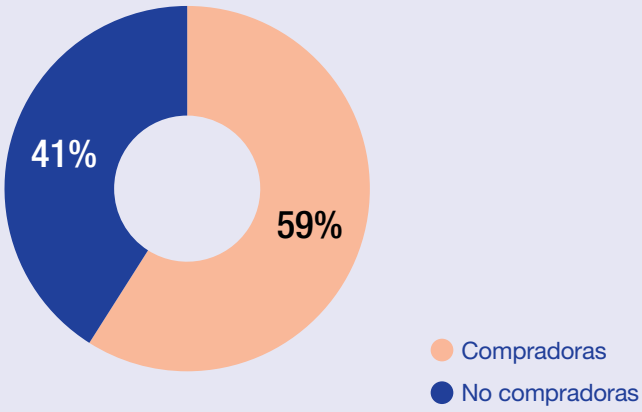


Fuente: CNMC

Las ventas procedentes de sitios web situados en España hacia el exterior concentran la mayor parte del negocio del ecommerce de prendas de vestir: su peso se incrementó en más de tres puntos en 2024, hasta copar el 88,8% del total registrado durante el ejercicio.

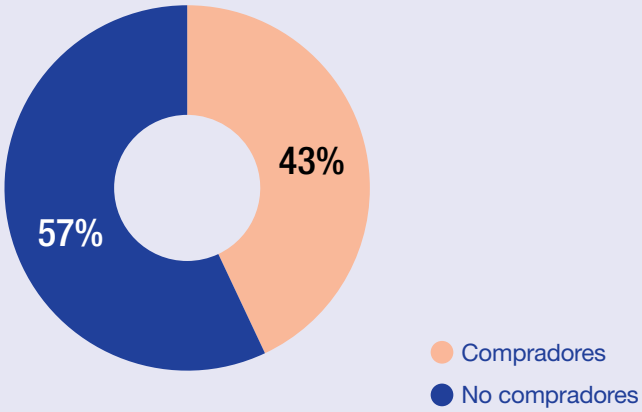
Perfil del consumidor online

MUJERES COMPRADORAS SOBRE EL TOTAL DE POBLACIÓN TOTAL 2024. MODA ONLINE



Fuente: Kantar

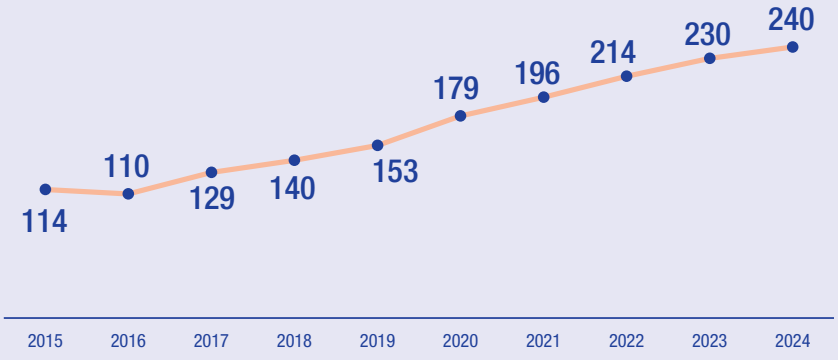
HOMBRES COMPRADORES SOBRE EL TOTAL DE POBLACIÓN TOTAL 2024. MODA ONLINE



Fuente: Kantar

GASTO MEDIO ANUAL EN MODA ONLINE 2015-2024.

En euros por persona compradora de moda

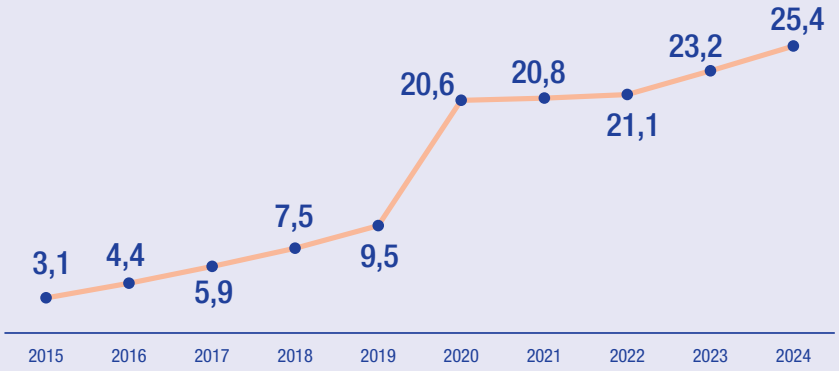


Fuente: Kantar

Valor y volumen

PESO DEL ECOMMERCE SOBRE EL VALOR DE LAS VENTAS DE MODA EN ESPAÑA 2015-2024.

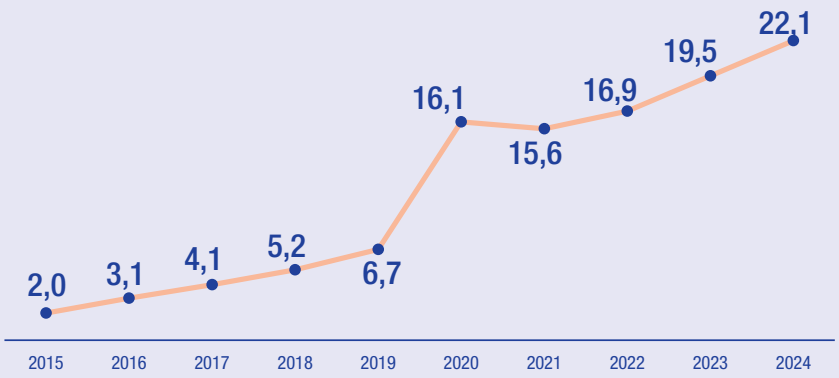
Porcentaje sobre el valor total



Fuente: Kantar

PESO DEL ECOMMERCE SOBRE LAS VENTAS DE MODA EN VOLUMEN EN ESPAÑA 2015-2024.

Porcentaje sobre el volumen total



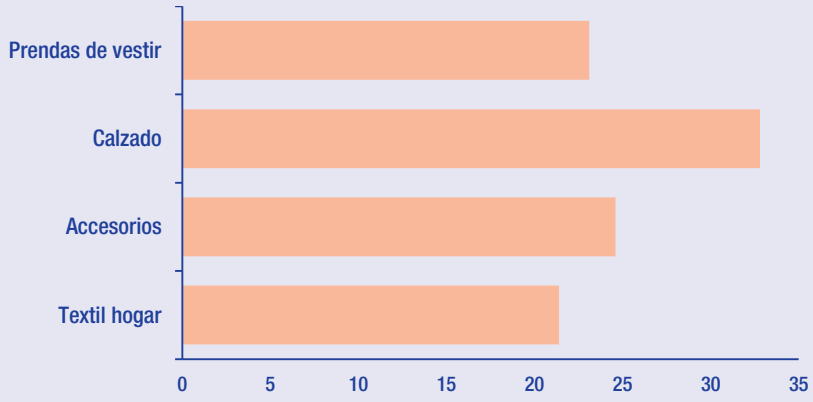
Fuente: Kantar

El ecommerce rompe otra barrera en el sector español de la moda. Los canales digitales ya concentran más de una cuarta parte del valor de las ventas de moda en España, y alcanzan el 22,1% del volumen de compras registrado en el último ejercicio.

El calzado conserva su posición de liderazgo en el ecommerce de moda en España. El online alcanzó en 2024 el 32,8% de la cuota de mercado en el segmento entre los residentes en el país, lo que refleja un incremento de más de tres puntos durante el ejercicio.

PESO DEL ECOMMERCE SOBRE EL TOTAL DE LAS VENTAS DE MODA EN ESPAÑA EN 2024. POR CATEGORÍAS

En porcentaje sobre el valor total



Fuente: Icex

PENETRACIÓN DE LAS VENTAS ONLINE DE MODA SOBRE LA POBLACIÓN TOTAL EN ESPAÑA 2015-2024.

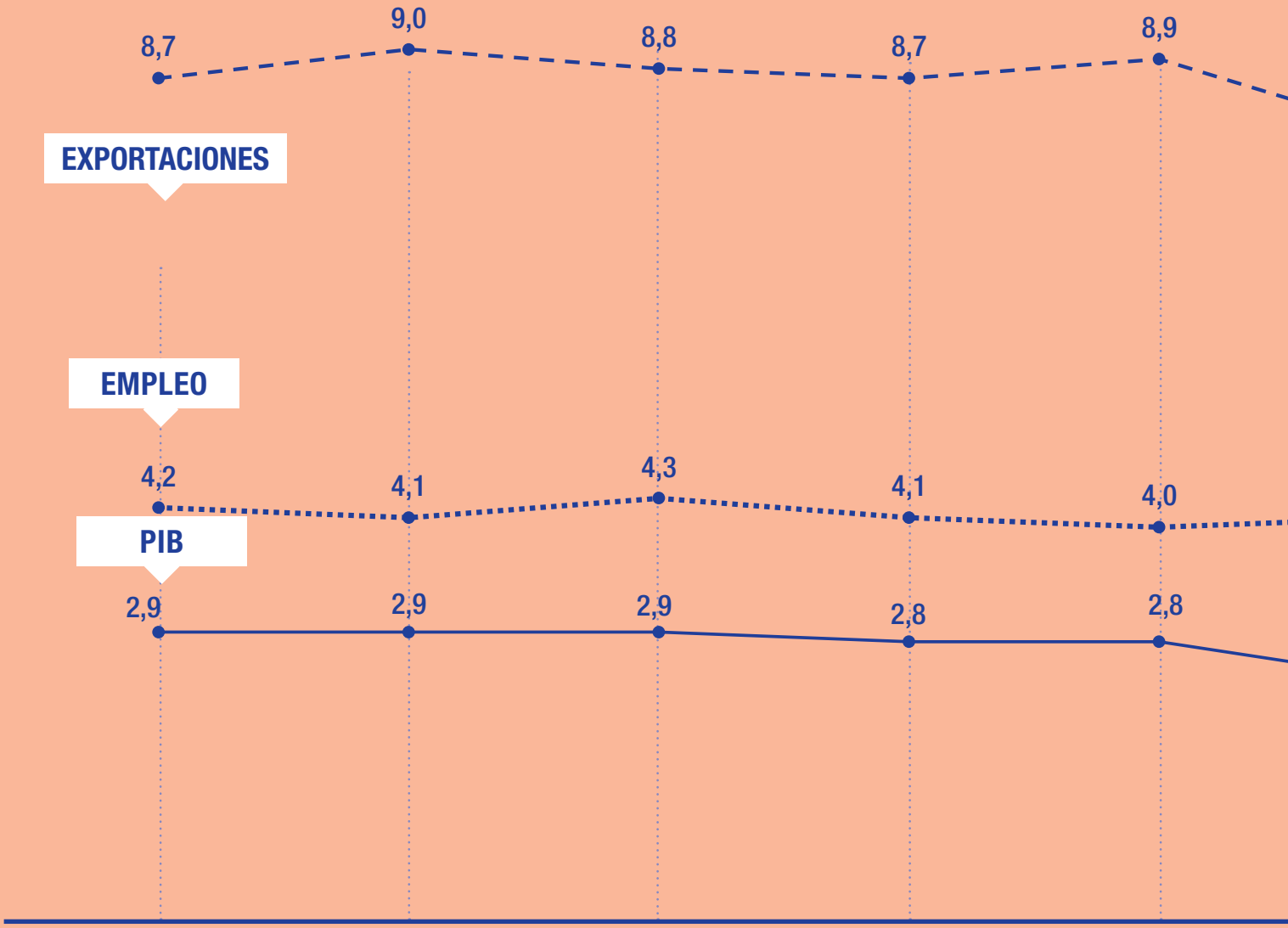
Porcentaje sobre la población de 15 años o más

Fuente: Kantar

EVOLUCIÓN

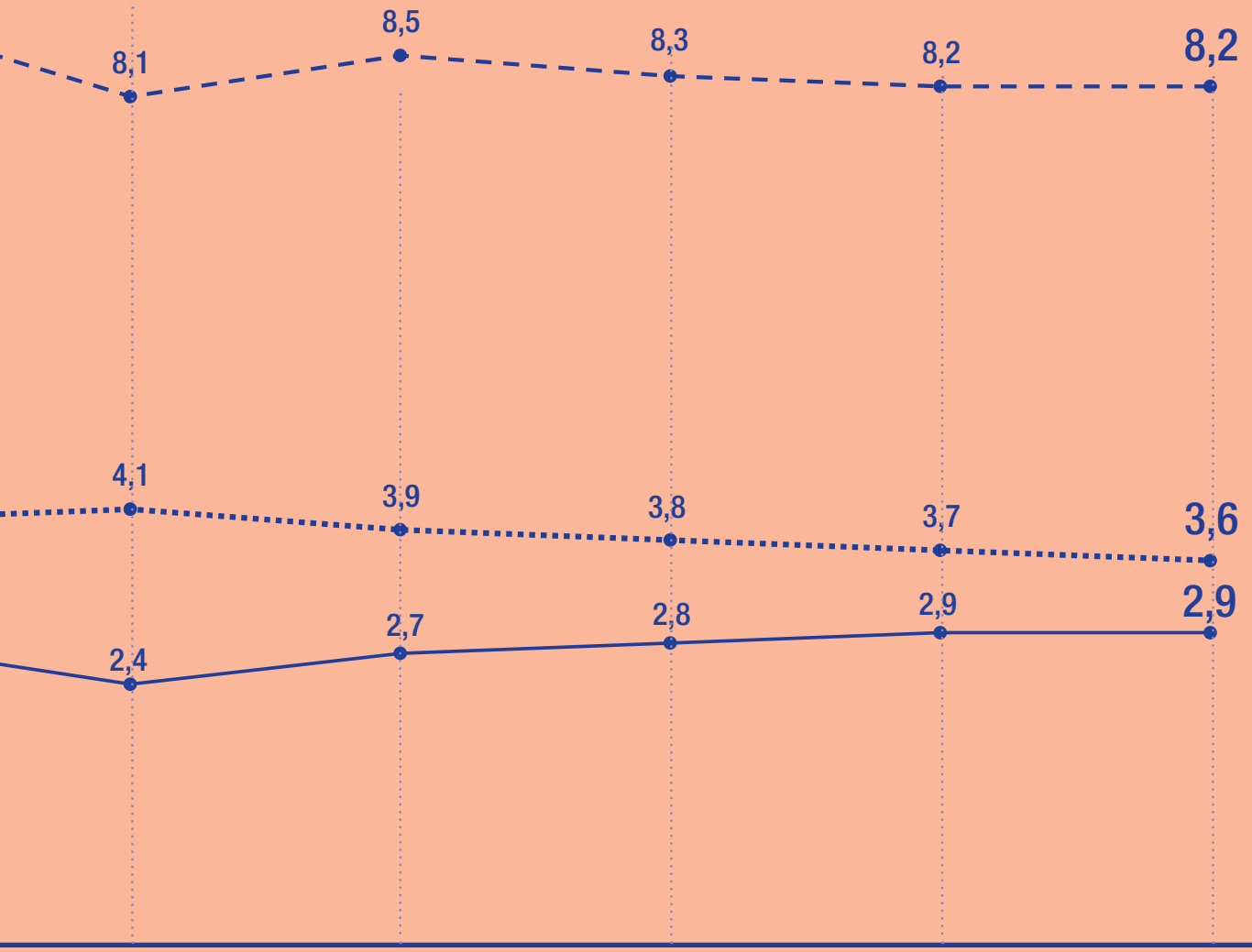
La moda en el conjunto de la economía en porcentaje en tres aspectos: peso en el PIB, el empleo y las exportaciones.

7 La moda en el PIB



2015	2016	2017	2018	2019
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.	**ENFRIAMENTO** FMI y Ocde rebajan las previsiones para España.	**A LA ESPERA** La recuperación pasa de largo en la moda española.

El sector de la moda en España mantiene su relevancia para la economía española en un contexto macroeconómico favorable para el país. En 2024, la aportación de este negocio al conjunto del Producto Interior Bruto (PIB) en términos de valor añadido se situó en el 2,9%, manteniendo el peso respecto al ejercicio precedente. Esta estabilidad es particularmente positiva por una combinación de factores, entre los que destaca el desarrollo positivo de los registros macroeconómicos nacionales: el PIB creció en un 3,2% en 2024, mientras que la cifra de ocupados se alzó en un 2,2% frente a los registros del año anterior. España se mantiene como una de las mejores evoluciones entre las economías avanzadas; el país permanece como la decimoquinta economía global, con la moda como uno de sus grandes motores.



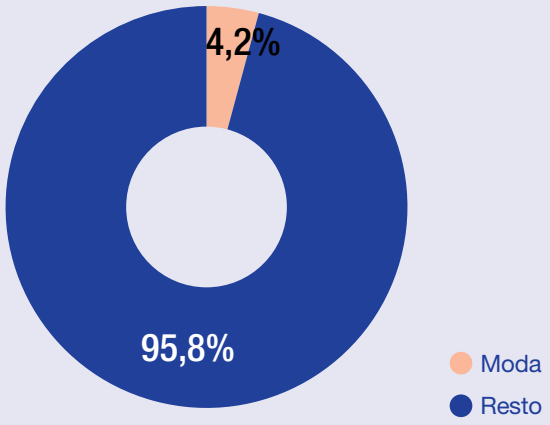
2020	2021	2022	2023	2024
COVID La pandemia del Covid-19 asola la economía internacional.	**RESURGIMIENTO** La moda recupera parte de lo perdido durante el Covid-19.	**SALTO ADELANTE** La moda sube otro escalón y recupera el 2,8% del PIB.	**DE RÉCORD** La moda crece de nuevo e iguala sus mejores registros.	ESTABILIDAD La moda continúa su desarrollo, en un contexto macro positivo.

PIB

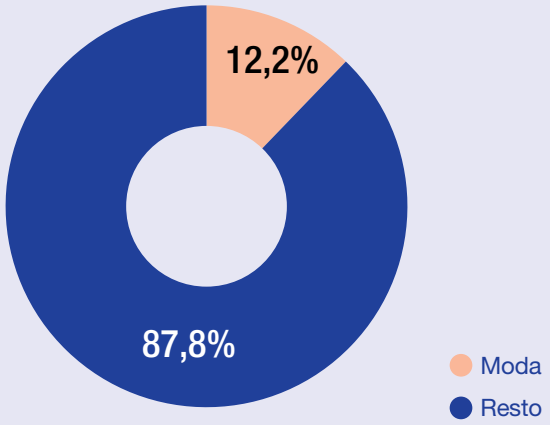
2,9%

La moda mantiene su relevancia en el conjunto de la economía española después de tres años de crecimiento ininterrumpido. Su peso en el Producto Interior Bruto (PIB) en términos de valor añadido bruto se mantiene respecto a 2023, situado en el 2,9%. El mantenimiento se produce a pesar del buen desempeño de los datos macroeconómicos nacionales.

PESO DE LA MODA EN LA INDUSTRIA EN ESPAÑA. 2024



PESO DE LA MODA EN LA DISTRIBUCIÓN MAYORISTA Y MINORISTA EN ESPAÑA. 2024



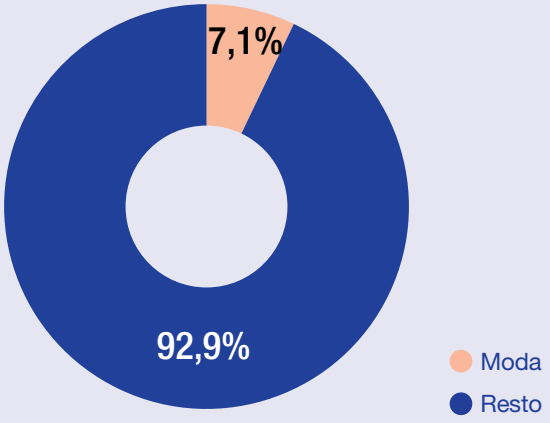
La distribución de moda concentró en 2024 el 12,2% del valor añadido bruto total, ajustándose en 1,7 puntos en relación con el año anterior, mientras que en la industria el peso relativo se alzó en tres décimas: del 3,9% de 2023 al 4,2% anotado en 2024.

Empleo

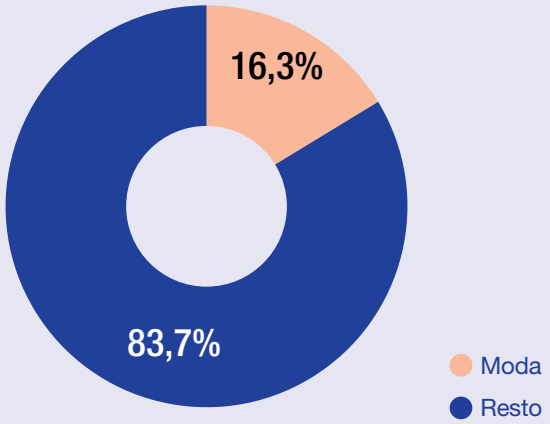
3,6%

La tasa del mercado laboral relacionado con la moda en España se contrae en una décima en relación con los registros del año anterior, en un 2024 que bate récords históricos de ocupación. La importancia relativa de la moda como generador de empleo permanece más alta que la que tiene el sector en el conjunto del PIB: llegó al 3,6% de los puestos de trabajo del país.

PESO DE LA MODA EN EL EMPLEO DE LA INDUSTRIA EN ESPAÑA. 2024



PESO DE LA MODA EN EL EMPLEO DE LA DISTRIBUCIÓN MAYORISTA Y MINORISTA EN ESPAÑA. 2024



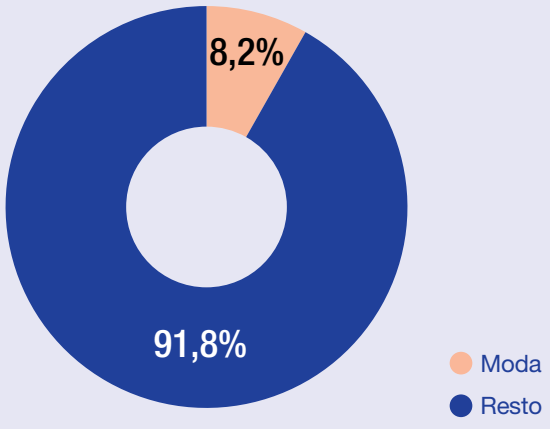
La moda eleva su peso relativo en el empleo del sector industrial español y concentra un 7,1% del total. En el comercio, tuvo lugar una contracción de cinco décimas, hasta el 16,3% del total de puestos de trabajo del sector, en un año de crecimiento en el conjunto del país.

Exportación / Importación

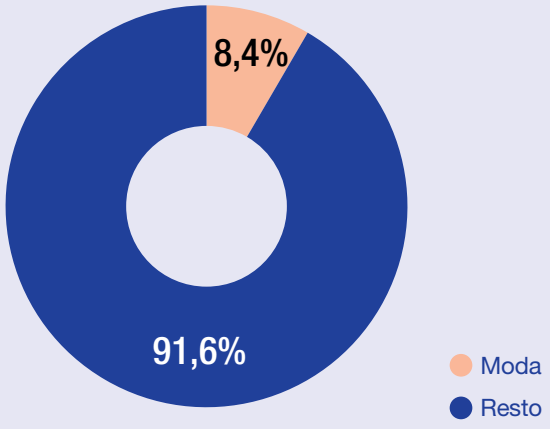
8,2%

El negocio de la moda en su conjunto, incluyendo prendas de vestir, calzado, complementos, cosmética, perfumería, relojería y joyería, entre otros, sumó exportaciones por valor de 31.664 millones de euros en 2024. Esta cifra equivale, igual que en el ejercicio precedente, al 8,2% del conjunto de las ventas de bienes de España al exterior durante el último año.

PESO DE LA MODA EN LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS. 2024



PESO DE LA MODA EN LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS. 2024



Las importaciones españolas de moda, que en el último ejercicio experimentaron un alza del 4,5% en su valor total, crecen también en el conjunto de las compras de bienes al exterior. El sector ya concentra el 8,4% del total, tras alzar su peso en cuatro décimas en comparación con 2023.

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 duodécima vez en la edición de 2025 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 2024), 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 Icex 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 (2023 en la mayoría de los casos) al año 2024. 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.