

Informe Económico de la Moda en España

2023

Modaes

BIGCOMMERCE

CITYC
Centro de Información Textil y de la Confección

**LAS
PRINCIPALES
MARCAS DE
MODA DEL
MUNDO
CONFÍAN EN
BIGCOMMERCE**



DE LA PASARELA AL CARRITO



PATROCINA



BigCommerce (Nasdaq: BIGC) simplifica el comercio electrónico empresarial. Nuestra plataforma de comercio electrónico de alto rendimiento ofrece a las marcas y minoristas globales la apertura, libertad y flexibilidad para personalizar, innovar y escalar sus negocios en línea sin la complejidad del coste total de propiedad. Proporcionamos a los clientes simplicidad y facilidad de uso de las mejores soluciones que se adaptan a sus necesidades empresariales para que puedan centrarse en mejorar la experiencia del cliente y hacer crecer su negocio.

COLABORA



El Centro de Información Textil y de la Confección (Cityc) es un organismo sin ánimo de lucro creado en 1993 por el Consejo Intertextil Español (CIE). El organismo cuenta con el apoyo de las principales asociaciones textiles de España. El Cityc tiene como objetivo proporcionar a los principales grupos de interés del sector textil-confección los elementos informativos necesarios para su desarrollo empresarial. La entidad ofrece servicios generales e informes, estudios y datos personalizados bajo demanda a empresas e instituciones que los requieran.

ELABORA



Modaes es el grupo editorial líder en información económica del negocio de la moda en el mundo de habla hispana. Nacido en 2009, Modaes es un proyecto emprendedor e independiente que se ha convertido en referencia para las empresas del sector gracias al compromiso por ofrecer contenidos de calidad que constituyan una herramienta para los profesionales y que contribuyan a ampliar el conocimiento de la realidad económica de la moda en España. Modaes impulsa informes y estudios dirigidos a aumentar el conocimiento y fomentar el debate en el seno de este negocio.

Informe Económico de la Moda en España 2023

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

PATROCINA

BigCommerce
www.bigcommerce.com

COLABORA

Cityc
www.cityc.es

ELABORA

Modaes
www.modaes.com

Sumario

1 La industria en cifras



Empresas, empleo y negocio

- 22 Industria textil
- 26 Confección
- 30 Cuero y calzado

Actividad

- 34 Producción industrial
 - 40 Cifra de negocios de la industria
-

2 Mercado exterior



Balanza comercial

- 48 Industria textil
 - 52 Confección
 - 56 Cuero y calzado
-

3 Precios



Precios al consumo (IPC)

- 64 Ropa de hombre y mujer
- 65 Ropa de niño y complementos
- 66 Calzado de hombre y mujer
- 67 Calzado de niño y textiles y accesorios para el hogar

Precios industriales (Ipi)

- 68 Industria textil
- 70 Confección
- 72 Cuero y calzado

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

- 74 Industria textil
- 75 Confección
- 76 Cuero y calzado

4

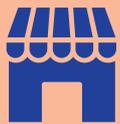
Comunidades autónomas



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

5

Comercio textil



- 96 Distribución mayorista y minorista
 - 98 Facturación, empleo y puntos de venta
 - 100 Comunidades autónomas
 - 102 Formatos comerciales
 - 104 Facturación por subsectores
-

6

Ecommerce



- 108 Evolución de las ventas de moda
 - 110 Origen y destino
 - 111 Perfil del consumidor online
 - 112 Valor y volumen
-

7

El negocio de la moda en la economía española



- 116 PIB
- 118 Empleo
- 120 Exportación/Importación
- 122 Metodología

Presentación

Diez años poniéndole cifras a la industria española de la moda. El Informe Económico de la Moda en España cumple en 2023 su décima edición calculando el peso de la moda en la economía española. Para una industria tan atomizada como la moda y tan expuesta a riesgos de todo tipo ponerse en valor en un momento complejo como el actual se convierte en un escudo. Los datos son, hoy, esenciales.

Ser una herramienta valiosa para la toma de decisiones de los directivos y empresarios de la industria de la moda en España. Este fue el objetivo con el que, hace doce años, desde Modaes lanzamos la primera edición del Informe Económico de la Moda en España. Este objetivo, que dos años después de su planteamiento se amplió al desvelar el dato (inédito hasta entonces) del peso de la moda en el Producto Interior Bruto (PIB) español, es más válido que nunca.

Los profesionales de la industria de la moda necesitan cifras y números para tomar decisiones fundamentadas, decisiones que harán girar la estrategia hacia un lado u otro. El Informe Económico de la Moda en España recoge las grandes magnitudes de esta industria y la evolución de los principales indicadores, extraídos

de fuentes públicas y privadas de primer nivel.

En 2023, el Informe Económico de la Moda en España se renueva para mejorar su lectura y comprensión. Así, el documento ha mejorado su diseño gráfico, introduciendo cambios en la legibilidad de los gráficos (con color y formas más sencillas) y en la interpretación de los datos, con un resumen con cifras y tendencias clave al inicio de cada capítulo.

El estudio, realizado por Modaes con el patrocinio de BigCommerce y la colaboración del Centro de Información Textil y de la Confección (Cityc), abarca una gran pluralidad de macroindicadores sobre las industrias textil, de la confección, del cuero y del calzado, así como del comercio, con el objetivo de realzar una radiografía lo más completa posible de la situación de este negocio en España.

En la presente edición, el Informe Económico de la Moda en España vuelve a medir la salud del sector, teniendo en cuenta indicadores como el empleo, la actividad industrial, la facturación del comercio o el tejido empresarial.

Como cada año, el informe recoge la evolución de algunos indicadores que han cobrado gran relevancia en los últimos años, como el comercio electrónico, que se ha convertido en un canal de distribución clave pero está comenzando a dar síntomas de desaceleración.

El peso de la moda en el PIB, en el empleo y en las exportaciones de España protagonizan un capítulo del informe, convirtiéndose en datos clave para medir la salud de la moda y la importancia del sector en el conjunto de la economía española.

La importancia de los datos



IRIA P. GESTAL
Directora de Modaes

Poco a poco, la moda vuelve a colocarse en su lugar. El lugar de un sector con gigantes mundiales admirados en todo el globo, con empresas que innovan con nuevos modelos de negocio, con empresas que se abren camino en un terreno tan complejo como el de la sostenibilidad. En definitiva, el lugar de un sector líder en la economía de España.

Como barcelonesa de adopción, creo que una de las historias que más personas me han contado es la de lo bonita, emocionante y vibrante que estaba Barcelona cuando llegaron los Juegos Olímpicos. Corrían los noventa cuando Barcelona se abrió al mar, se modernizó y mostró al mundo los mejores Juegos Olímpicos de la era moderna. Muchos de los que me han contado este recuerdo hablan con cariño de lo que representó Pascual Maragall para la ciudad. Maragall, cuya alcaldía se extendió de 1982 a 1997 y que luego llegó a ser presidente de la Generalitat de 2003 a 2006, es recordado caminando por las Ramblas, años antes de los Juegos, imaginando cómo sería la ciudad y diciendo aquello de “el nom fa la cosa” (el nombre hace la cosa). Maragall tuvo claro desde el principio que para que Barcelona se sintiese una ciudad olímpica, primero debía creérselo. Por eso aquello de ponerle nombre a las cosas. Nombre, o cifras, que para el caso es lo mismo. Una cifra es, muchas veces, el mejor

calificativo de cualquier cuestión.

Hace ya doce años que decidimos impulsar el Informe Económico de la Moda en España, con el que queríamos ponerle cifras a la moda, un sector relevante y clave para la economía española pero muchas veces poco considerado por la falta de literatura (y cifras) al respecto. Una vez tuvimos todas las variables *macro* seleccionadas, del empleo al volumen de negocio y de las exportaciones al e-commerce, pensamos que, como todo gran sector que se precie, era necesario saber cuál era su peso en el Producto Interior Bruto (PIB) del país.

Con la de 2023, esta es la décima ocasión en que, con la colaboración del Centro de Información Textil y de la Confección (Cityc), calculamos el peso de la moda en el PIB español, un dato que se ha convertido en referencia en el sector de la moda en España y que permite poner en valor la relevancia de esta industria. Poner datos a las cosas ayuda a mirar con perspectiva, a valorar, a medir la

evolución, a comparar o a pensar en el futuro.

En 2023, con datos de cierre de 2022, la moda gana parte del terreno perdido durante la pandemia, pues su peso en la riqueza del país ha subido una décima, hasta el 2,8%. Con el dato de este año, la moda ha recuperado parte de su relevancia en la economía española y ha regresado a los datos de antes de la pandemia. En 2020, con el estallido del coronavirus, la cuota del sector sobre el PIB se situó en el 2,4%, el dato más bajo de toda la serie. En 2019, el peso de la moda española en la economía ascendió al 2,8% (un ratio que en 2022 volvió a alcanzarse).

Así, poco a poco, la moda vuelve a colocarse en su lugar. El lugar de un sector con gigantes mundiales admirados en todo el globo, con empresas que innovan con nuevos modelos de negocio, con empresas que se abren camino en un terreno tan complejo como el de la sostenibilidad. En definitiva, el lugar de un sector líder en la economía de España.

Urgen medidas de apoyo al textil



MARTA CASTELLS
Directora de Cityc

La batería de nuevas normas que entrarán en vigor los próximos años es casi infinita, la mayoría de las empresas actuales están en el camino para conseguir la sostenibilidad medioambiental, pero también es necesario llegar a una sostenibilidad económica y que el mercado esté dispuesto a apostar de forma continuada por estos productos más verdes pero también más caros.

Celebramos el décimo aniversario del cálculo del peso de la moda en el Producto Interior Bruto (PIB) español para el Informe Económico de la Moda en España con buenas noticias. Sumamos una décima a la contribución del negocio de la moda en la economía, vamos recuperando representatividad en un momento de transición, tanto industrial como económica.

Se habla mucho de sostenibilidad y digitalización y de los cambios que son necesarios para las empresas, pero, ¿hasta qué punto se ha avanzado? ¿Realmente el consumidor está dispuesto a pagar por los productos por los que la Unión Europea apuesta con todas las exigencias legislativas que esto conlleva?

La batería de nuevas normas que entrarán en vigor los próximos años es casi infinita, la mayoría de las empresas actuales están en el camino para conseguir la sostenibilidad

medioambiental, pero también es necesario llegar a una sostenibilidad económica y que el mercado esté dispuesto a apostar de forma continuada por estos productos más verdes pero también más caros.

La exigencia de la nueva normativa se aplicará a todos los productos vendidos en Europa, no sólo los que se fabrican aquí. Se pretende que el Pasaporte Digital de Producto sea una oportunidad para garantizar la igualdad de condiciones entre los productos europeos y no europeos y aumentar la transparencia y la información al consumidor. La vigilancia de mercado será fundamental para que realmente se cumpla con la teoría. En la actualidad se está trabajando en su definición. Estamos delante de una herramienta que puede beneficiar de verdad a la industria Textil, pero como pasa a menudo, su gestión e implantación será clave para lograr que esta iniciativa contri-

buya de forma positiva en el desarrollo de las empresas.

El sector está en un momento de cambio que podríamos calificar de disruptivo, con grandes desafíos en el horizonte. Nos encontramos ante un punto de inflexión en el sector donde la Administración debe tomar medidas urgentes para apoyar a las empresas en esta transición, no sólo económica sino también legislativa. La industria textil no es ajena al entorno que nos rodea, está influenciada por elementos de diversa naturaleza. Es necesaria la colaboración entre los diferentes eslabones de la cadena de valor así como la colaboración público-privada para llegar a completar con éxito esta transición. El sector textil necesita tiempo para adaptarse a la nueva realidad y a las exigencias que vienen. Como siempre, confío en su capacidad de adaptación y que pueda superar con nota los retos a los que se enfrenta.

Sobre la adaptación a los cambios



MARIA RODRIGALVAREZ
Country Lead España y
Portugal de BigCommerce

La relevancia del canal online es hoy ya indiscutible, y eso hace precisamente que su gestión sea más importante que nunca. Tener herramientas rápidas, flexibles y que se adapten a las necesidades de la compañía, y no al revés, es fundamental para hacer frente a los volúmenes que actualmente representa el ecommerce en el sector.

Los últimos años han sido una montaña rusa. Creo que nadie podrá contradecir esta afirmación. Cuando habíamos salido de la Gran Recesión, resulta que llega una pandemia que asola el mundo y que deriva en la Gran Reclusión y cuando empezábamos a salir de casa, resulta que explota una guerra en Ucrania y hace que la inflación se dispare. Y, cuando ya nos habíamos casi acostumbrado a vivir en un entorno de precios al alza, ha explotado otra guerra en otro lugar del mundo, que todavía no sabemos qué consecuencias va a tener.

Parece claro que el mundo va hoy de adaptarse. Y si hay un sector que sabe de eso, ese es el de la moda, una industria acostumbrada a cambiar por lo menos cada seis meses, a que el gusto del consumidor vaya de aquí para allá, a que la temperatura nos vuelva locos y haga frío cuando toca calor y calor cuando querríamos llevar bufanda... o a que

los canales de distribución se den la vuelta como un calcetín y el ecommerce se imponga con fuerza.

Las ventas de moda online han crecido rápidamente en España, igual que en todo el mundo. Es cierto que en el último año estamos asistiendo a una cierta relajación después del acelerón experimentado como consecuencia de la pandemia, pero el ecommerce continúa siendo el canal de futuro de la moda. Y las empresas que no se adapten a ello, no se estarán adaptando a este nuevo mundo.

El comercio electrónico superó en España los 72.000 millones de euros en 2022, un 25% más que el año anterior, según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc). Los sectores de actividad con mayores ingresos fueron las agencias de viajes y operadores turísticos, el transporte aéreo y las prendas de vestir.

La relevancia de este canal es hoy ya indiscutible, y eso hace precisamente que su gestión sea más importante que nunca. Tener herramientas rápidas, flexibles y que se adapten a las necesidades de la compañía, y no al revés, es fundamental para hacer frente a los volúmenes que actualmente representa el ecommerce en el sector.

Pero no sólo el online es importante para la moda: también la moda es muy importante para el ecommerce. Es, desde sus inicios, el producto que más se compra a través de Internet, un puesto que ha mantenido en los últimos años. Es sólo una muestra de la relevancia que tiene este sector para millones de consumidores en todo el mundo.

Este informe recoge otras decenas de datos que reafirman también esa importancia. El principal, su peso sobre el conjunto del Producto Interior Bruto (PIB) español, que recupera terreno tras los años de pandemia.

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

14.765

La cifra de negocio de la industria ha conseguido impulsarse tras la pandemia, aunque sin alcanzar cifras pre-Covid.

EMPRESAS

19.676

El número de empresas de la industria de la moda ha vuelto a descender, pero con el menor recorte de los últimos tres años.

TRABAJADORES

129.894

La cifra de trabajadores del sector vuelve a retroceder en 2022 después de un año de gran crecimiento.

MILLONES DE EUROS

6.652

El textil se mantiene como la industria con la cifra de negocio más elevada y consigue superar las magnitudes prepandemia.

IPI

12,7%

El cuero y el calzado anota el mayor incremento de la producción industrial siguiendo con la recuperación.

TRABAJADORES

36%

El mayor grupo de trabajadores del sector es el de la industria textil, seguido de cerca por el cuero y el calzado, con un 35% del total.

1 La industria en cifras

La industria española de la moda sigue recuperando el pulso. La cifra de negocio del conjunto de la industria cerró 2022 al alza, dejando atrás la caída provocada por la pandemia y rozando los datos de 2019. En concreto, las industrias de textil, confección y cuero y calzado sumaban 14.765 millones de euros de cifra de negocio a cierre de 2022.

En el número de empresas, la industria consiguió frenar el descenso que se venía produciendo los últimos dos años y la cifra apenas retrocedió un 0,3%, la menor caída desde el inicio de la pandemia. Otra tendencia ha seguido el número de afiliados, que se redujo en un 1% después de un incremento del 3,6% en 2021, impulsado por el efecto comparativo de 2020, año de inicio de la pandemia y con más disrupciones en el empleo.

Por subsectores, la industria textil es la única que experimentó un incremento en el número de empresas en 2022, mientras que confección y cuero y calzado registraron leves descensos. En cambio, en cuanto al número de trabajadores, la industria de la confección es la única que anotó una tasa positiva, con un repunte de hasta el 3,7%. En los tres sectores de la industria de la moda, la producción industrial ha ido al alza durante 2022.

Donde se dibujó un mayor incremento fue en el cuero y calzado, con un alza de la actividad industrial del 12,7%, el mayor de la última década. También se produjo un incremento generalizado en la cifra de negocio, con repuntes en los tres sectores.



Empresas, empleo y negocio

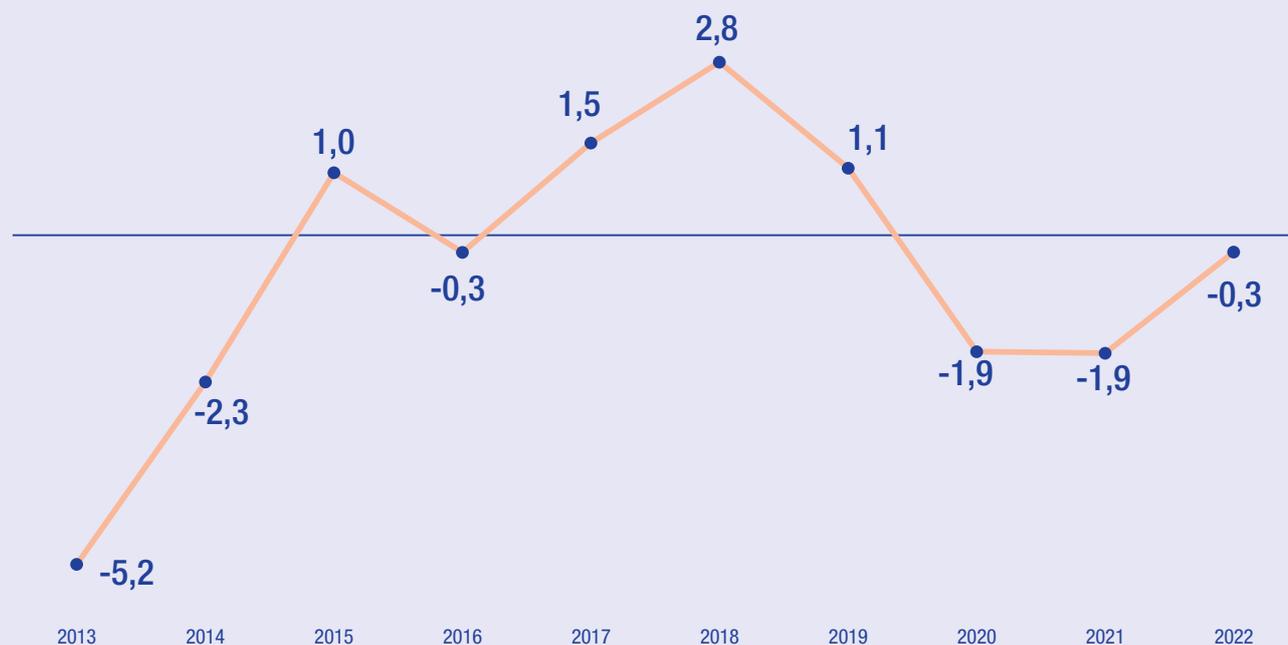
↓ 0,3%

El número de empresas dedicadas a la actividad industrial del sector moderó su caída respecto a los dos años anteriores, aunque siguió a la baja y sin alcanzar las tasas positivas registradas los tres años anteriores a la pandemia.

1. La industria en cifras

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

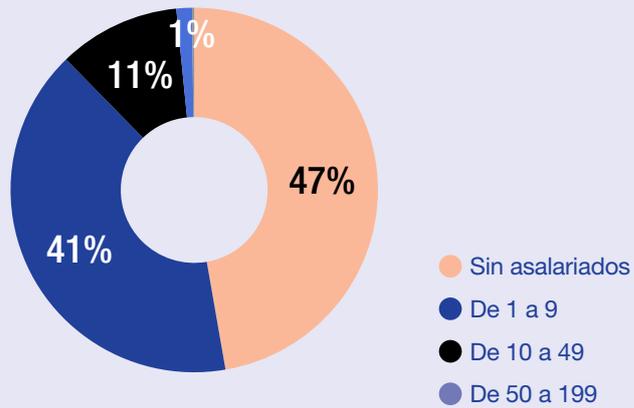
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

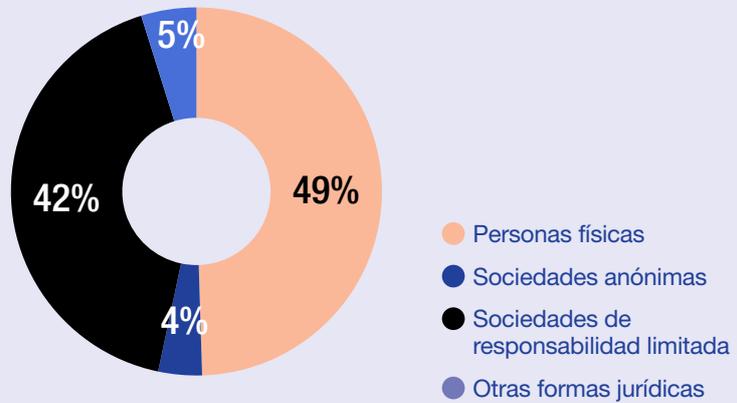


EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



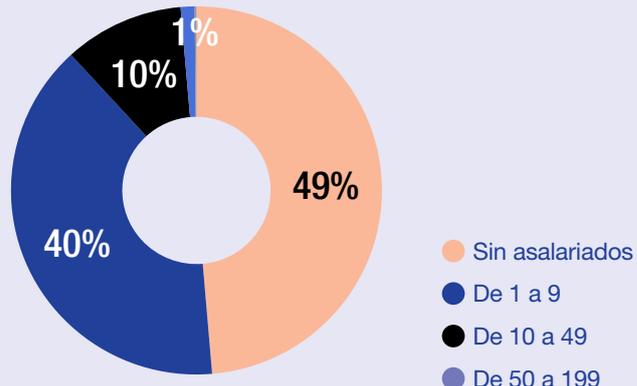
Fuente: INE

EMPRESAS POR FORMA JURÍDICA 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

LOCALES POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

Empresas, empleo y negocio

↓ **1%**

El número de trabajadores en la industria de la moda volvió a caer tras un año al alza, aunque lejos del pronunciado descenso que se produjo durante el primer año de la pandemia, más afectado por cierres e interrupciones en la producción.

1. La industria en cifras

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

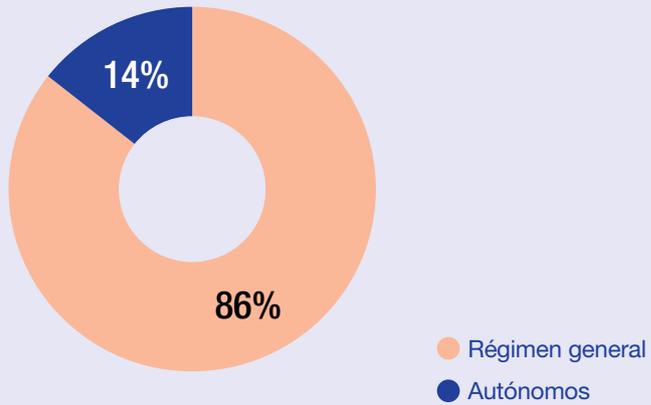
Variación anual. En porcentaje



Fuente: Seguridad Social

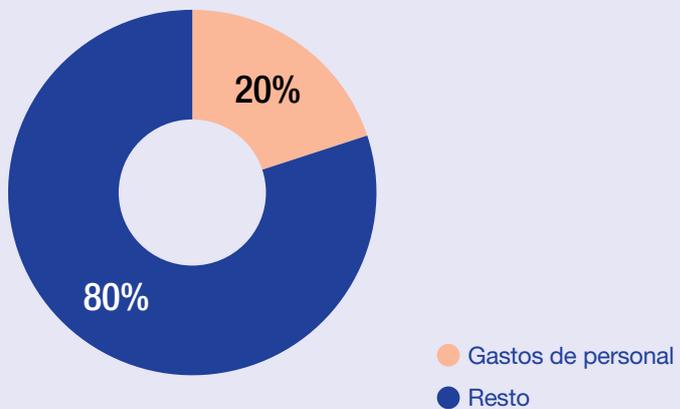


TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



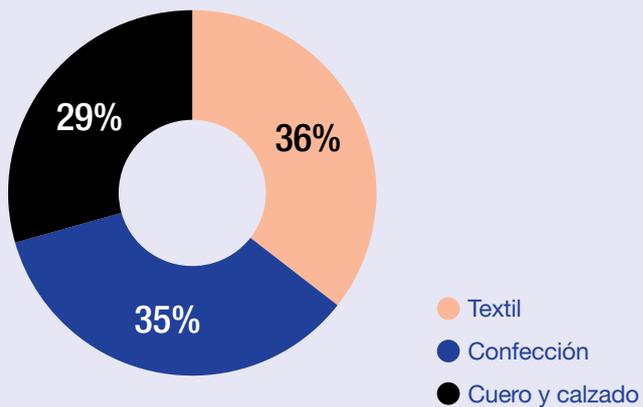
Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA FACTURACIÓN 2021. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

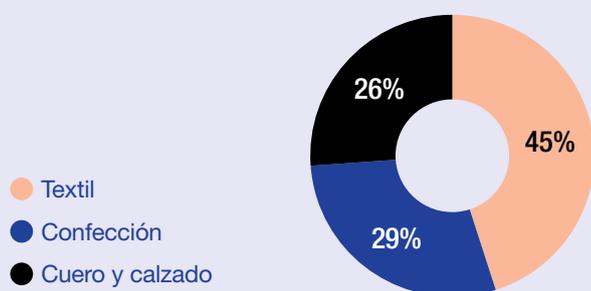
TRABAJADORES POR SECTOR 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Seguridad Social

Empresas, empleo y negocio

**FACTURACIÓN POR SECTORES 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO
Y CALZADO**



Fuente: INE

**GENERACIÓN DE INGRESOS 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y
CUERO Y CALZADO**



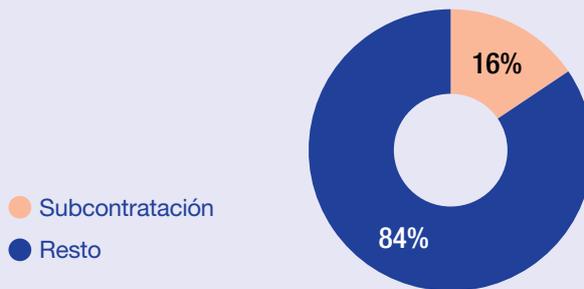
Fuente: INE

**CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS,
PRODUCTOS INTERMEDIOS Y OTROS
APROVISIONAMIENTOS SOBRE LA CIFRA
DE NEGOCIO 2021. TEXTIL, CONFECCIÓN
Y CUERO Y CALZADO**



Fuente: INE

**GASTOS EN SERVICIOS EXTERIORES
SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO
Y CALZADO**



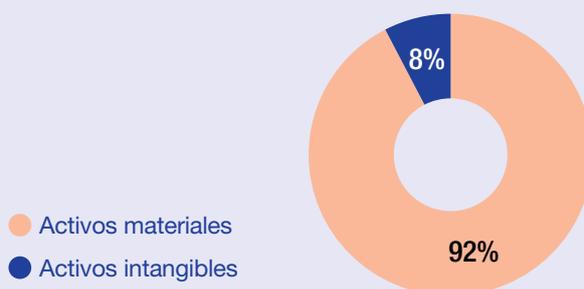
Fuente: INE

**GASTOS EN SERVICIOS EXTERIORES
SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO
Y CALZADO**

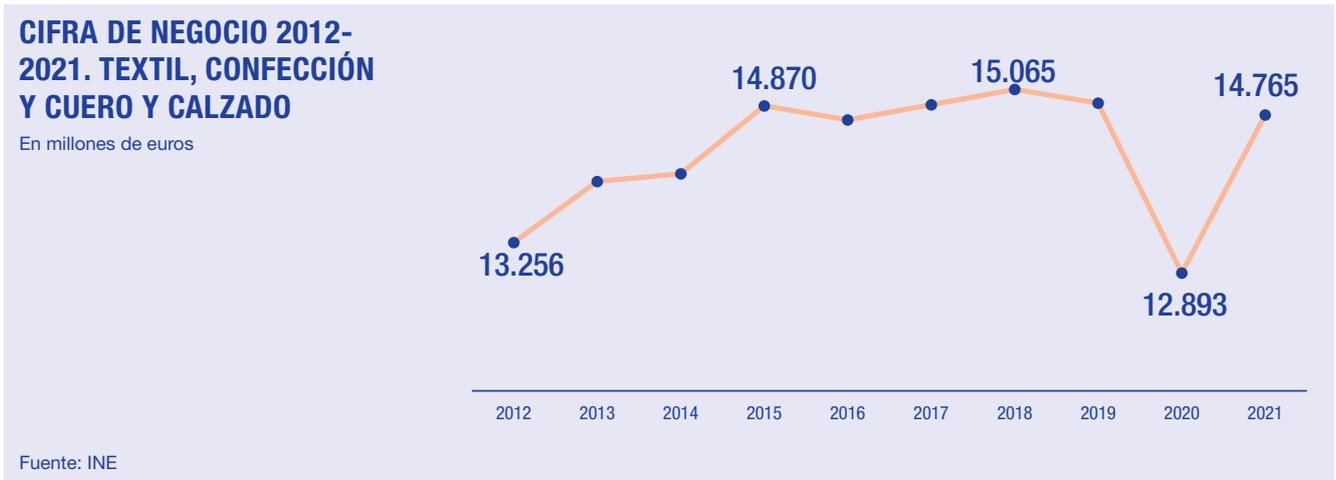


Fuente: INE

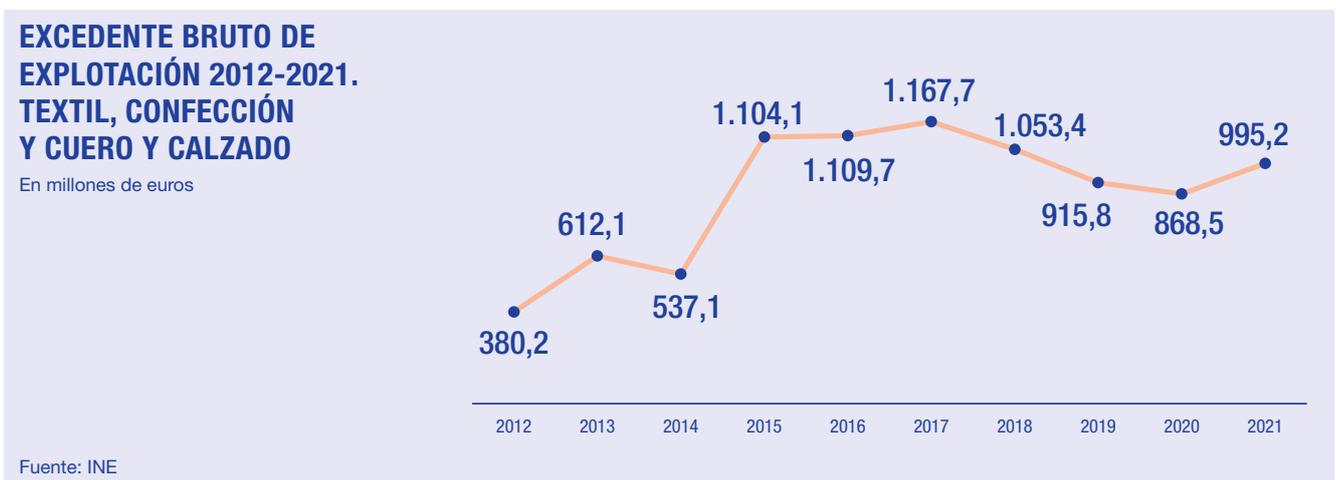
**GASTOS EN SERVICIOS EXTERIORES
SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO
Y CALZADO**



Fuente: INE



La industria de la moda se quedó a las puertas de superar la cifra de negocio de 2019 en su actividad de 2021, el último año recogido por el Instituto Nacional de Estadística (INE). Sí lo consiguió en el excedente bruto de explotación.



Industria textil

Empresas

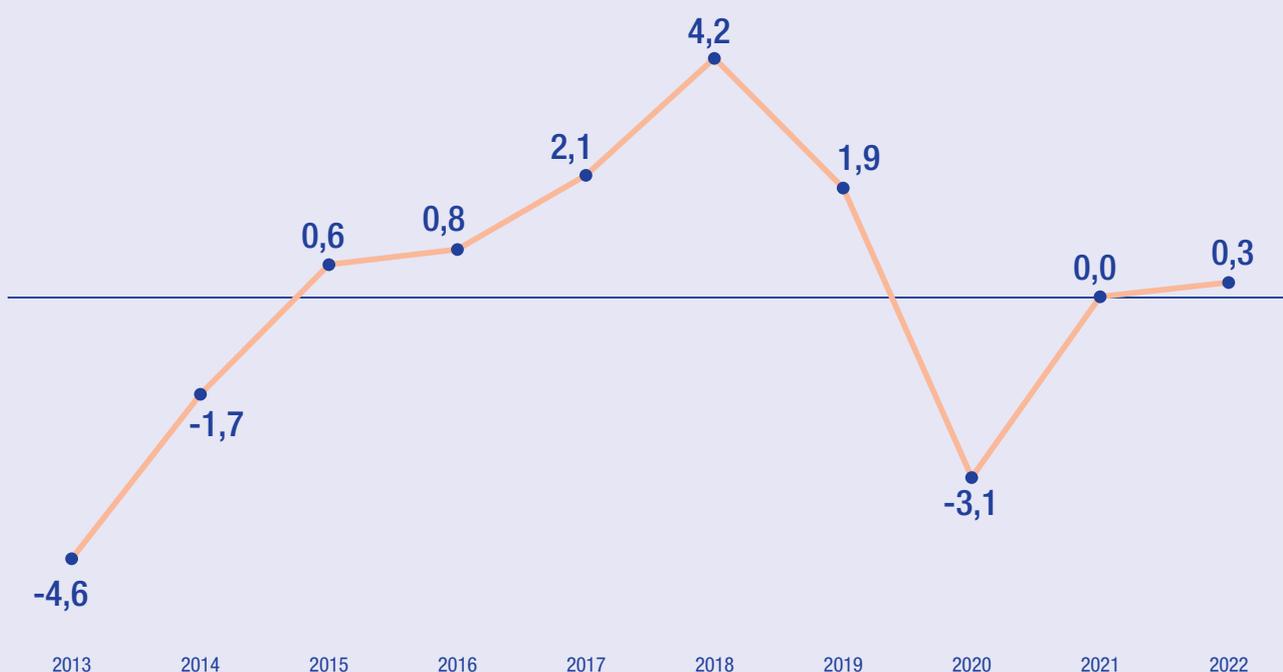
↑ **0,3%**

La industria textil ha vuelto a la senda del crecimiento en el número de empresas tras un año de caída (el de la pandemia) y otro en el que se mantuvo plano. Aun así, se encuentra lejos de los incrementos anotados antes de 2020.

1. La industria en cifras

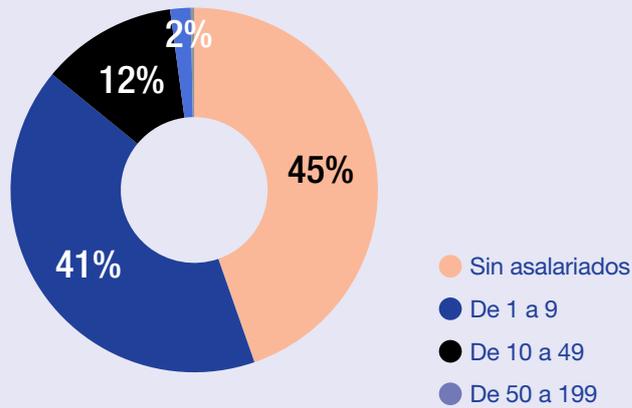
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2022. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: INE

El textil continúa siendo una industria de pequeñas empresas y las de menos de diez empleados configuran una amplia mayoría de más del 80%. La fabricación de otros productos textiles continúa como la de mayor actividad del textil, con un 76% de las empresas dedicadas a ello y seguida de lejos por los acabados textiles.

EMPRESAS POR SUBSECTORES 2022. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: INE

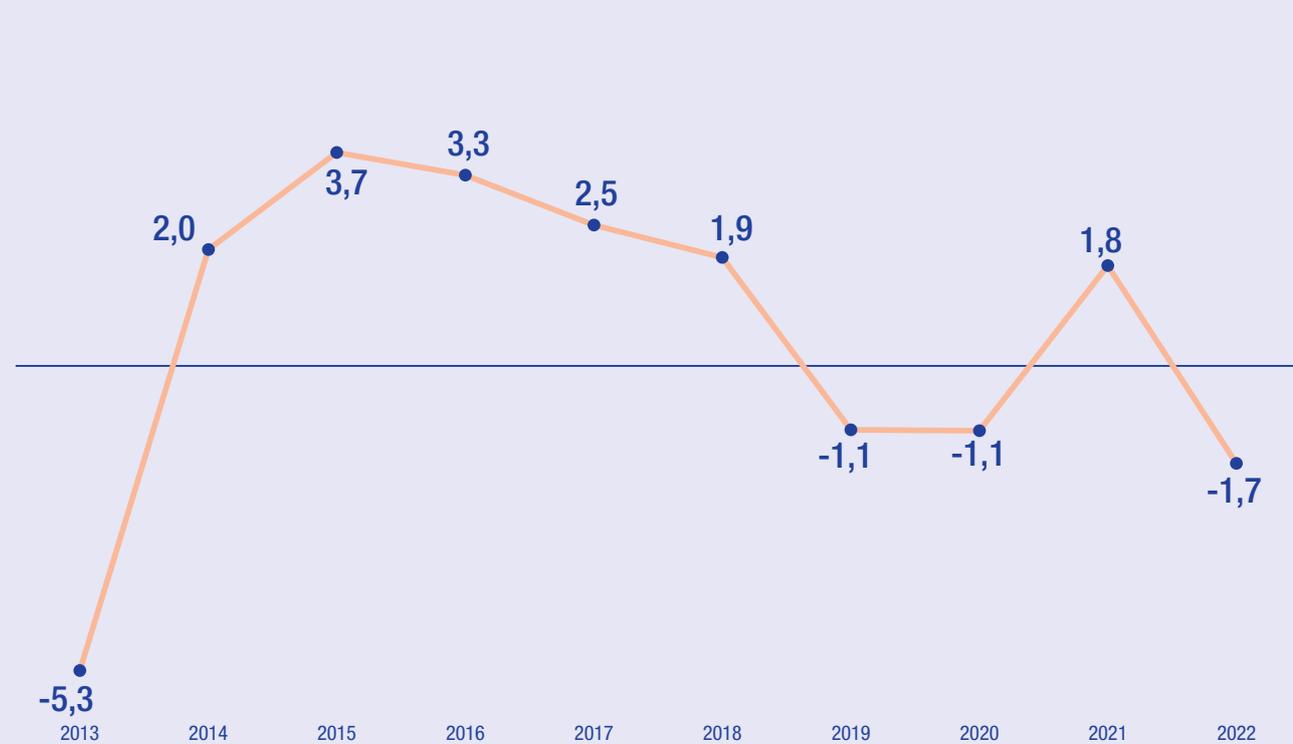
Industria textil

Empleo

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje

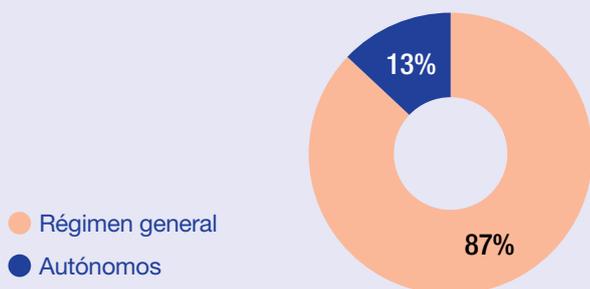
1. La industria en cifras



Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual



Fuente: INE

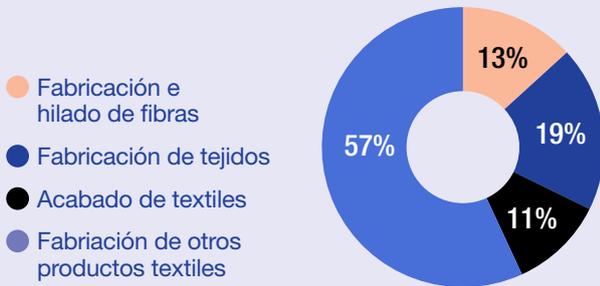


Industria textil

Negocio

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual



Fuente: INE

El textil se mantuvo como el subsector con mayor facturación de la industria de la moda y remontó respecto a 2020.

CIFRA DE NEGOCIO 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros



Fuente: INE

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros



Fuente: INE

Confección

Empresas

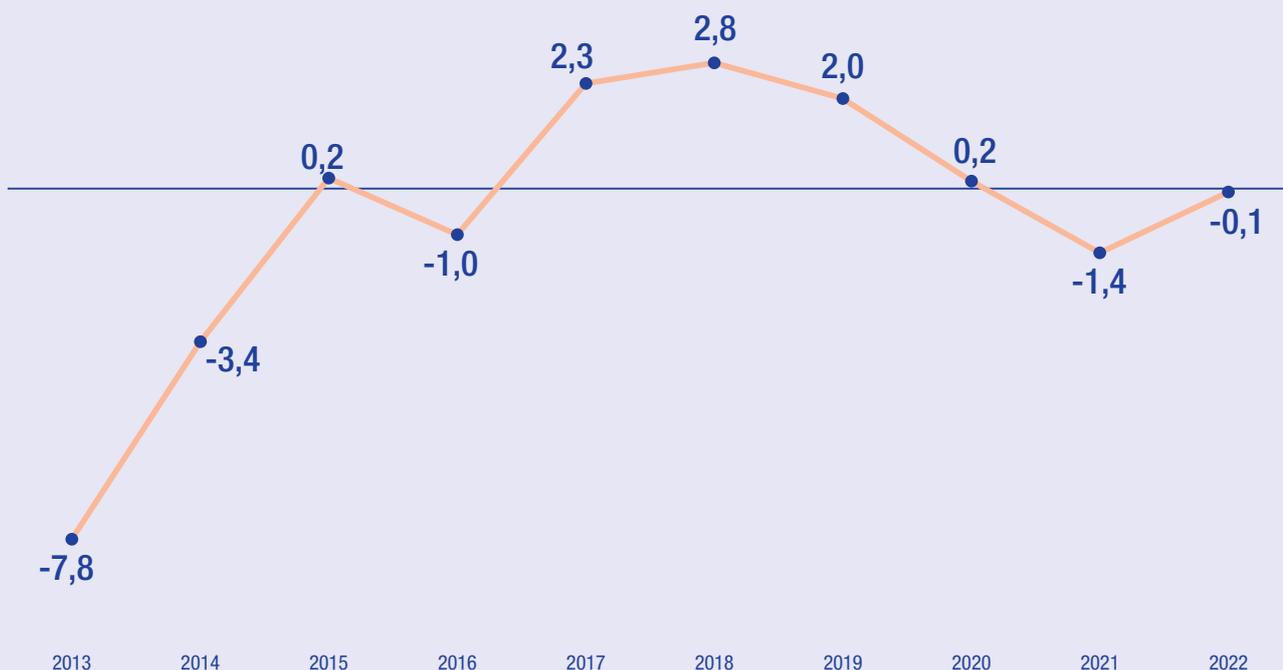
↓ **0,1%**

La confección registró un ligero descenso en el número de empresas, aunque ha conseguido reducir la caída en más de un punto respecto las cifras del año anterior, cuando anotó su mayor descenso desde 2014.

1. La industria en cifras

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2013-2022. CONFECCIÓN

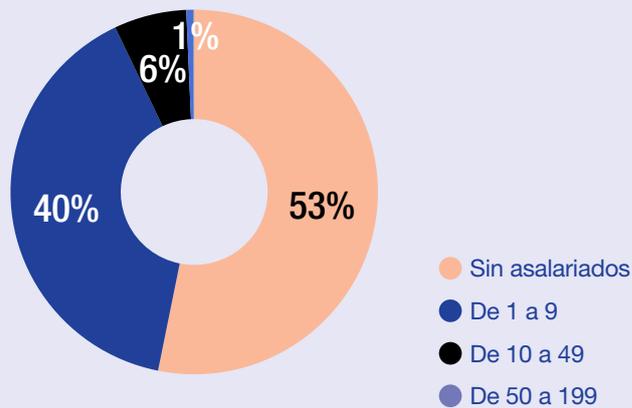
Variación Interanual. En porcentaje



Fuente: INE



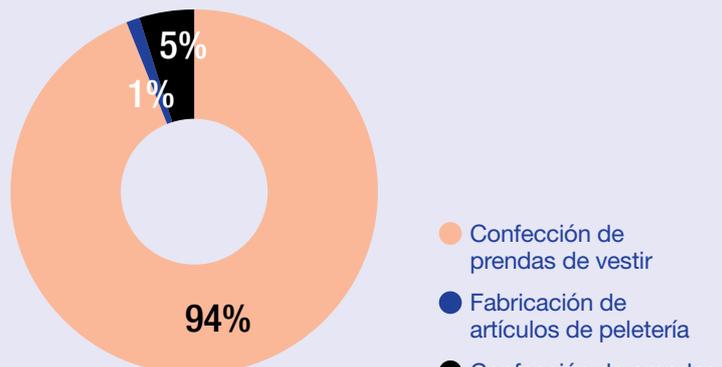
EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2022. CONFECCIÓN



Fuente: INE

En la confección, la tasa de empresas con menos de diez empleados es incluso superior a la general y supera el 90%. Además de un tamaño reducido, la industria está dominada por las empresas dedicadas a la confección de prendas de vestir y los artículos de peletería y el punto configuran una minoría que no alcanza el 10%.

EMPRESAS POR SUBSECTORES 2022. CONFECCIÓN



Fuente: INE

Confección

Empleo

1. La industria en cifras

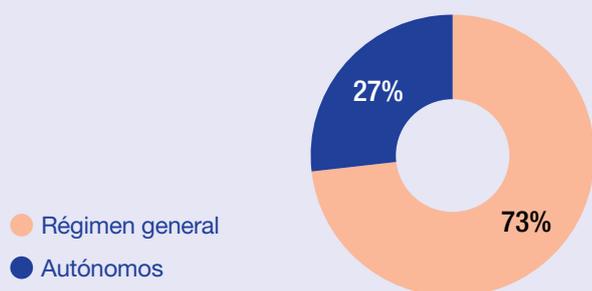
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2013-2022. CONFECCIÓN

Variación internacional. En porcentaje



Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2022. CONFECCIÓN



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2021. CONFECCIÓN



Fuente: INE



Confección

Negocio

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2021. CONFECCIÓN



Fuente: INE

La cifra de negocio de la confección fue al alza respecto 2020, pero siguió sin alcanzar cifras prepandemia.

CIFRA DE NEGOCIO 2012-2021. CONFECCIÓN

En millones de euros



Fuente: INE

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2012-2021. CONFECCIÓN

En millones de euros



Fuente: INE

Cuero y calzado

Empresas

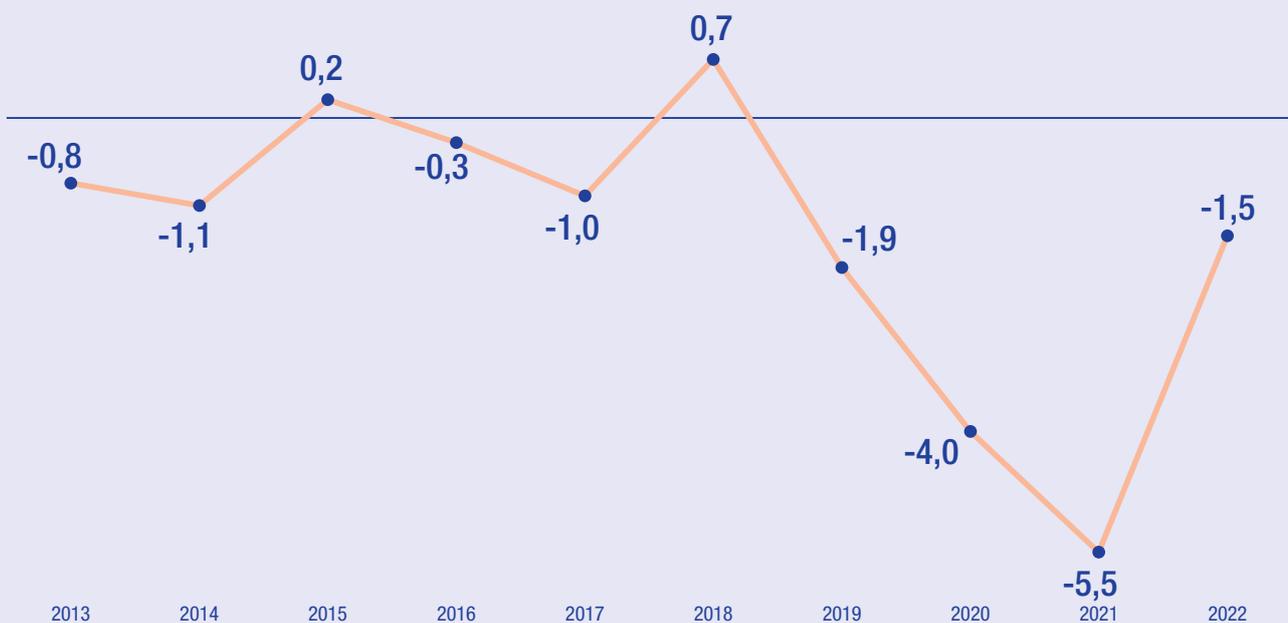
↓ **1,5%**

El cuero y el calzado ha anotado la mayor caída en número de empresas entre los tres sectores que componen la industria de la moda, aunque consigue moderar el descenso después de tres años de caídas que tocaron fondo en 2021.

1. La industria en cifras

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2013-2022. CUERO Y CALZADO

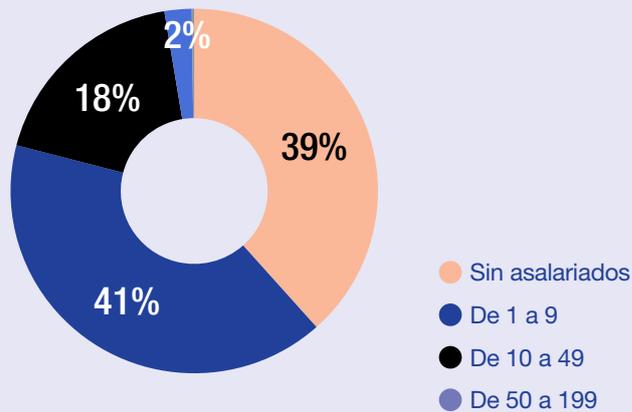
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



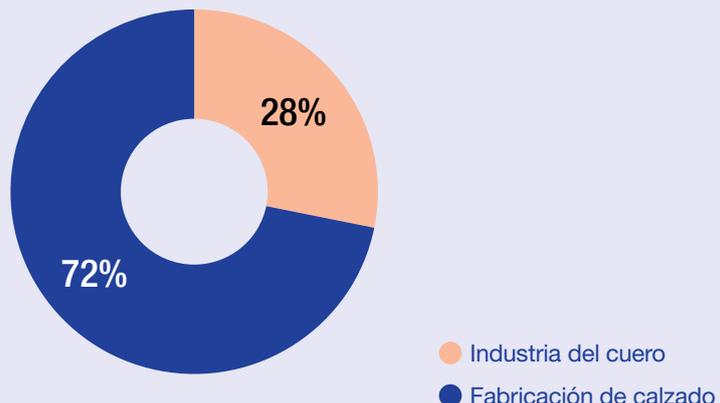
EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2022. CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

El cuero y el calzado es el subsector con una mayor tasa de empresas de más de diez empleados en la industria de la moda en España, aunque las pequeñas compañías siguen dominando con un 80% del total. La fabricación de calzado destaca ampliamente como actividad principal frente a la industria del cuero.

EMPRESAS POR SUBSECTORES 2022. CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

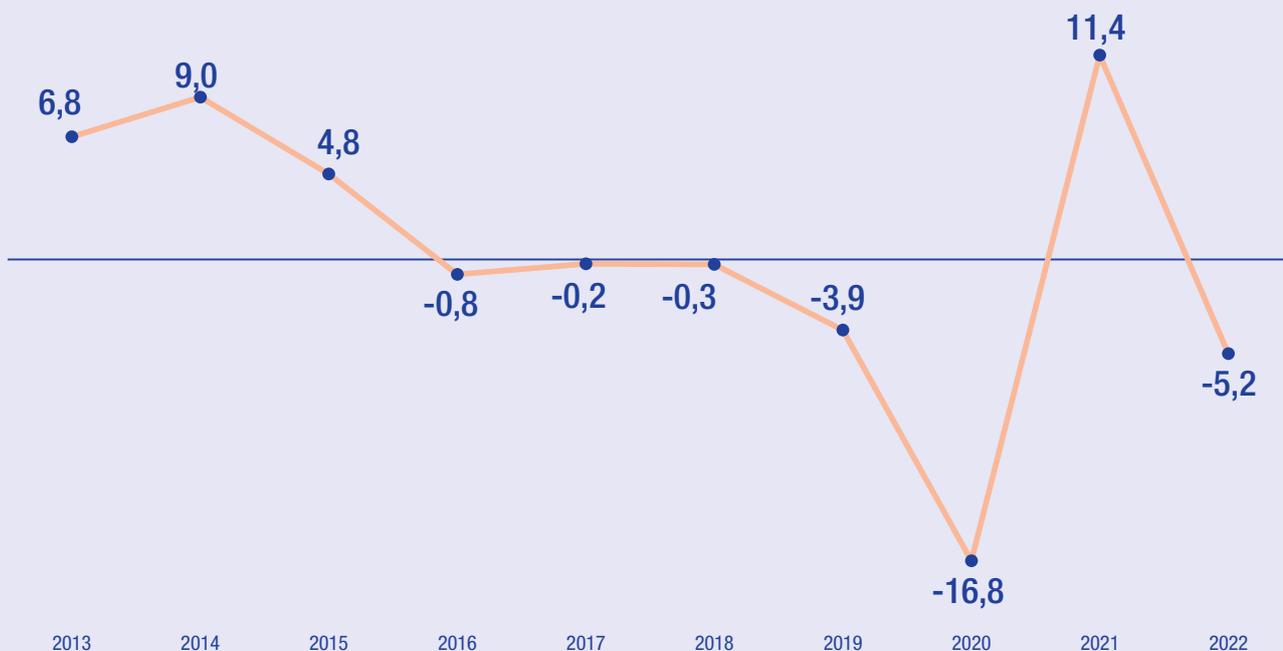
Cuero y calzado

Empleo

1. La industria en cifras

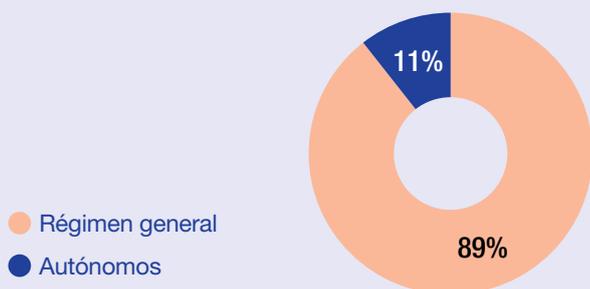
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2013-2022. CUERO Y CALZADO

Variación interanual. En porcentaje



Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2022. CUERO Y CALZADO



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2021. CONFECCIÓN



Fuente: INE



Cuero y calzado

Negocio

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2021. CUERO Y CALZADO



Fuente: INE

La cifra de negocio de sector no consiguió superar la barrera de los 4.000 millones de euros en 2021, pero creció frente al descenso anotado en 2020.

CIFRA DE NEGOCIO 2012-2021. CUERO Y CALZADO

En millones de euros



Fuente: INE

EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2012-2021. CUERO Y CALZADO

En millones de euros



Fuente: INE

Actividad

Producción industrial

Industria textil

IPI 2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



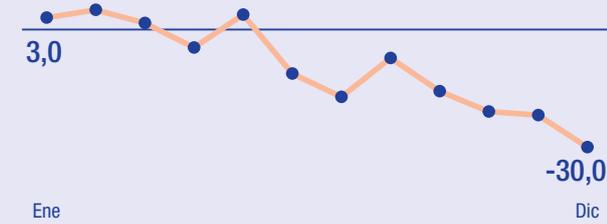
Fuente: INE

La producción industrial del textil siguió aumentando, aunque con menores tasas que en 2021, con una base comparable afectada por la pandemia. El subsector más importante, el de otros productos textiles, fue el único que creció, con un incremento interanual del 5,8%.



IPI 2022. PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS

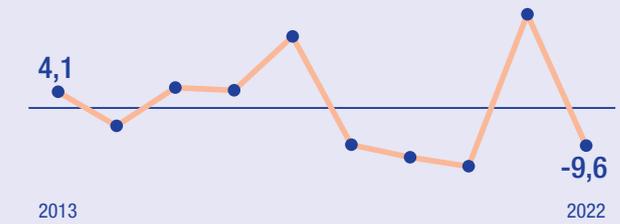
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2013-2022. PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS

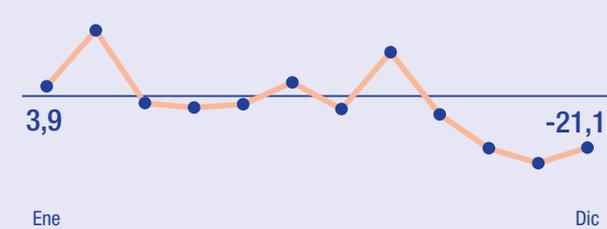
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2022. FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES

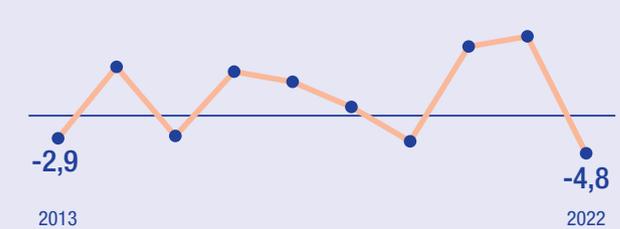
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2013-2022. FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES

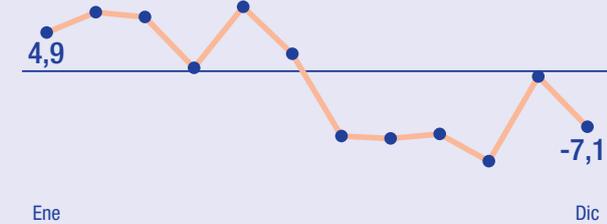
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2022. ACABADO DE TEXTILES

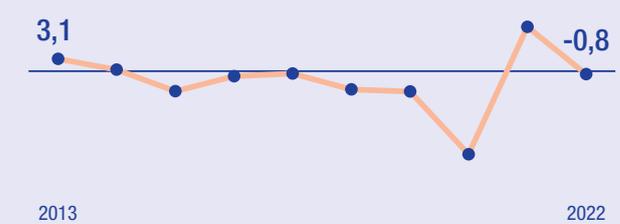
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2013-2022. ACABADO DE TEXTILES

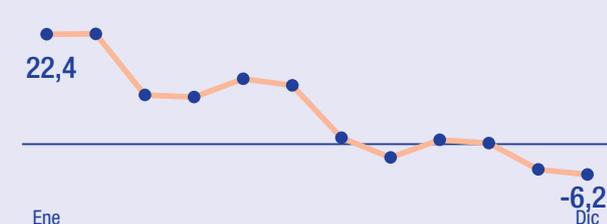
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2022. FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES

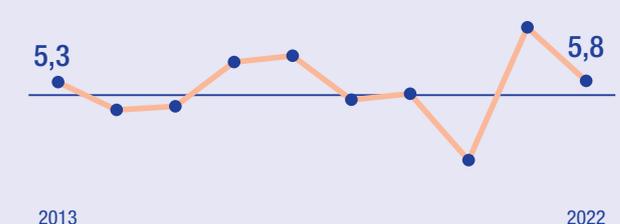
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2013-2022. FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

Producción industrial

Confección

IPI 2022. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2013-2022. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



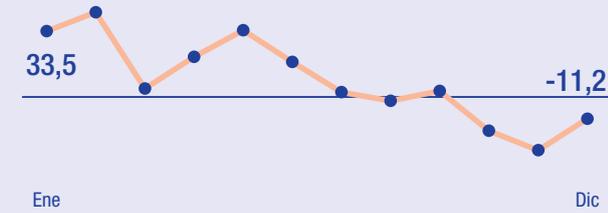
Fuente: INE

Pese a haber terminado el año a la baja, la confección logró incrementar en un 6,3% su producción industrial en 2022, volviendo a cifras más moderadas después de los saltos sin precedentes provocados por las bajas bases comparables causadas por la pandemia.



IPI 2022. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

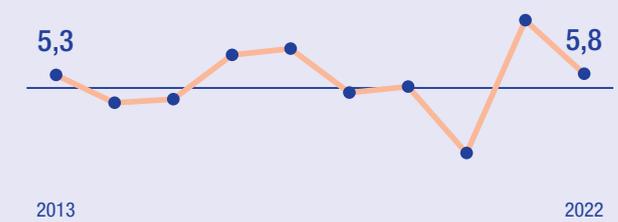
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2013-2022. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2022. FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA

Variación anual. En porcentaje

Datos no disponibles por secreto estadístico



Fuente: INE

IPI 2013-2022. FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA

Variación anual. En porcentaje

Datos no disponibles por secreto estadístico

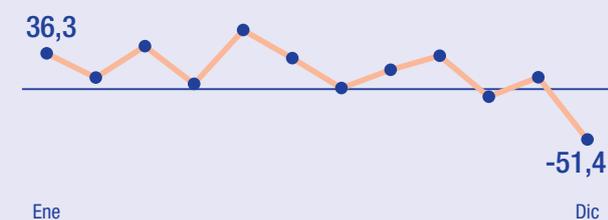


Fuente: INE

Tanto la confección de prendas de vestir como la de prendas de vestir de punto anotaron incrementos anuales en su Índice de Producción Industrial en 2022, a pesar de que ambas registraron fuerte descensos en los últimos meses del ejercicio.

IPI 2022. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO

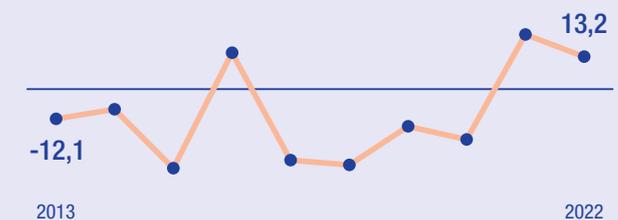
Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2013-2022. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

Producción industrial

Cuero y calzado

1. La industria en cifras

IPI 2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPI 2013-2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El sector del cuero y el calzado anotó el mayor incremento en su producción industrial de la última década, repitiendo el hito que ya alcanzó en 2021, y registrando sólo un mes de retroceso durante 2022, diciembre, con un leve recorte del 3,1%.



Tanto la industria del cuero como la fabricación de calzado anotaron un incremento interanual en 2022 en su Índice de Producción Industrial (IPI), aunque fue el calzado, el subsector más importante, el que registró el mayor incremento, de hasta el 16,1%.



Cifra de negocio

Industria textil

1. La industria en cifras

ICN 2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ICN 2023-2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

La industria textil continuó elevando su Índice de Cifra de Negocios (ICN) en 2022, aunque moderó su crecimiento después de haber finalizado el ejercicio a la baja encadenando dos meses de descensos.



Cifra de negocio

Confección

ICN 2022. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ICN 2013-2022. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

La confección mantuvo un fuerte incremento en su Índice de Cifra de Negocios (ICN) en 2022, recuperando terreno tras la pandemia y cerrando todos los meses del año en tasas interanuales positivas.

Cifra de negocio

Cuero y calzado

ICN 2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

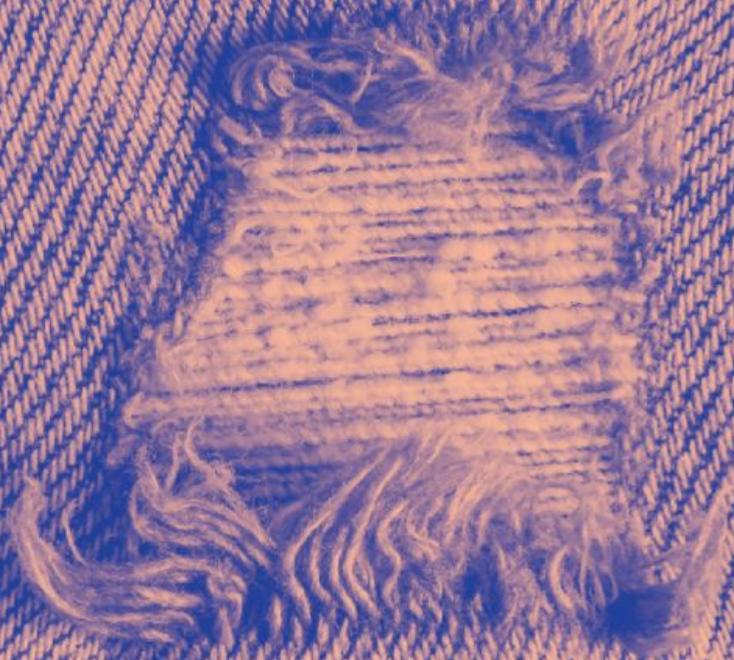
ICN 2013-2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El cuero y el calzado registró el mayor incremento en su cifra de negocio de entre los tres subsectores de la industria de la moda después de encadenar cifras positivas todo el año.

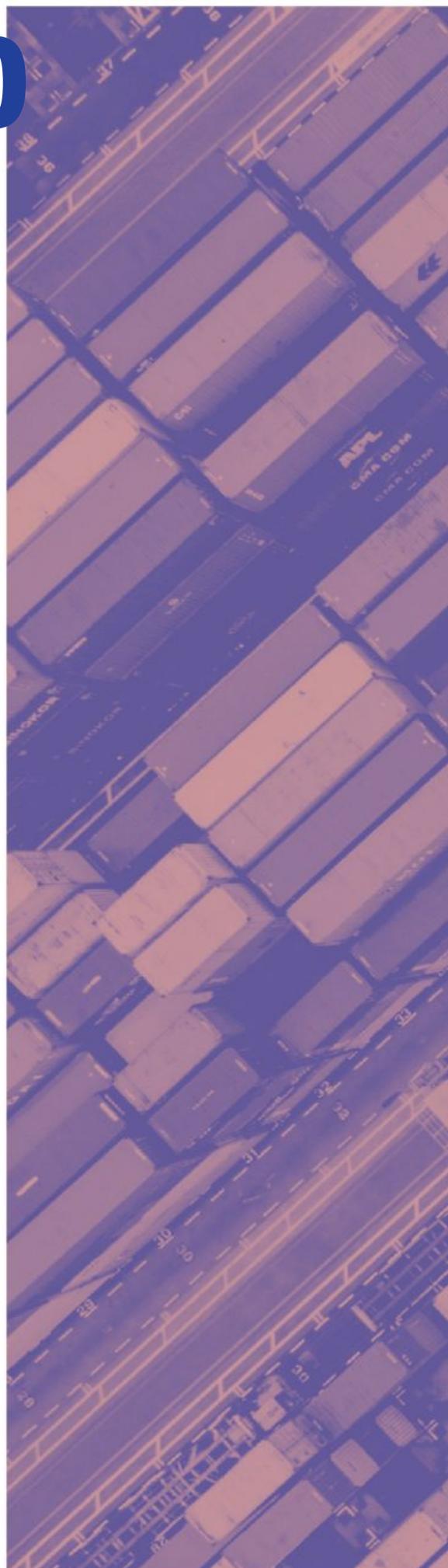


2 Mercado exterior

Las exportaciones españolas de la moda anotaron en 2022 cifras de récord aupadas por la inflación y la recuperación del sector, con Francia, Italia y Portugal como principales clientes. Marruecos se ha colado en el *top 5* de destinos de la moda española, sustituyendo a Polonia en la quinta posición. Las ventas al exterior de la industria textil, de confección y de cuero y calzado registraron tasas positivas durante todos los meses del año excepto octubre, cuando el sector anotó un descenso en las ventas al exterior del 28,1%.

Las importaciones siguieron el mismo ritmo y, con China como principal proveedor, superaron la barrera de los 30.000 millones de euros, creciendo en todos los meses. La segunda y tercera posición en el ranking de los mayores proveedores se ha intercambiado, con Bangladesh superando a Turquía.

Las exportaciones tan solo del textil superaron los 4.000 millones de euros, dominadas por la fabricación de otros productos textiles y seguidas por la fabricación de tejidos. Por su parte, las ventas de calzado y cuero al exterior superaron los 5.000 millones de euros, rebasando cifras prepandemia. Por otro lado, la confección se volvió a situar como el principal exportador de la moda española, tras crecer un 10% y superar los 14.000 millones de euros, copando un 60% de las ventas al exterior de la moda española. Para el subsector más exportador de la moda, Francia se mantuvo como el principal cliente y Bangladesh como el principal proveedor, seguido de cerca por China.





**CIFRAS
RELEVANTES**

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

**MILLONES
DE EUROS**

23.574

Las exportaciones de textil, confección y cuero y calzado alcanzaron su récord histórico en 2022.

**VARIACIÓN
INTERANUAL**

25%

Las importaciones de moda registraron el mayor repunte interanual de los últimos diez años.

**VARIACIÓN
INTERANUAL**

-28,1%

En 2022, las exportaciones de moda sólo retrocedieron en octubre en comparación con el mismo mes de 2021.

**VARIACIÓN
INTERANUAL**

9,2%

Las exportaciones del sector textil moderaron su crecimiento en el último año.

**MILLONES
DE EUROS**

3.837

Las exportaciones a Francia se mantuvieron como las más elevadas en 2022.

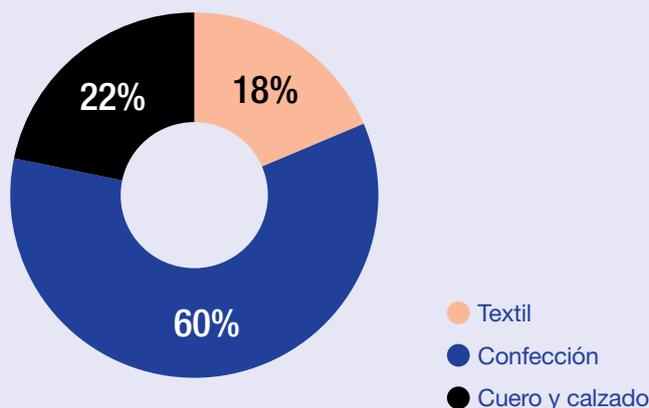
**MILLONES
DE EUROS**

7.428

China aumentó sus exportaciones de moda hacia España, ampliando su rol de mayor proveedor.

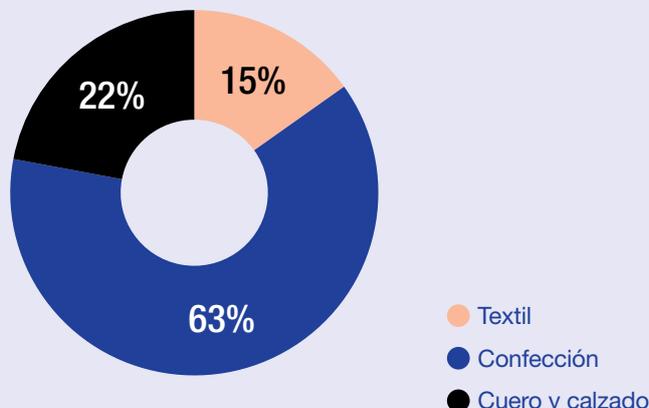
Balanza comercial

EXPORTACIONES 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Ices

IMPORTACIONES 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Ices

EXPORTACIONES 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	1.552	1.765	2.136	1.869	2.030	1.859	1.932	2.036	2.396	2.155	2.044	1.801
VAR %	21,7	25,6	13,0	17,6	25,5	9,5	15,9	11,8	30,8	-28,1	3,3	1,0

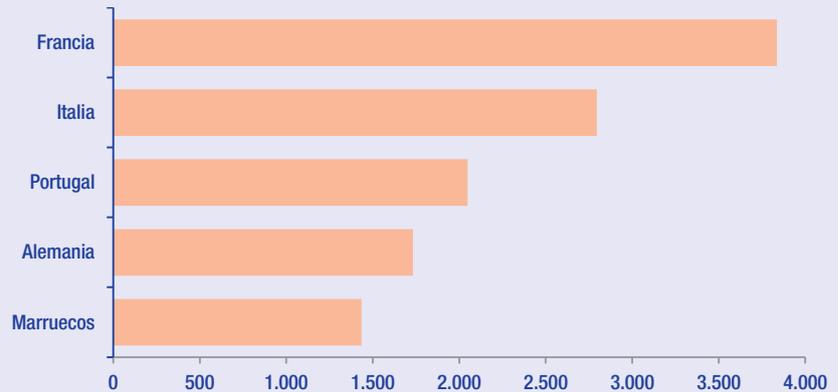
EXPORTACIONES 2013-2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VALOR *	15.169	16.523	17.740	19.114	20.708	20.438	21.387	17.487	20.957	23.574
VAR %	10,0	8,9%	7,4	7,7	8,3	-1,3	4,6	-18,2	19,8	12,5

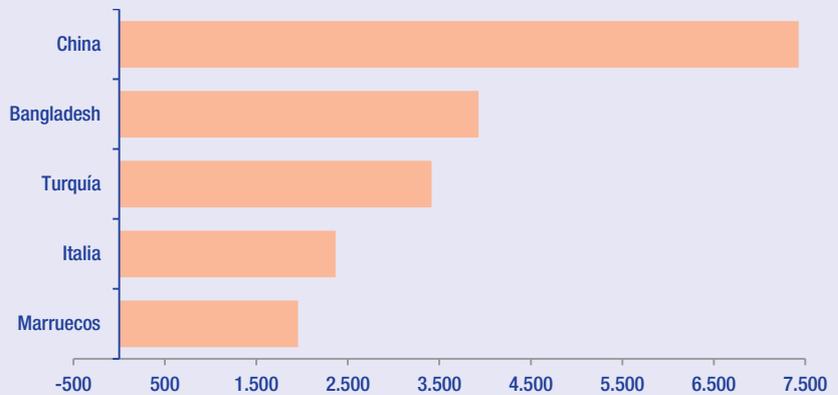


EXPORTACIONES 2022. PRINCIPALES CLIENTES. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Icesx

IMPORTACIONES 2022. PRINCIPALES PROVEEDORES. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO



Fuente: Icesx

IMPORTACIONES 2022. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	2.141	2.261	2.504	2.403	2.475	2.466	2.612	3.011	3.416	2.998	2.765	2.427
VAR %	26,4	30,4	22,0	31,9	51,0	34,7	31,3	34,9	32,9	23,0	9,9	1,5

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

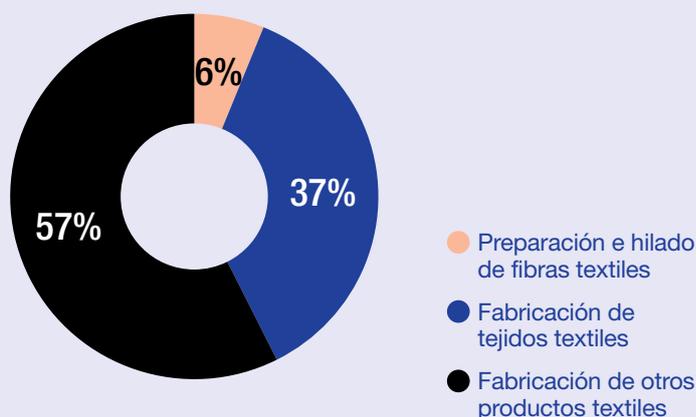
* En millones de euros.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VALOR *	17.916	20.374	22.858	24.518	25.336	25.652	27.349	24.094	25.269	31.480
VAR %	0,1	13,7	12,2	7,3	3,3	1,2	6,6	-11,9	4,9	24,6

Industria textil

Exportaciones

EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2022. INDUSTRIA TEXTIL



Fuente: Icesx

Las exportaciones de la industria textil alcanzaron su máximo histórico tras registrar un incremento del 9,2%. La fabricación de otros productos textiles concentraron el 57% de las ventas del sector al exterior.

EXPORTACIONES 2022. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR*	325	365	405	372	411	427	391	300	378	380	346	287
VAR %	18,9	23,1	7,1	16,2	24,0	7,9	6,8	8,0	4,6	2,1	-3,3	-4,4

EXPORTACIONES 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

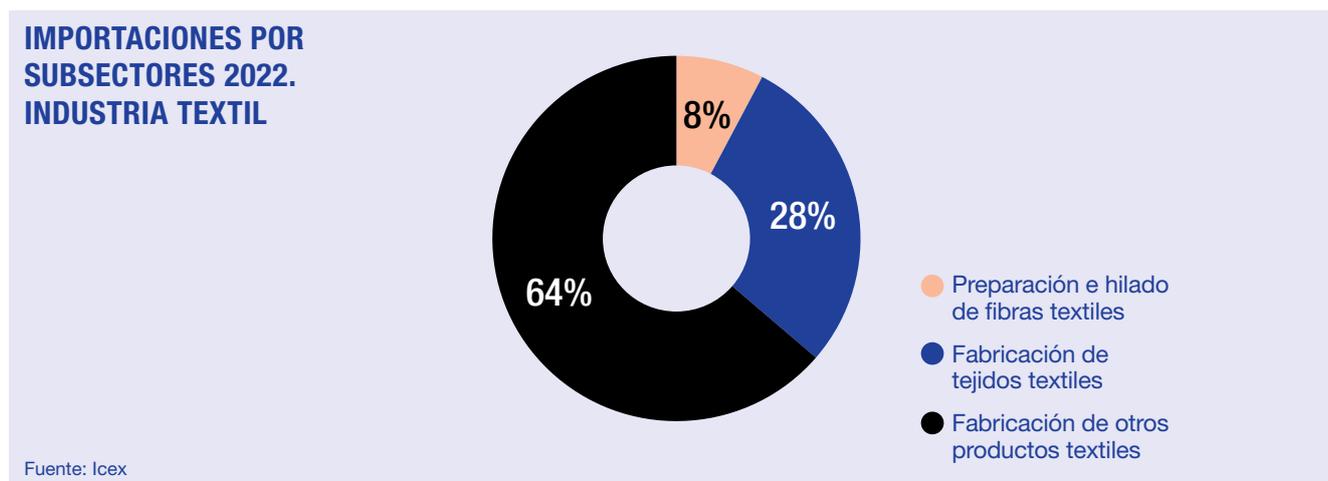
* En millones de euros

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VALOR*	3.080	3.212	3.341	3.618	3.905	3.888	3.871	3.403	4.017	4.387
VAR %	5,6	4,3	4,0	8,3	7,9	-0,4	-0,4	-12,1	18,0	9,2



Industria textil

Importaciones



Las importaciones de la industria textil acabaron el año a la baja, con el último trimestre en tasas negativas, pero anotaron un repunte interanual del 12,9% y alcanzaron 4.766 millones de euros de ventas.

IMPORTACIONES 2022. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	392	413	421	398	425	454	407	402	432	373	336	314
VAR %	33,5	37,2	18,5	22,7	34,3	29,9	10,1	18,8	15,2	-6,0	-14,8	-21,3

IMPORTACIONES 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VALOR *	3.063	3.401	3.736	4.003	4.080	3.953	4.026	5.443	4.220	4.766
VAR %	1,2	11,0	9,9	7,1	1,9	-3,1	1,8	35,2	-22,5	12,9

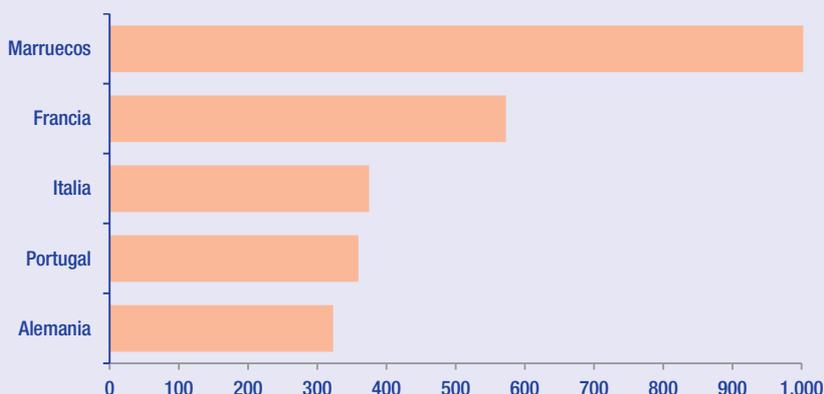
Industria textil

Clientes y proveedores

2. Mercado exterior

EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2022. INDUSTRIA TEXTIL

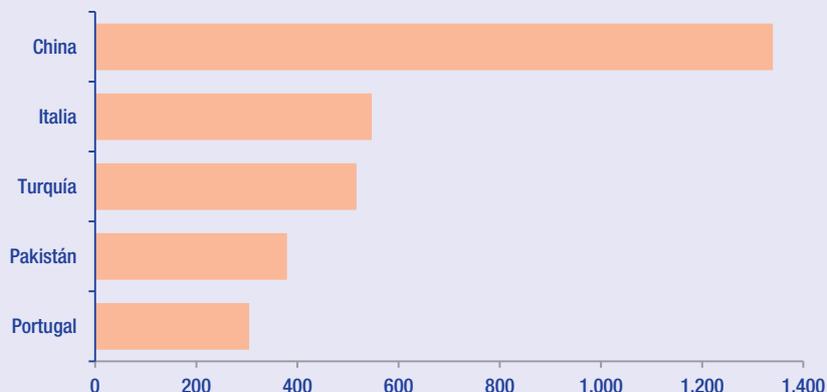
En millones de euros



Fuente: Ices

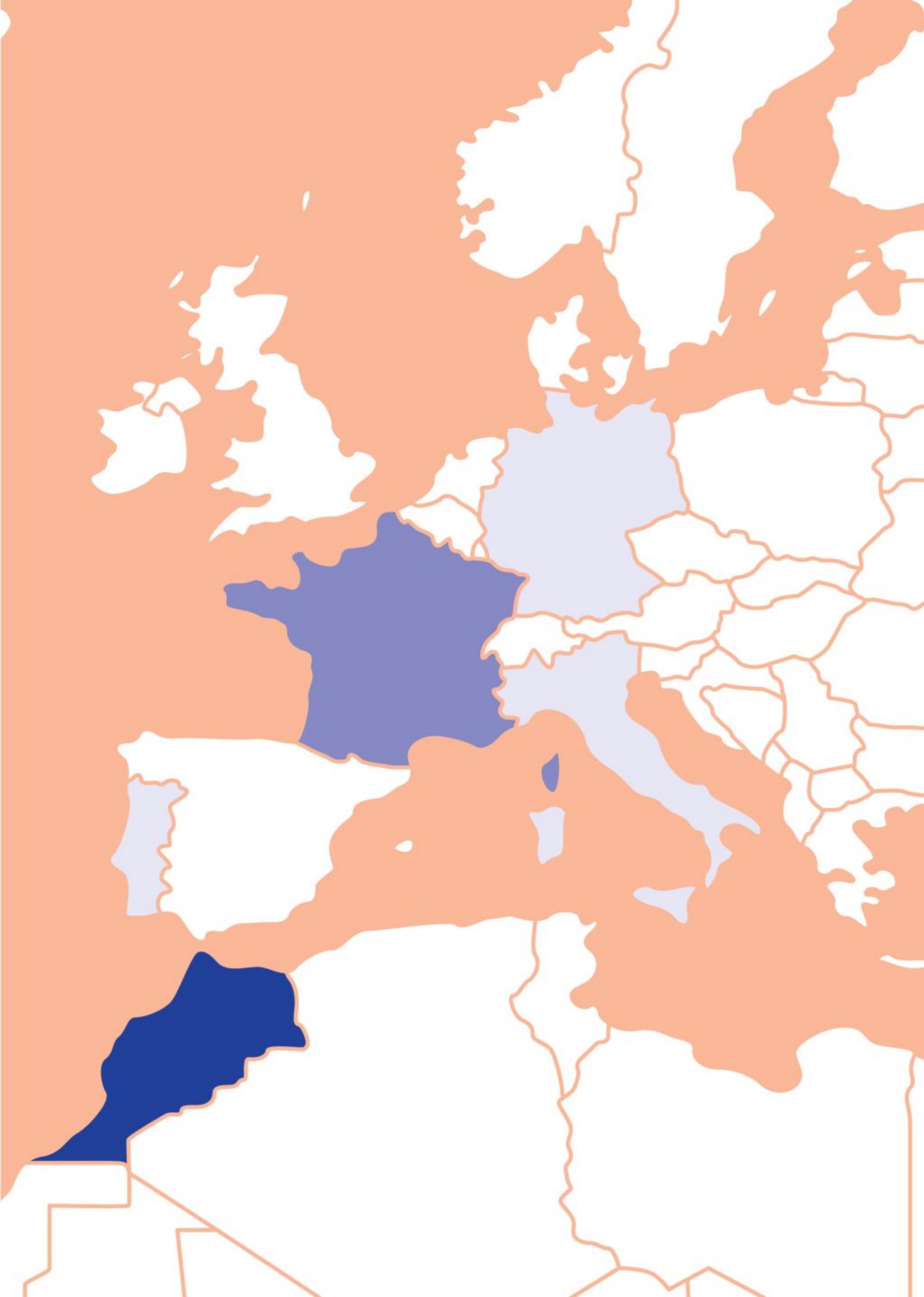
IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2022. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros



Fuente: Ices

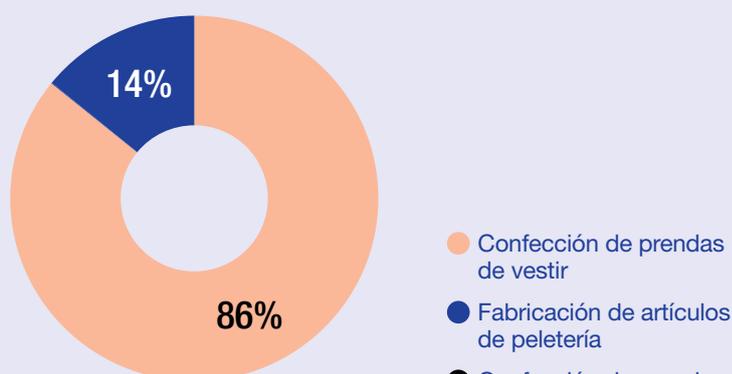
China se mantuvo como el mayor proveedor de la industria textil española, aunque reduciendo sus ventas frente al año anterior. Por su parte, Marruecos continúa como el mayor cliente del sector.



Confección

Exportaciones

EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2022. CONFECCIÓN



Fuente: Icesx

Las exportaciones de la industria de la confección superaron las cifras prepandemia, a pesar de cerrar el cuarto trimestre en negativo, dominadas, un año más, por el subsector de las prendas de vestir.

EXPORTACIONES 2022. CONFECCIÓN

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	884	970	1.265	1.106	1.185	1.043	1.087	1.326	1.483	1.332	1.248	1.128
VAR %	22,0	24,4	14,5	16,1	24,2	9,0	18,8	9,1	34,4	-40,9	0,1	-1,4

EXPORTACIONES 2013-2022. CONFECCIÓN

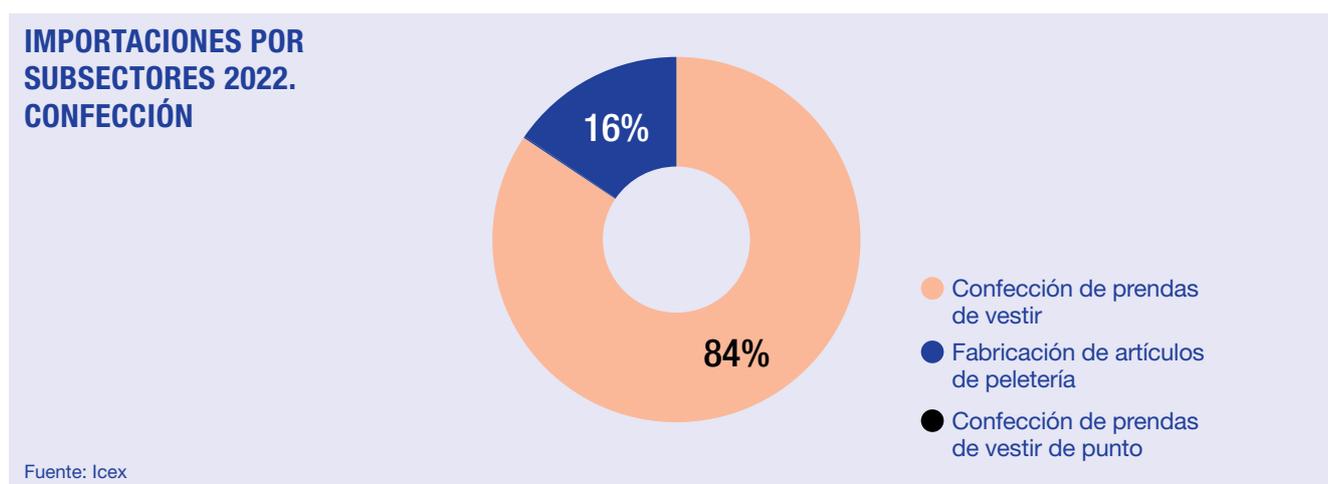
* En millones de euros

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VALOR *	8.594	9.289	10.464	11.394	12.520	12.249	13.100	10.421	12.723	14.056
VAR %	12,3	8,1	12,7	8,9	9,9	-2,2	6,9	-20,4	22,1	10,5



Confección

Importaciones



Las importaciones de la confección anotaron el mayor repunte de la última década alcanzando ventas de 19.776 millones de euros. Sólo en diciembre, las compras al exterior registraron tasas negativas.

IMPORTACIONES 2022. CONFECCIÓN

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	1.307	1.352	1.564	1.536	1.560	1.490	1.628	1.946	2.145	1.989	1.795	1.465
VAR %	21,8	23,6	20,7	30,5	55,0	32,3	30,6	35,6	26,1	24,1	7,9	-4,2

IMPORTACIONES 2013-2022. CONFECCIÓN

* En millones de euros

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VALOR *	11.168	12.708	14.470	15.649	16.223	16.638	17.786	14.459	16.142	19.776
VAR %	-0,3	13,8	13,9	8,1	3,7	2,6	6,9	-18,7	11,6	22,5

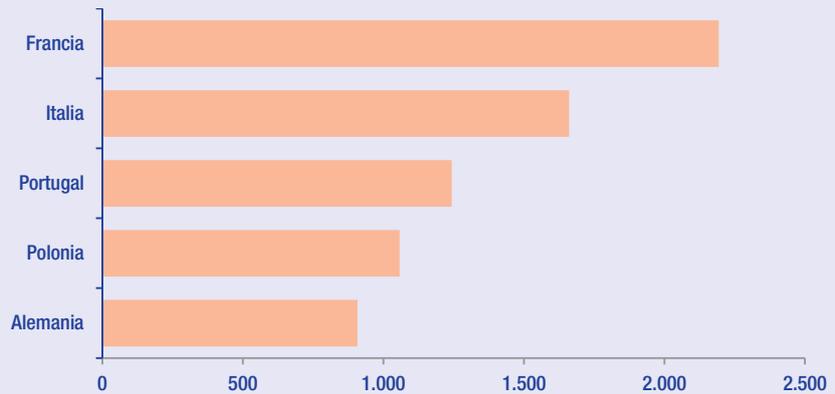
Confección

Clientes y proveedores

2. Mercado exterior

EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2022. CONFECCIÓN

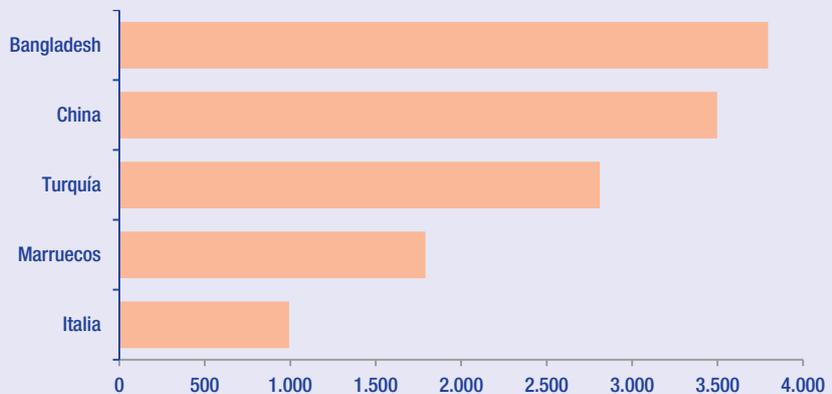
En millones de euros



Fuente: Ices

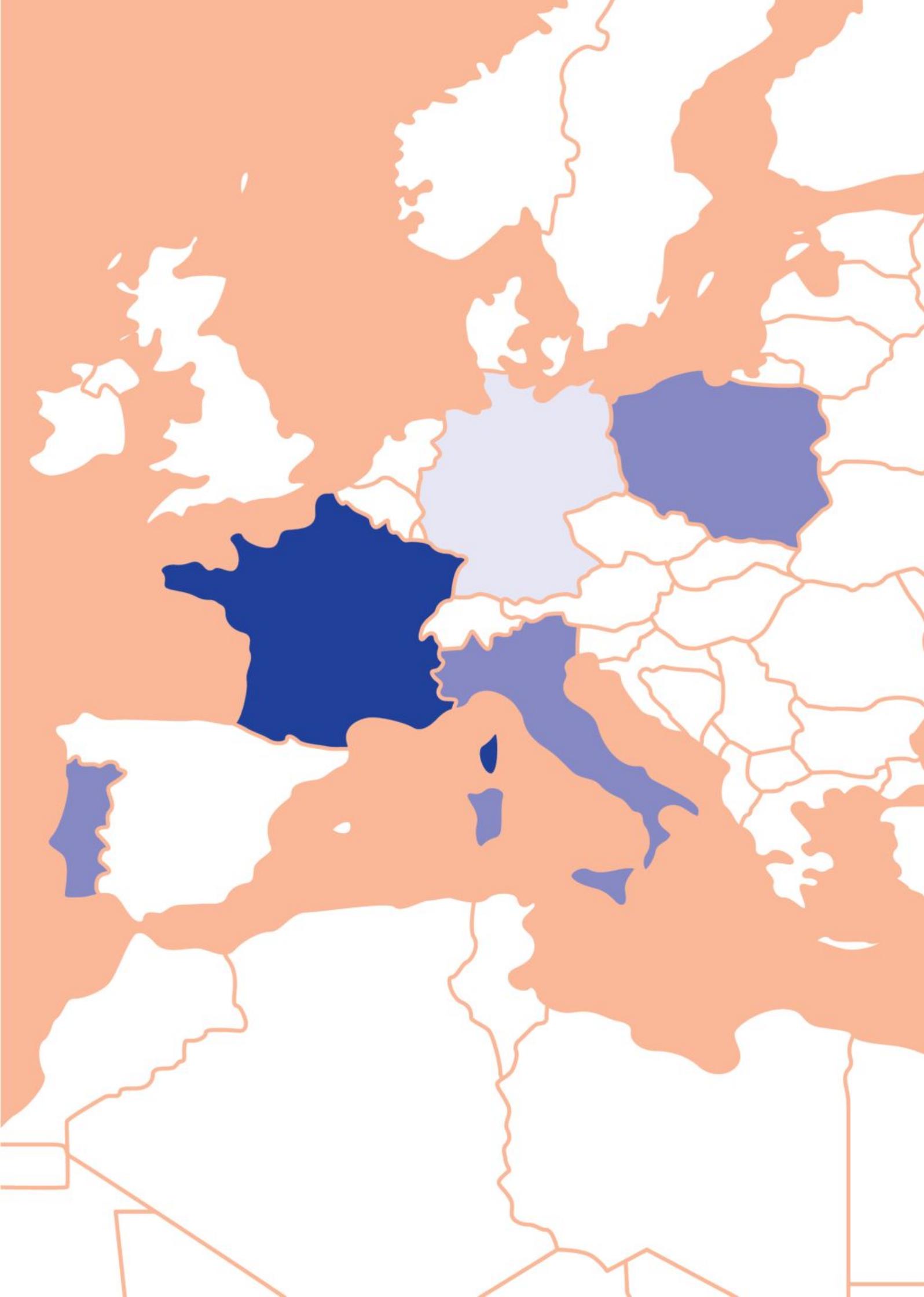
IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2022. CONFECCIÓN

En millones de euros



Fuente: Ices

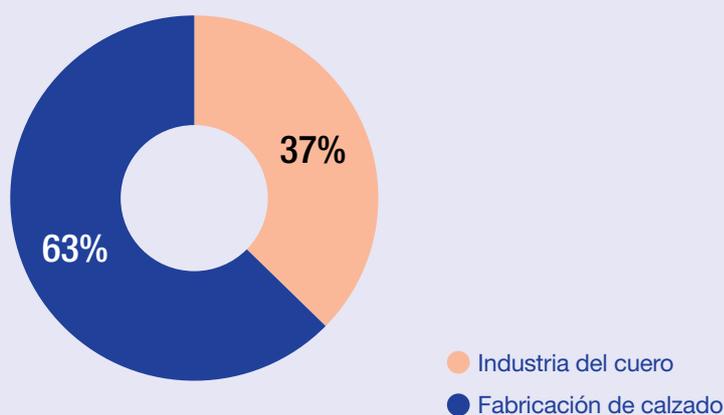
Tanto Francia como Bangladesh se mantuvieron como los mayores clientes y proveedores, respectivamente, de la confección española. El único cambio en ambos rankings es el avance de Portugal como tercer destino de la confección española.



Cuero y calzado

Exportaciones

EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2022. CUERO Y CALZADO



Fuente: Ices

Las exportaciones de cuero y calzado han superado los 5.000 millones de euros y anotado el mayor repunte de la última década, de hasta un 22,9%, tras finalizar un año sin un solo mes de caída de ventas al exterior.

EXPORTACIONES 2022. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	344	429	466	391	433	389	454	410	535	443	450	386
VAR %	23,6	30,8	14,4	23,6	30,4	12,5	17,7	25,3	45,5	19,3	20,0	14,0

EXPORTACIONES 2013-2022. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros

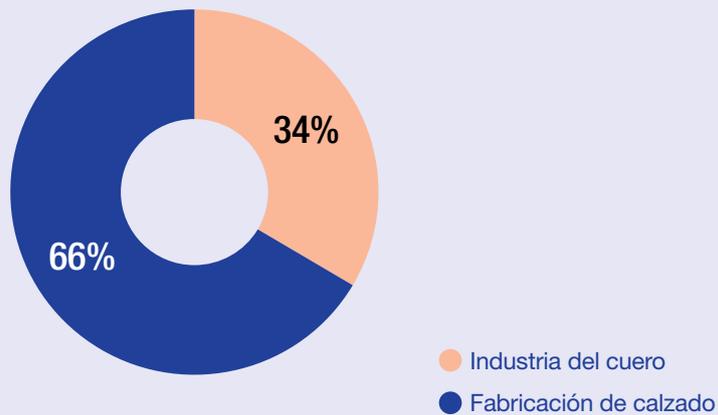
	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VALOR *	3.495	4.022	3.935	4.103	4.282	4.301	4.416	3.662	4.175	5.132
VAR %	8,4	15,1	-2,2	4,3	4,4	0,4	2,7	-17,1	14,0	22,9



Cuero y calzado

Importaciones

IMPORTACIONES POR SUBSECTORES 2022. CUERO Y CALZADO



Fuente: Icesx

Las importaciones del sector del cuero y el calzado registraron también el mayor repunte de la década y rozaron los 7.000 millones de euros tras aumentar un 41,4%. La actividad del sector sigue dominada por la fabricación de calzado.

IMPORTACIONES. 2022. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	443	496	520	470	490	522	577	663	839	637	634	648
VAR %	35,0	46,6	29,1	46,5	55,3	46,9	54,8	44,3	70,1	45,4	38,7	39,9

IMPORTACIONES 2013-2022. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
VALOR *	3.686	4.265	4.651	4.866	5.033	5.061	5.538	4.193	4.906	6.938
VAR %	0,4	15,7	9,1	4,6	3,4	0,6	9,4	-24,3	17,0	41,4

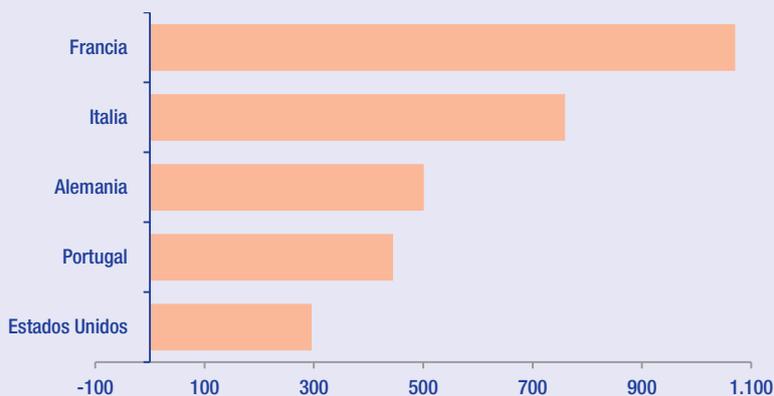
Cuero y calzado

Clientes y proveedores

2. Mercado exterior

EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2022. CUERO Y CALZADO

En millones de euros



Fuente: Ices

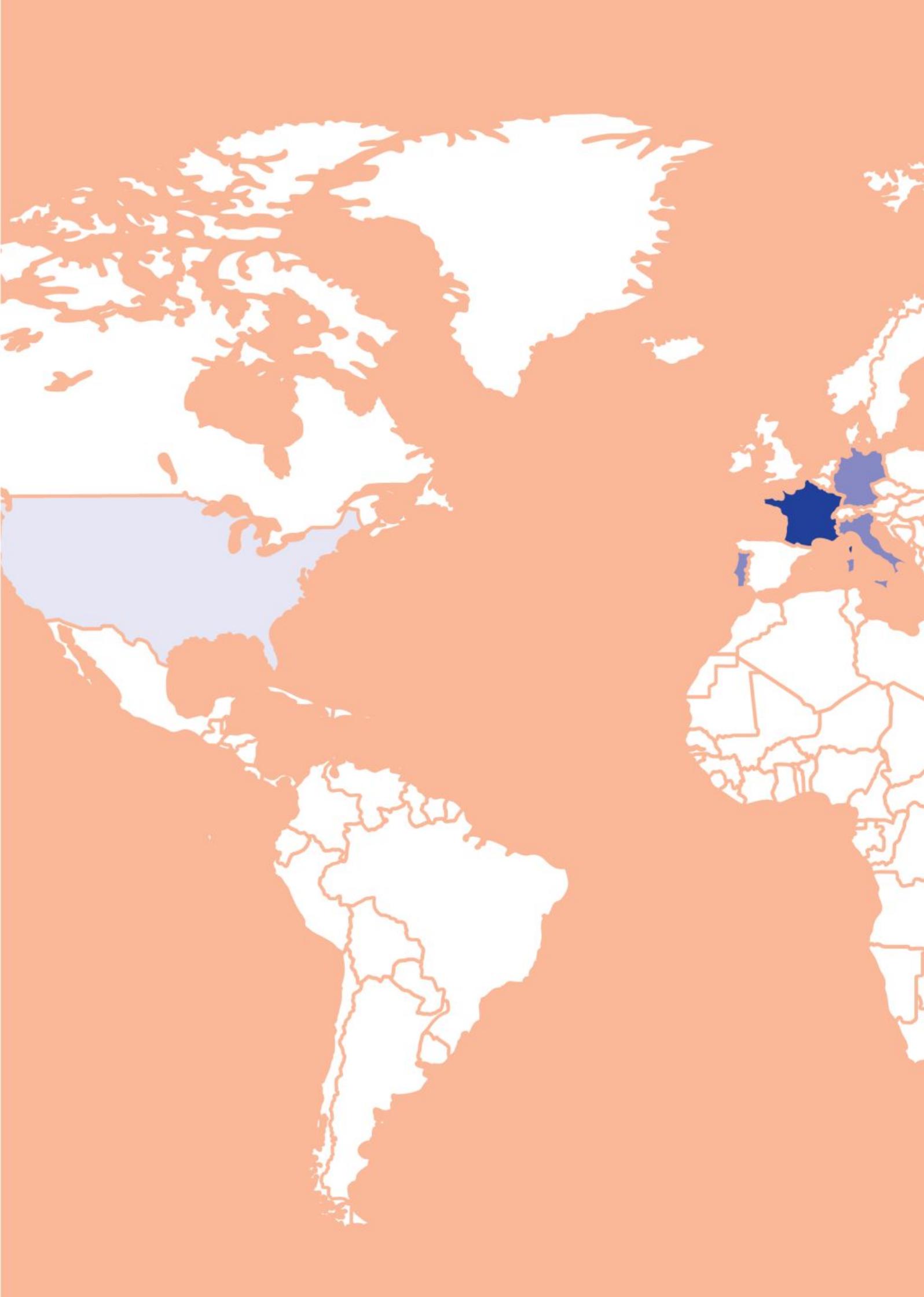
IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2022. CONFECCIÓN

En millones de euros



Fuente: Ices

Marruecos se situó como el mayor cliente del cuero y el calzado español, superando compras por mil millones de euros, y China mantuvo su hegemonía como principal proveedor del sector.





3 Precios

En un año marcado por la inflación, la moda no ha escapado de la subida de precios, aunque se ha mantenido por debajo de la subida del Índice de Precios de Consumo (IPC) general. En concreto, el vestido y el calzado cerraron el año con un incremento inferior al 2%, cuando la cifra general escaló hasta el 5% en el mismo periodo. El calzado anotó una subida de precios superior a la del vestido, cerrando en un 3,4% después de una segunda mitad del año marcada por el frenazo de las subidas de precios. Una evolución parecida a la del vestido, que en octubre llegó a registrar una leve caída de precios, pero finalmente cerró el año con una subida del 1,3%, la más elevada de la década para el sector y encadenando tres años al alza.

Los precios industriales también se mantuvieron al alza. El textil anotó los mayores incrementos de la industria de la moda, con un aumento por encima del Índice de Precios Industriales (Ipri) general. Las exportaciones e importaciones siguieron el incremento de precios generalizado de la industria. Para el textil y la confección, las exportaciones se encarecieron más que las importaciones, mientras que el calzado subió igual.



CIFRAS RELEVANTES

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

VARIACIÓN INTERANUAL

1,3%

La subida de precios del textil mantuvo su ritmo ascendente acelerando su subida en 2022.

VARIACIÓN INTERANUAL

3,4%

El calzado registró una gran subida de precios frente a los años anteriores.

VARIACIÓN INTERANUAL

1%

Las prendas de vestir de mujer subieron menos de precio que las de hombre en 2022.

VARIACIÓN INTERANUAL

6,3%

Los textiles y accesorios para el hogar anotaron el mayor repunte de precios entre los subsectores.

VARIACIÓN INTERANUAL

3,2%

Los precios industriales de la confección acabaron el año con el mayor crecimiento de la década.

VARIACIÓN INTERANUAL

4%

El precio de las exportaciones y las importaciones industriales de calzado subió lo mismo.

Precios al consumo

↑ **1,8%**

El sector cerró 2022 con una subida de precios, un año más mucho más baja que el IPC general, tras anotar incrementos de hasta el 5,6% a lo largo del ejercicio.

IPC 2022. VESTIDO Y CALZADO

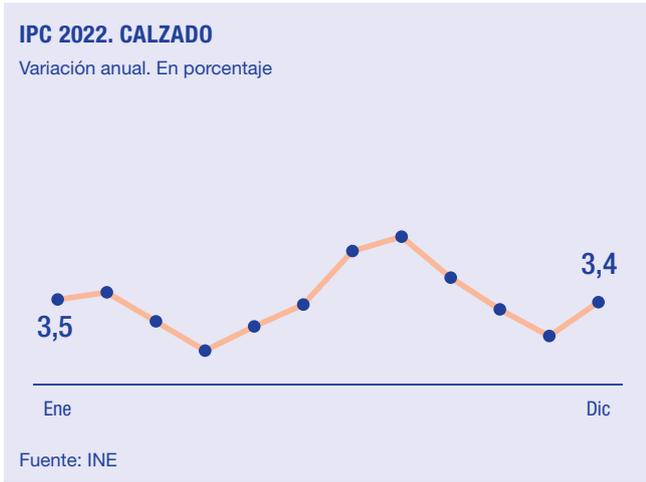
Variación internacional. En porcentaje



Fuente: INE



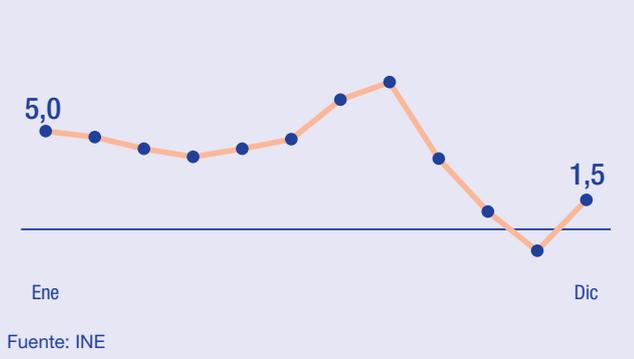
El calzado volvió a adelantar al vestido como el sector más inflacionista de la moda, tras anotar una subida de precios del 3,4% en 2022, frente a la del 1,3% del vestido.



Ropa de hombre y mujer

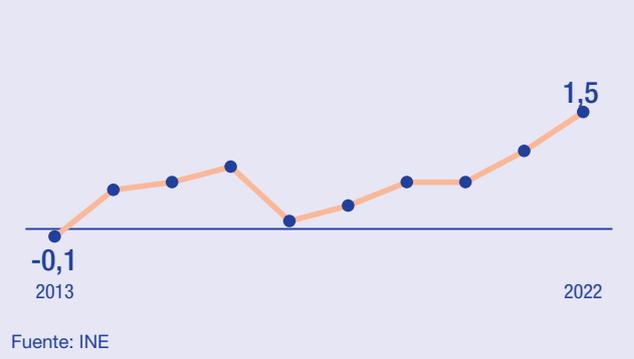
IPC 2022. PRENDAS DE VESTIR DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje



IPC 2013-2022. PRENDAS DE VESTIR DE HOMBRE

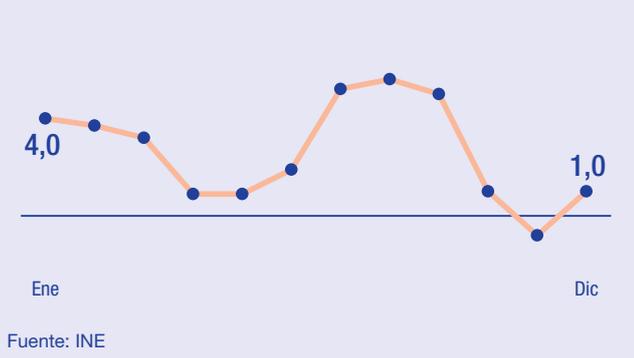
Variación anual. En porcentaje



Las prendas de vestir de hombre, mujer y niño y bebé registraron una subida de entre el 1% y el 2% después de experimentar varias fluctuaciones a lo largo del ejercicio 2022.

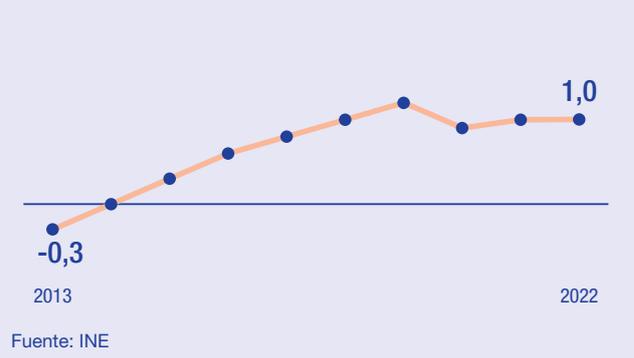
IPC 2022. PRENDAS DE VESTIR DE MUJER

Variación anual. En porcentaje



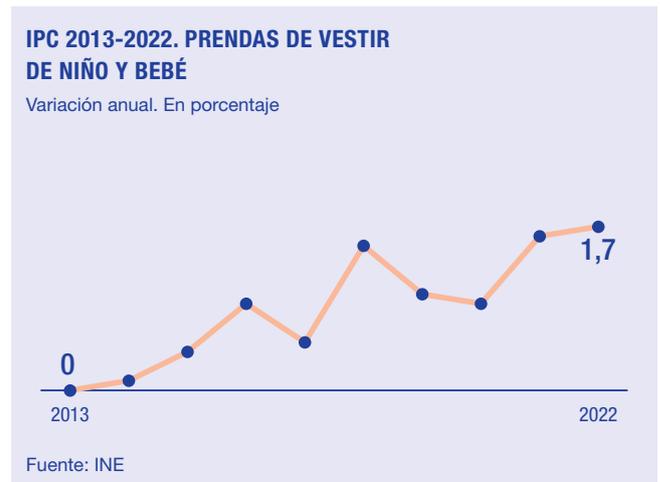
IPC 2013-2022. PRENDAS DE VESTIR DE MUJER

Variación anual. En porcentaje





Ropa de niño y complementos



3. Precios

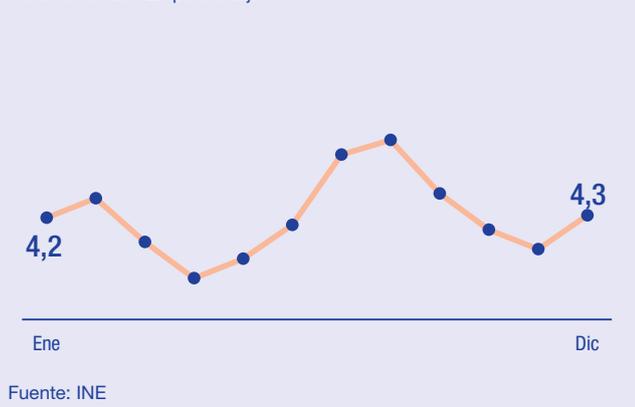
Los complementos y las reparaciones fueron en el ejercicio 2022 los artículos más inflacionistas dentro de la categoría de prendas de vestir en España, con un fuerte repunte a final de año.



Calzado de hombre y mujer

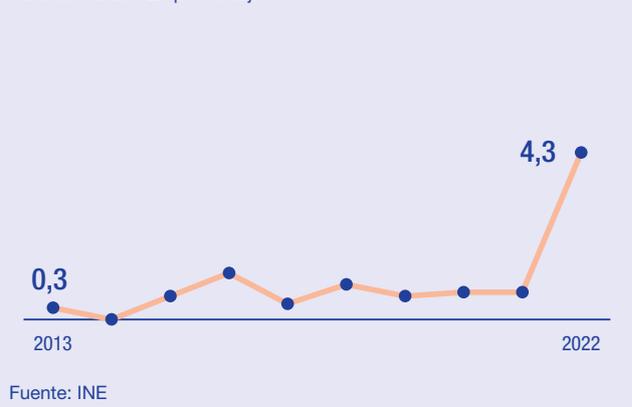
IPC 2022. CALZADO DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje



IPC 2013-2022. CALZADO DE HOMBRE

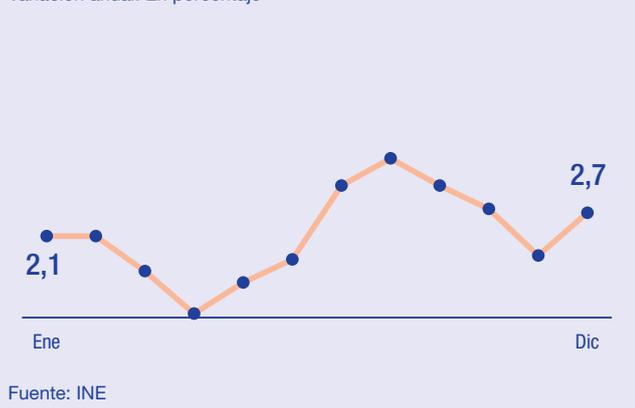
Variación anual. En porcentaje



Todos las ramas del calzado anotaron fuertes subidas de precio, aunque por debajo del IPC general. El calzado de hombre impulsó la subida de precios con el mayor incremento de la década.

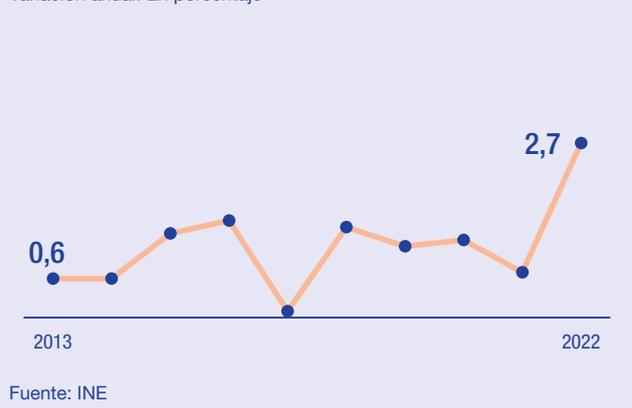
IPC 2022. CALZADO DE MUJER

Variación anual. En porcentaje



IPC 2013-2022. CALZADO DE MUJER

Variación anual. En porcentaje





Calzado de niño y textil hogar



Los textiles y accesorios siguieron con la tendencia alcista de los precios de los últimos años y dejando atrás la tendencia deflacionista anterior al Covid-19.



Precios industriales

Industria textil

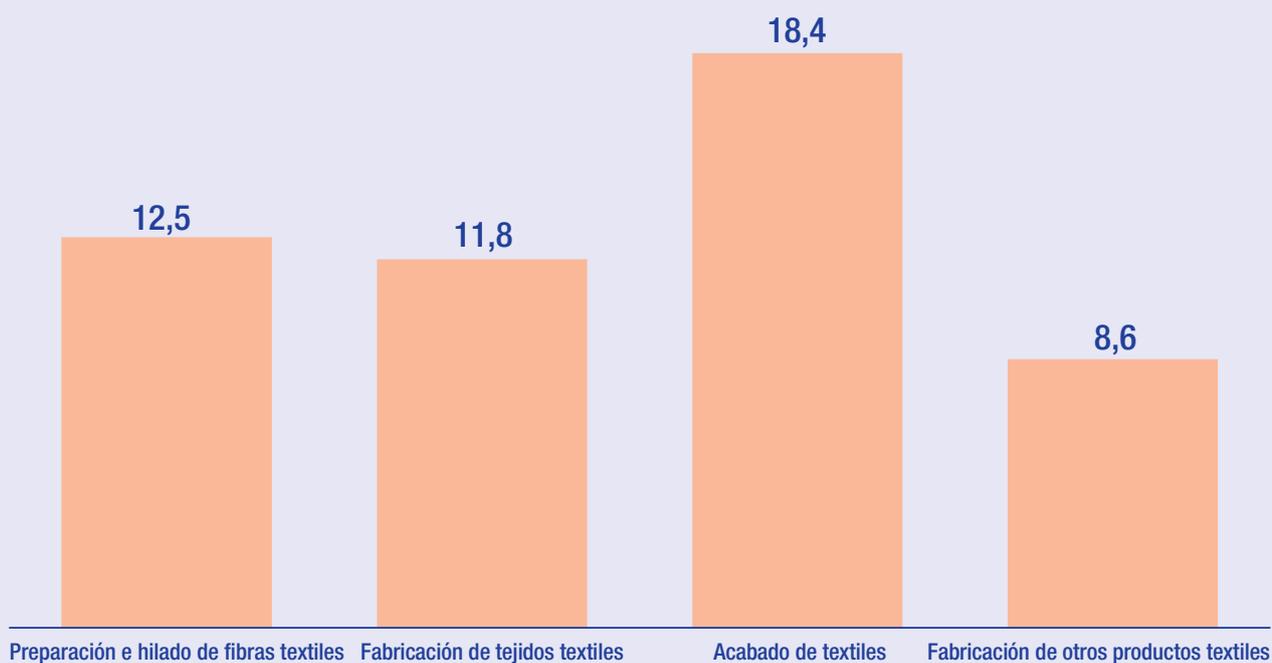
↑ **8,6%**

La fabricación de otros productos textiles, el mayor subsector de la industria textil, anotó la menor subida de sus precios industriales de entre todas las ramas de la industria textil.

3. Precios

IPRI POR SUBSECTORES 2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



IPRI 2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRI 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

Los precios industriales del sector textil anotaron en 2022 su mayor incremento de los últimos años, siguiendo con la tendencia alcista del ejercicio precedente.

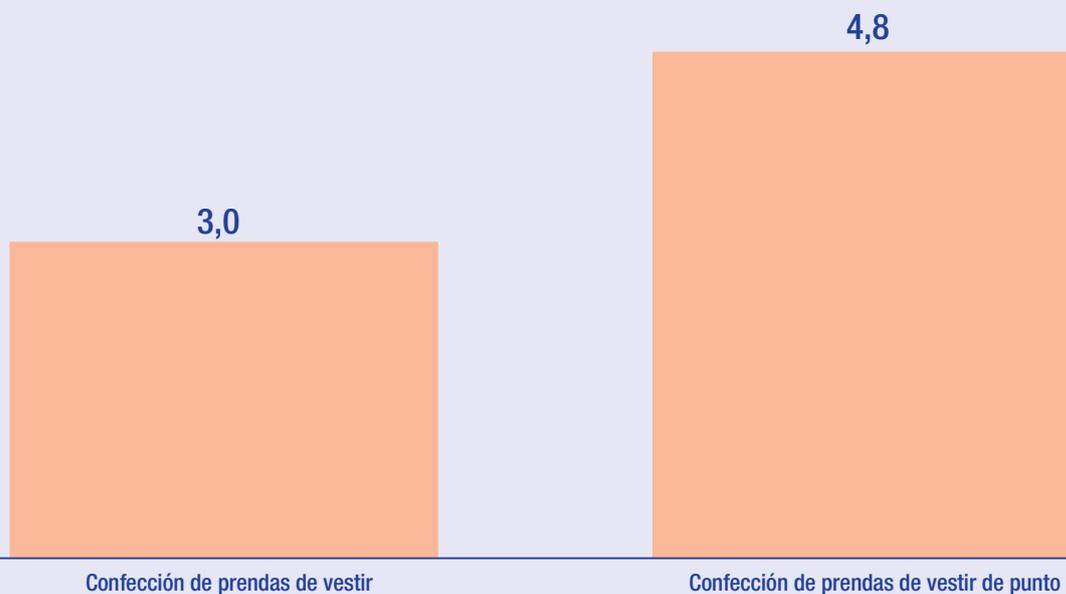
Confección

↑ 3%

La confección elevó el precio de su producción industrial en 2022 tras anotar una subida del 0,3% el año anterior. Los precios de la confección de prendas de punto volvieron a subir con más fuerza.

IPRI POR SUBSECTORES 2022. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



IPRI 2022. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRI 2013-2022. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El sector de la confección en España cerró 2022 con el mayor impulso en sus precios industriales de los últimos años: el Índice de Precios Industriales (Ipri) del sector se elevó un 3,2%.

Cuero y calzado

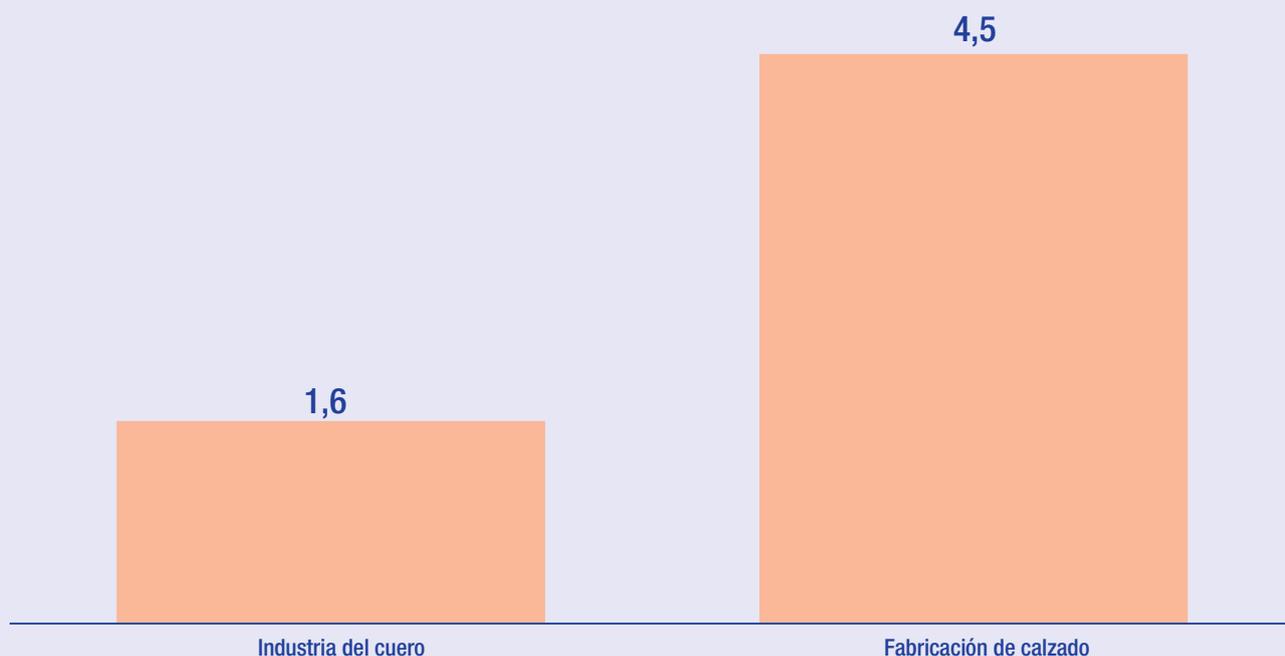
↑ **4,5%**

El precio industrial del calzado se disparó en 2022, frente a la industria del cuero, que anotó un incremento más moderado, al contrario que el año anterior.

3. Precios

IPRI POR SUBSECTORES 2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE



IPRI 2013-2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

IPRI 2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

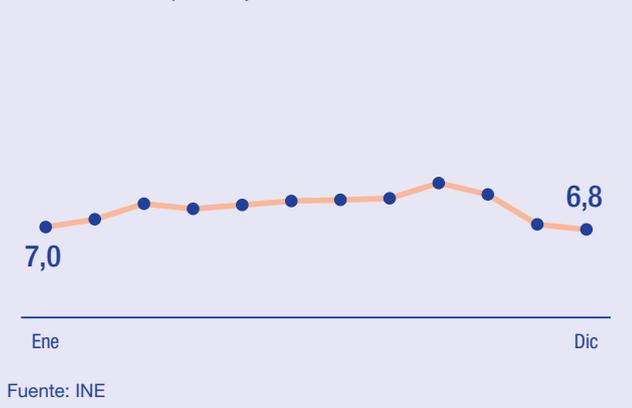
Durante todo el año, el cuero y el calzado han elevado sus precios industriales hasta finalizar el año con una subida del Ipri del 3,8%, el incremento más pronunciado de la década.

Precios a la exportación y a la importación

Industria textil

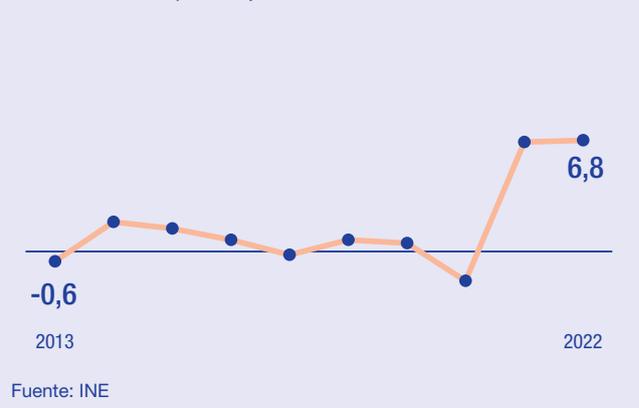
IPRIX 2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



IPRIX 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

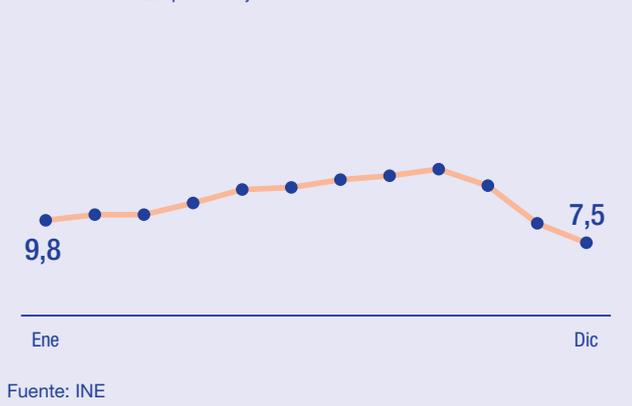
Variación anual. En porcentaje



El Índice de Precios de Exportación (Iprix) de los productos textiles subió un 6,8% en 2022, mientras que el Índice de Precios de Importación (Iprim) lo hizo un 7,5%.

IPRIM 2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



IPRIM 2013-2022. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje





Confección



Los precios industriales de las exportaciones e importaciones de la confección registraron fuertes ascensos durante gran parte del año y cerraron al alza, al igual que en 2021.



Cuero y calzado

IPRIX 2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



IPRIX 2013-2022. CUERO Y CALZADO

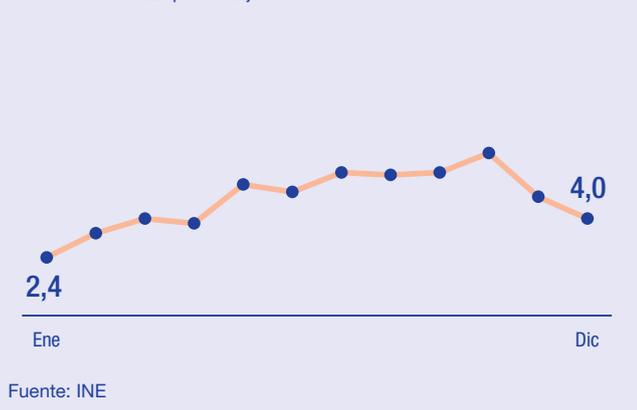
Variación anual. En porcentaje



Los precios industriales de las exportaciones e importaciones del calzado registraron fuertes subidas en 2022 y cerraron el ejercicio con un encarecimiento del 4% en ambos casos.

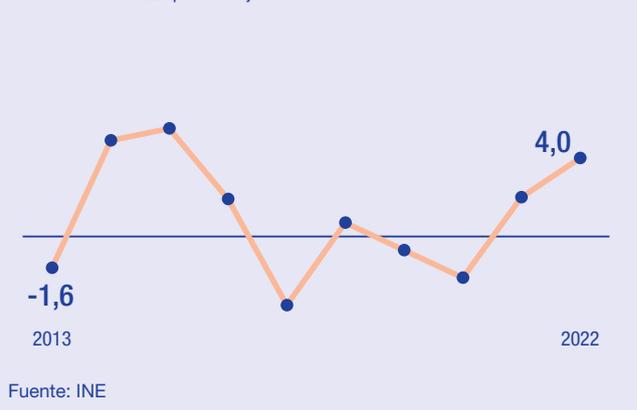
IPRIM 2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



IPRIM 2013-2022. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje





4 Comunidades autónomas

El podio de la industria de la moda por comunidades autónomas se mantuvo en el ejercicio de 2022 y la Comunidad Valenciana se volvió a colocar como la primera por número de trabajadores y de empresas, mientras que la comunidad con una mayor facturación continúa siendo Cataluña. La tercera posición se la siguen disputando Galicia y Andalucía. Mientras que la primera consigue un tercer puesto por facturación, Andalucía suma más en trabajadores y empresas. La cuarta posición la mantiene Madrid, tanto en trabajadores y empresas como en facturación. Por su parte, Castilla-La Mancha se sitúa como la sexta por número de trabajadores en el sector, aunque en facturación retrocede hasta la novena posición, ya que no ha sido posible recoger la facturación de la industria textil, que en 2021 se ha visto sujeta a secreto estadístico.

En el resto de la tabla, apenas ha habido cambios. Por número de empresas y trabajadores, el ranking se ha mantenido estable con Extremadura, Navarra y Cantabria como las comunidades autónomas con una menor representación. En cambio, por facturación, distintos territorios han intercambiado sus puestos. Extremadura sigue como la última región por cifra de negocio, seguida ahora de Asturias, Canarias, Cantabria y Navarra.

En cuanto a las exportaciones, Galicia registró el mayor incremento de las ventas al exterior de entre las comunidades autónomas con más peso en el sector, de hasta el 25%, hasta pasar a Cataluña como máximo exportador del año.





CIFRAS RELEVANTES

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

TRABAJADORES

36.178

Valencia suma la mayor cifra de trabajadores del sector de entre todas las comunidades autónomas.

VARIACIÓN INTERANUAL

19%

Las exportaciones de textil, confección y cuero y calzado en Andalucía siguieron creciendo en 2022.

MILLONES DE EUROS

4.656

Cataluña es la comunidad donde la industria de la moda factura más.

VARIACIÓN INTERANUAL

18%

Galicia se sitúa como la tercera comunidad por facturación tras disparar su cifra de negocio.

VARIACIÓN INTERANUAL

7%

La cifra de negocio de la industria de la moda en Madrid volvió a crecer en 2021.

VARIACIÓN INTERANUAL

3,3%

La cifra de empresas de moda en Castilla-La Mancha volvió a subir en 2022 después de tres años a la baja.

 TRABAJADORES

 FACTURACIÓN

 EMPRESAS

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

COMUNIDAD VALENCIANA

 36.178

 4.016

 4.544

REGIÓN DE MURCIA

 4.523

 383

 717

NAVARRA

 989

 128

 161

CATALUÑA

 32.863

 4.656

 4.186

LA RIOJA

 3.435

 455

 308

CANARIAS

 818

 41

 360

ANDALUCÍA

 8.192

 470

 2.625

ARAGÓN

 2.572

 215

 439

ASTURIAS

 420

 32

 207

GALICIA

 9.279

 1.774

 1.087

CASTILLA Y LEÓN

 2.067

 195

 546

CANTABRIA

 508

 115

 101

COMUNIDAD DE MADRID

 7.367

 784

 2.024

BALEARES

 1.725

 3.534

 400

EXTREMADURA

 320

 13

 203

CASTILLA-LA MANCHA

 7.120

 195

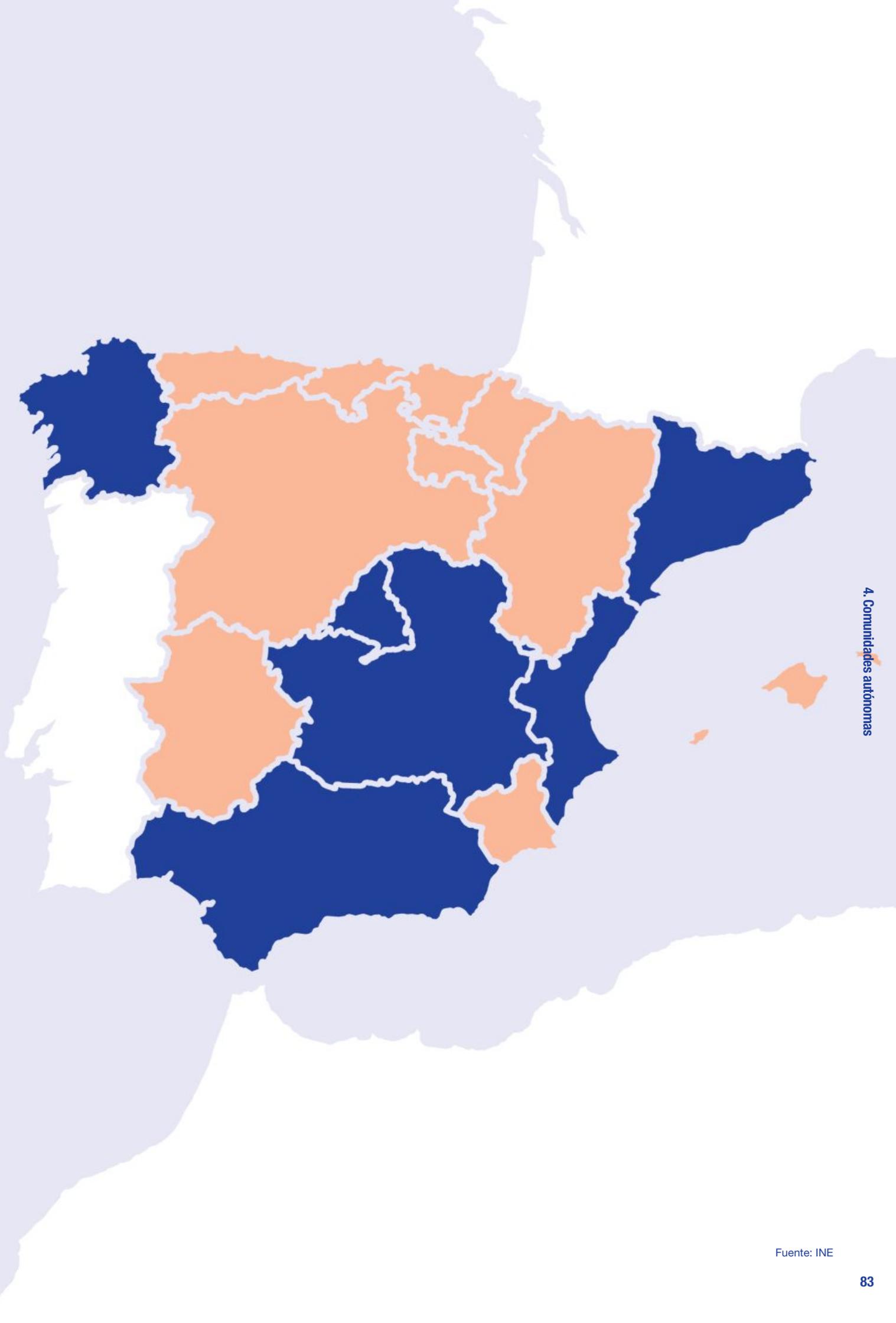
 1.203

PAÍS VASCO

 1.734

 149

 540



4. Comunidades autónomas

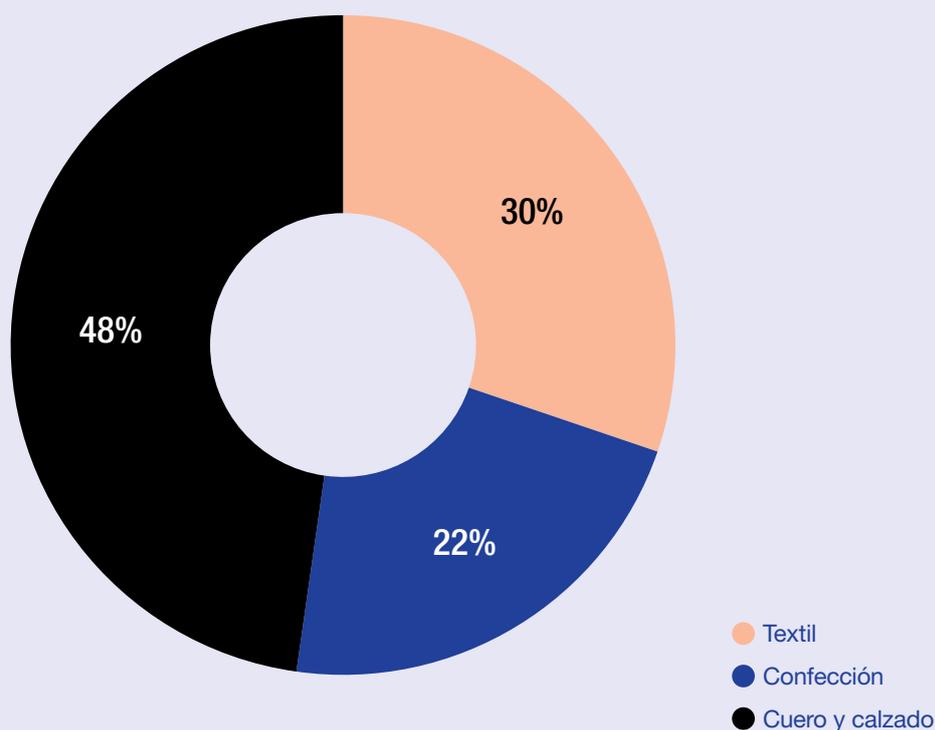
Fuente: INE

Comunidad Valenciana

48%

Las empresas de calzado y cuero suponen casi la mitad del tejido industrial de la moda en la Comunidad Valenciana, con 2.170 compañías.

EMPRESAS POR SECTOR 2022



Fuente: INE



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

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2012-2021. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Icesx

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

Variación anual. En porcentaje



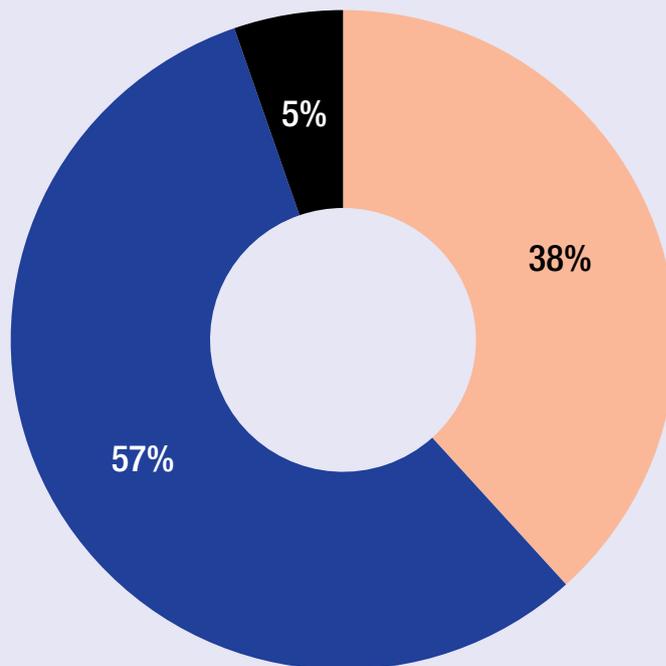
Fuente: INE

Cataluña

57%

Las empresas de confección mantienen su peso en Cataluña dentro de la industria de la moda, con 2.361 empresas, mientras que el calzado se mantiene en un minoritario 5% y el textil un 38%.

EMPRESAS POR SECTOR 2022



- Textil
- Confección
- Cuero y calzado

Fuente: INE



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

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2012-2021. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

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

Variación anual. En porcentaje



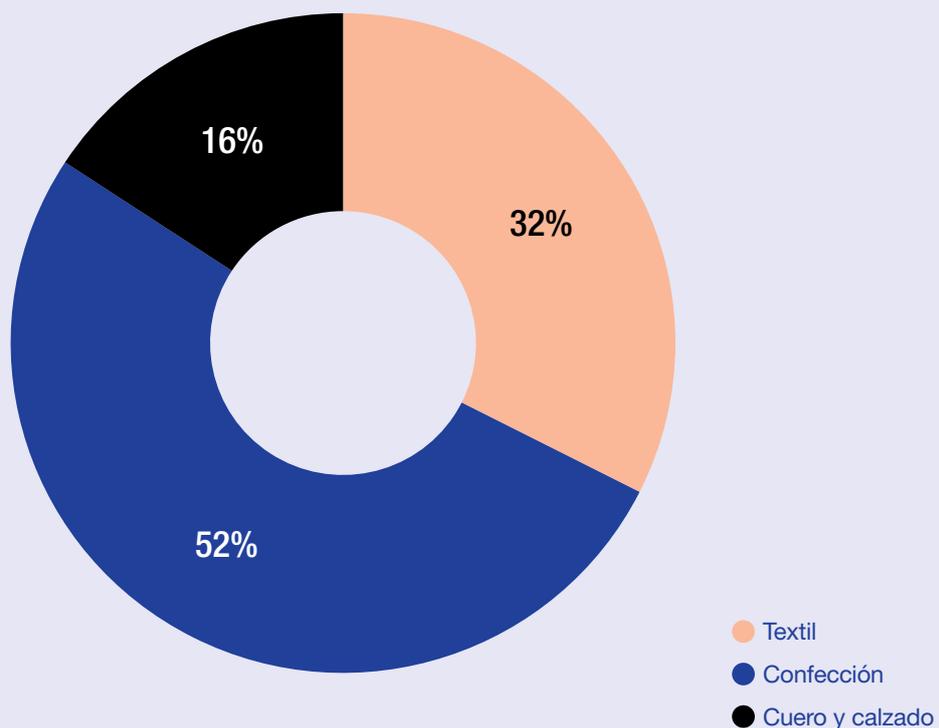
Fuente: Icesx

Andalucía

52%

La confección domina el ecosistema industrial de la moda en Andalucía, con más de 1.300 empresas dedicadas a ello, por delante del textil, con 852 empresas, y el cuero y el calzado, con 414 empresas.

EMPRESAS POR SECTOR 2022



Fuente: INE



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

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2012-2021. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

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

Variación anual. En porcentaje



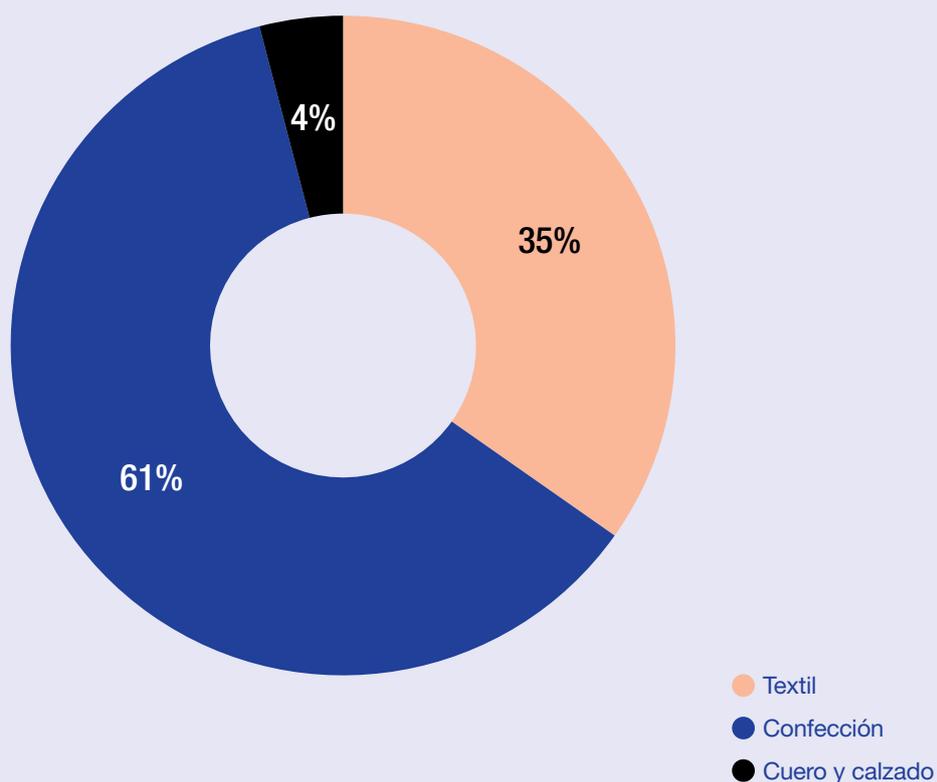
Fuente: Icesx

Galicia

61%

La confección suma 665 empresas en Galicia, dominando el sector frente al textil y el cuero y calzado, que apenas suman 44 compañías.

EMPRESAS POR SECTOR 2022



Fuente: INE



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

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2012-2021. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

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

Variación anual. En porcentaje



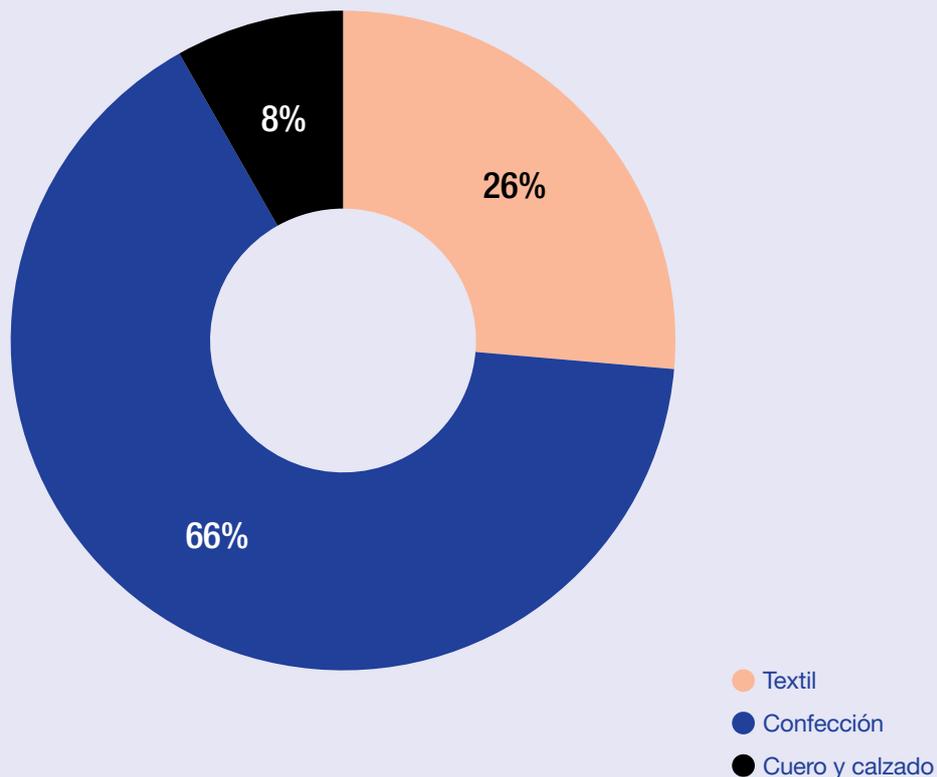
Fuente: Icesx

Comunidad de Madrid

66%

La confección amplía unas décimas más su peso en la industria de la moda madrileña, con 1.324 empresas, seguido de lejos por el textil, con 534.

EMPRESAS POR SECTOR 2022



Fuente: INE



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

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2012-2021. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

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

Variación anual. En porcentaje



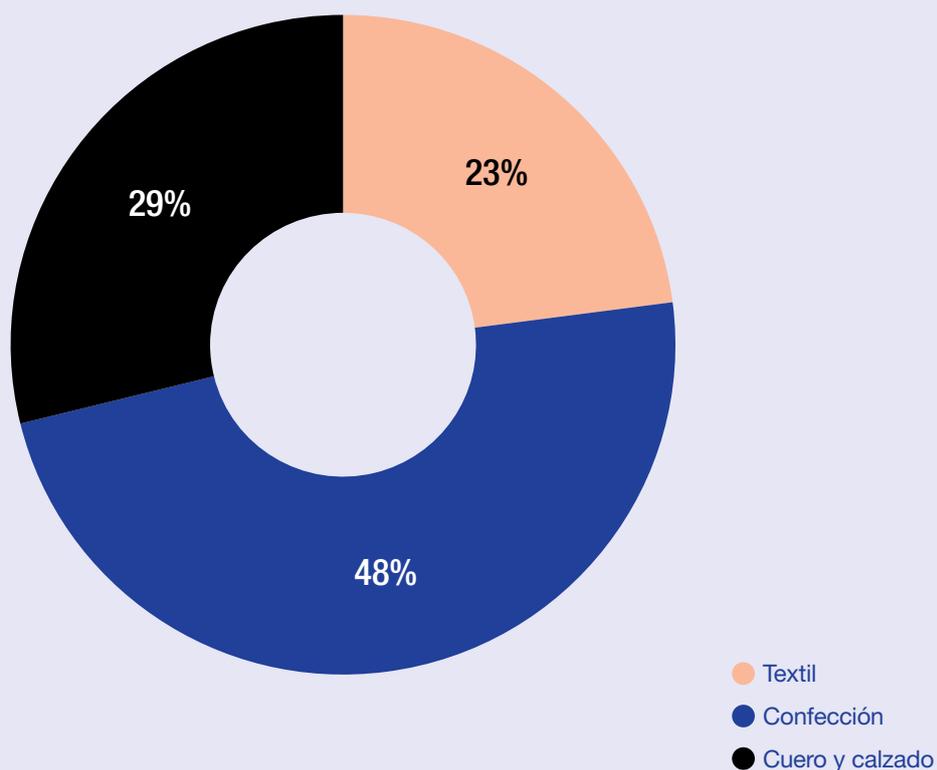
Fuente: Icesx

Castilla-La Mancha

48%

La confección ha sumado 580 empresas en la región manchega, ampliando ligeramente su peso en el sector.

EMPRESAS POR SECTOR 2022



Fuente: INE



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

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2012-2021. TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

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

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Icesx

CIFRAS RELEVANTES

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

VENTAS MODA

+19,7%

Fue la subida de las ventas del comercio de moda en España en 2022, hasta los 10.658 millones de euros.

VENTAS DEL COMERCIO

+9,5%

Este incremento se dio en un contexto positivo para el consumo: el Índice de Comercio al por Menor escaló un 9,5%.

CADENAS

38,9%

Las cadenas especializadas continuaron ganando terreno en España y alcanzaron un nuevo techo en cuota de mercado en 2022.

MULTIMARCA

9,7%

El multimarca es, por el contrario, el principal perdedor y ya ni siquiera alcanza el 10% de la cuota de mercado del sector.

MUJER

33,7%

Fue la cuota sobre las ventas totales de moda de los productos de mujer en 2022, que marca un nuevo mínimo histórico.

HOMBRE

31,8%

El hombre también perdió peso en el mercado de la moda en España, donde ganaron terreno el niño y el textil hogar.

5 Comercio textil

El comercio de moda recuperó terreno en 2022 en España tras dos años de duro golpe por la pandemia y sus alargadas consecuencias. Las ventas del comercio minorista en España registraron un crecimiento del 19,7%, después de que 2020 se cerrara con una caída inédita del 41,3% y de que en 2021 las ventas descendieran otro 16,2%.

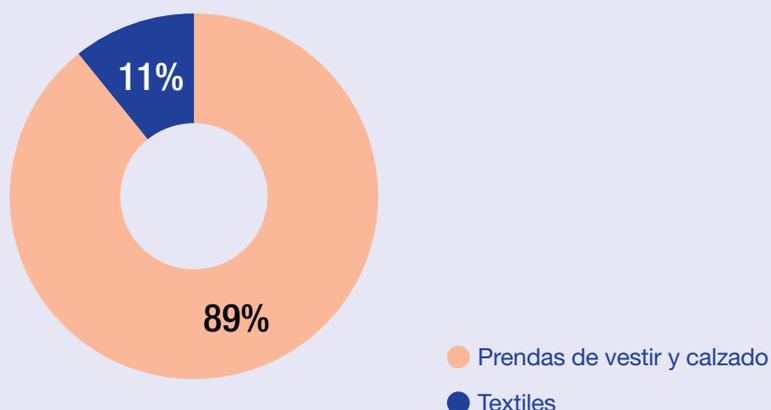
Según datos de la Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex), las ventas del comercio de moda alcanzaron un valor absoluto en 2022 de 10.658 millones de euros, una magnitud que queda muy lejos de la recuperación: en 2019, la facturación del comercio de moda en España alcanzó los 18.078 millones de euros. El aumento de las ventas no impidió que siguieran cayendo en 2022 el número de puntos de venta especializados en moda y complementos distribuidos a lo largo de la geografía española, con un descenso del 1,6% en comparación con el año anterior. La pospandemia deja un sector con 43.978 tiendas de textil y complementos en España, frente a las cerca de 62.000 que se alcanzaron en 2022.

Sí aumentó, en cambio, el personal por tienda: ante el incremento de la actividad, los distribuidores de moda elevaron un 1% el número total de trabajadores en las tiendas, hasta 165.423 personas. Los formatos ganadores en el año de la recuperación fueron las cadenas de tiendas especializadas, que pasaron del 38,1% al 38,9% de cuota de mercado, y los factory/outlets (ganaron tres décimas de cuota frente al año anterior, hasta el 15,4%). Asimismo, niño y textil hogar fueron los segmentos que más tiraron al alza de las ventas, lo que les permitió ganar peso en el sector.



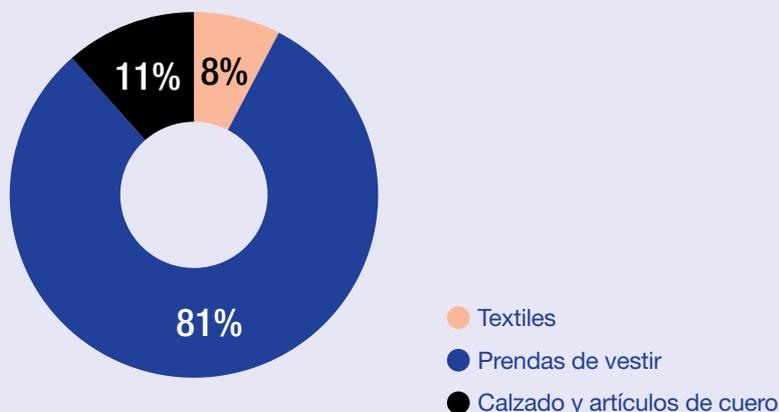
Distribución mayorista y minorista

FACTURACIÓN POR TIPO DE PRODUCTO 2021. COMERCIO MAYORISTA



Fuente: INE

FACTURACIÓN POR TIPO DE PRODUCTO 2021. COMERCIO MINORISTA



Fuente: INE

Las empresas especializadas en las ventas de prendas de vestir copan el 81% de la facturación minorista de moda en España, frente al 8% del comercio de textiles y el 11% de los distribuidores de calzado y artículos de cuero.

ÍNDICE DE COMERCIO AL POR MENOR 2013-2022. GENERAL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

ÍNDICE DE COMERCIO AL POR MENOR 2013-2022. EQUIPO PERSONAL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: INE

El Índice de Comercio al por Menor (ICM) registró en 2022 un crecimiento general en España del 9,5%, frente al 6,8% del año anterior; las ventas de equipamiento personal lideraron la recuperación con un alza 17,1%.

Facturación, empleo y puntos de venta

↑ **19,7%**

Después de dos años con caídas históricas por el impacto del Covid-19, la facturación del comercio textil en España se disparó en 2022 con un alza cercana al 20%.

FACTURACIÓN 2013-2022. COMERCIO TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Acotex

NÚMERO DE TRABAJADORES 2013-2022. COMERCIO TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Acotex

PUNTOS DE VENTA 2013-2022. COMERCIO TEXTIL

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Acotex

Pese a la subida de ventas y empleo, las magnitudes del comercio de moda en España están todavía muy lejos de las de 2019, cuando la facturación superaba los 18.000 millones de euros y el empleo los 199.000 trabajadores.

Comunidades autónomas

48,6%

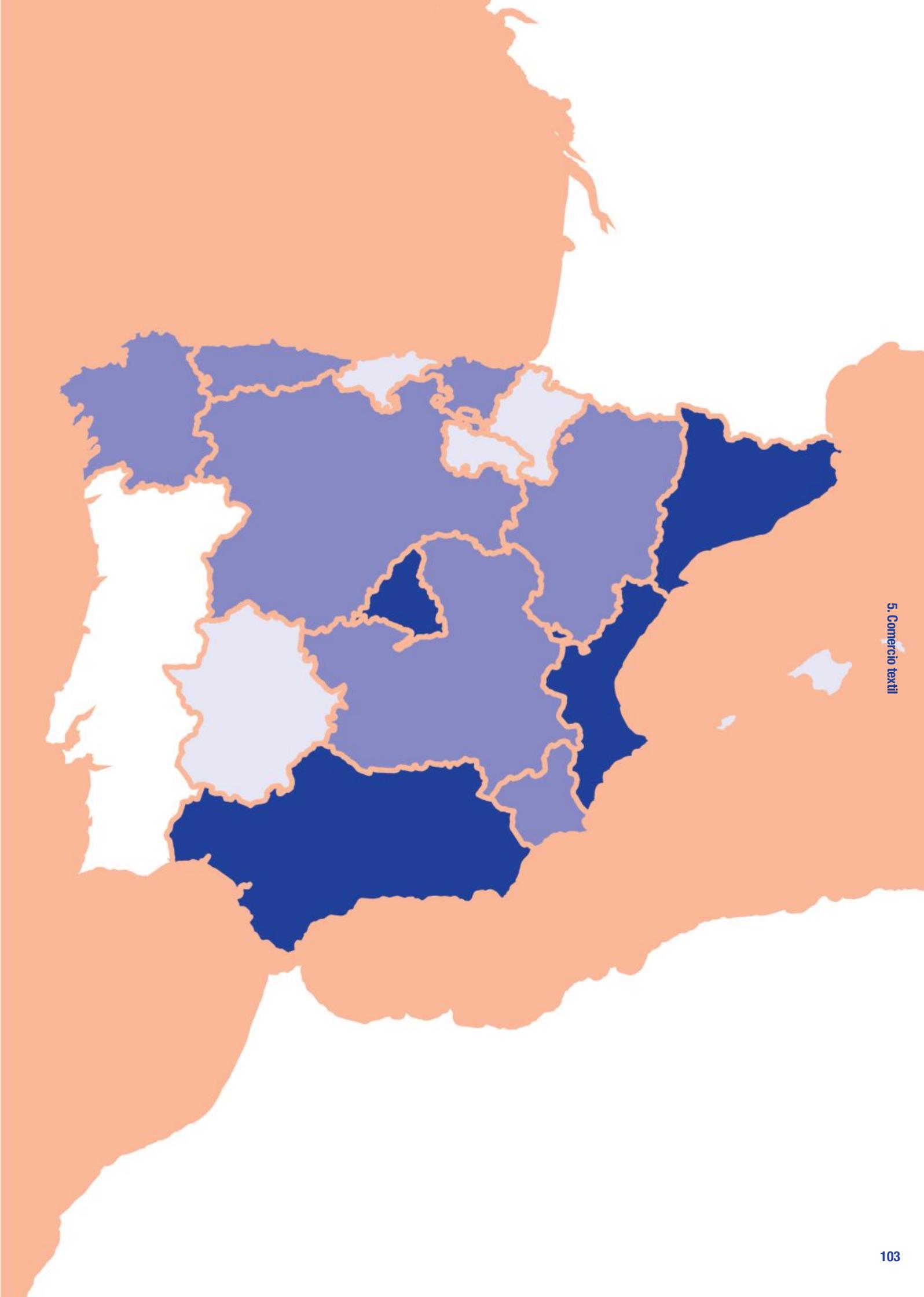
Es la cuota de ventas de moda de las tres autonomías más pobladas (Madrid, Cataluña y Andalucía), tres décimas menos que en el año anterior.

FACTURACIÓN POR COMUNIDAD AUTÓNOMA EN 2022. COMERCIO TEXTIL

En porcentaje sobre el total



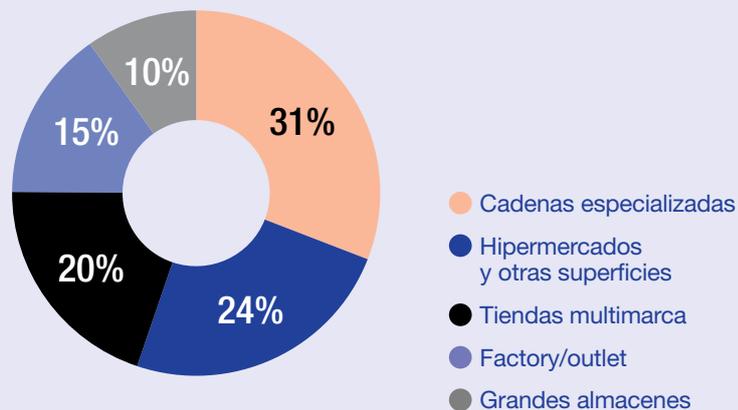
Fuente: INE



5. Comercio textil

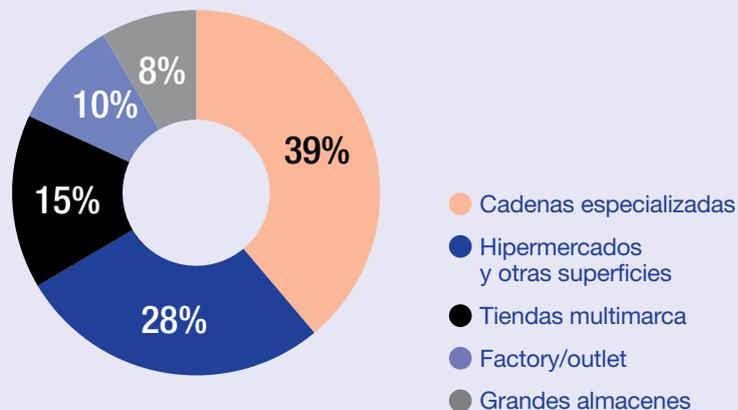
Formatos comerciales

CUOTA DE MERCADO POR FORMATOS COMERCIALES 2013



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO POR FORMATOS COMERCIALES 2022



Fuente: Acotex

Las cadenas especializadas de distribución han sumado ocho puntos de cuota de mercado en las ventas de moda en España en últimos diez años, ganando terreno a las tiendas multimarca y a los grandes almacenes.

CUOTA DE MERCADO 2013-2022. CADENAS ESPECIALIZADAS

En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2013-2022. HIPERMERCADO Y OTRAS SUPERFÍCIES

En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2013-2022. FACTORY/OUTLETS

En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2013-2022. TIENDAS MULTIMARCA

En porcentaje



Fuente: Acotex

CUOTA DE MERCADO 2013-2022. GRANDES ALMACENES

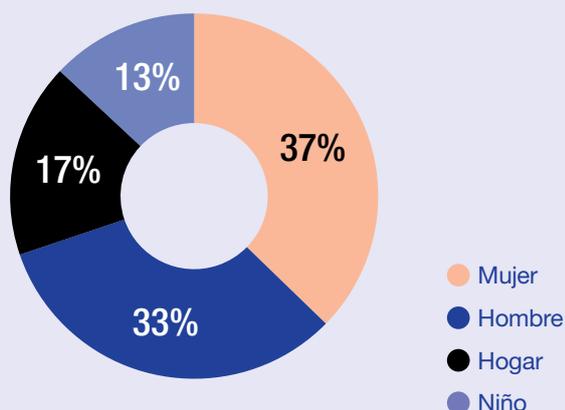
En porcentaje



Fuente: Acotex

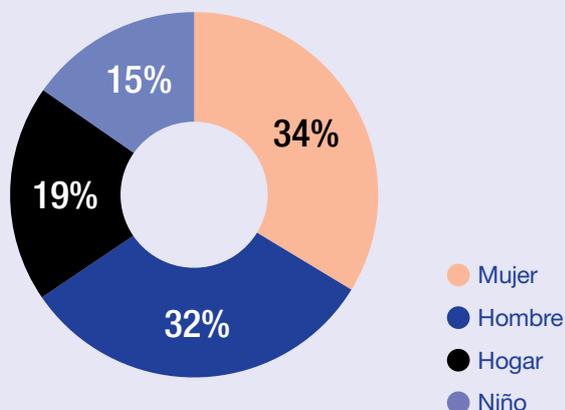
Facturación subsectores

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2013



Fuente: Acotex

FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2022



Fuente: Acotex

Las dos categorías menos importantes para las ventas del comercio de moda, niño y hogar, fueron las que más tiraron de las ventas en 2022 y elevaron su cuota sobre el total hasta el 19,2% y el 15,3%, respectivamente.

La mujer, el segmento estrella para la moda, situó en 2022 su cuota sobre el total de ventas del sector en el 33,7%, lo que supone 3,4 puntos menos que antes del estallido de la pandemia en España y un nuevo mínimo histórico.



6 Comercio electrónico

El comercio electrónico detiene su crecimiento en el negocio español de la moda tras haber ganado todo el protagonismo durante los años de mayor impacto de la pandemia en el país.

Las estadísticas de comercio electrónico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc), que tienen como fuente de información los datos aportados por las entidades de medios de pago, apuntan a una práctica paralización del volumen de negocio registrado online en torno a las prendas de vestir, hasta 4.685 millones de euros. Además, ante la recuperación del turismo y los viajes (sectores muy relevantes en el ecommerce), las prendas de vestir pierden también importancia en el conjunto de las ventas online en el país, pasando del 8,4% en 2021 al 6,9% en 2022.

No obstante, el ecommerce no ha retrocedido en moda y se mantiene como uno de los canales de ventas más relevantes para la mayor parte de las empresas del sector.

Según datos de Kantar recogidos en el Informe de la moda online en España 2023, la cuota de mercado de las ventas online en España en productos de moda se situó en 2022 en el 21,1% en valor, tres décimas más que en el año anterior. En volumen, el ecommerce copó el 16,9% de las ventas del sector entre los residentes en el país, 1,3 puntos más que en 2021.

La penetración se mantiene, por su parte, algo por debajo del 50%: casi uno de cada dos compradores de moda hizo en 2022 al menos una compra online.



**CIFRAS
RELEVANTES**

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

**VOLUMEN DE
NEGOCIO**

4.685

Fueron las ventas de prendas de vestir en millones de euros registradas online en España en 2022.

**PESO SOBRE
EL TOTAL**

6,9%

Fue el peso de las prendas en el volumen de negocio conjunto del ecommerce en España.

PRENDAS

18,9%

Es la cuota de mercado de las ventas online de prendas de vestir de los residentes en España.

CALZADO

27,8%

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

ACCESORIOS

21,9%

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

**TEXTIL
HOGAR**

16,4%

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

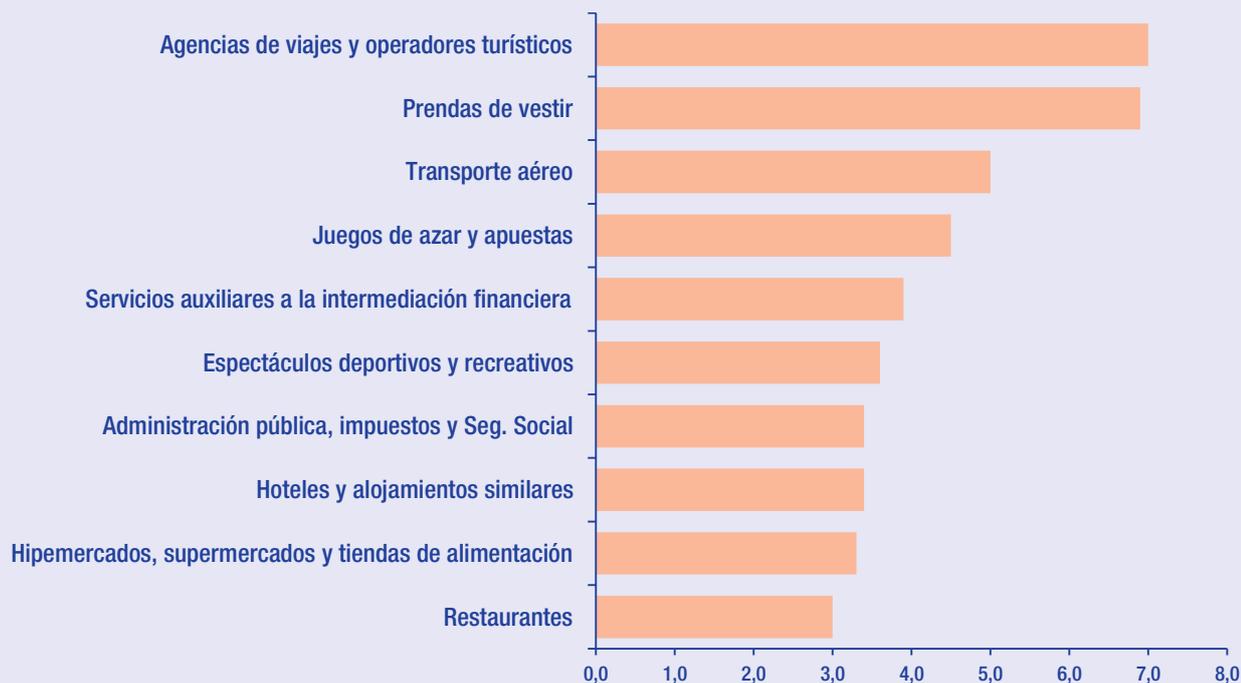
Evolución de las ventas de moda

6,9% ↓

La vuelta de los viajes ha hecho que baje el peso de las prendas de vestir en el conjunto del ecommerce, frente al 8,7% de 2021.

VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET 2022

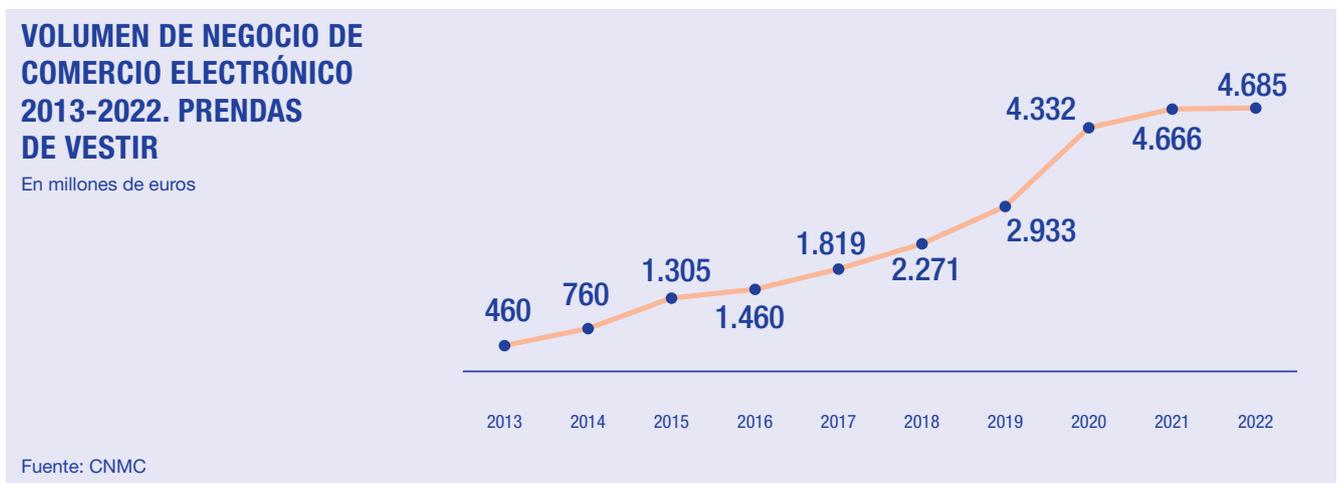
En porcentaje sobre la facturación total del ecommerce.



Fuente: INE

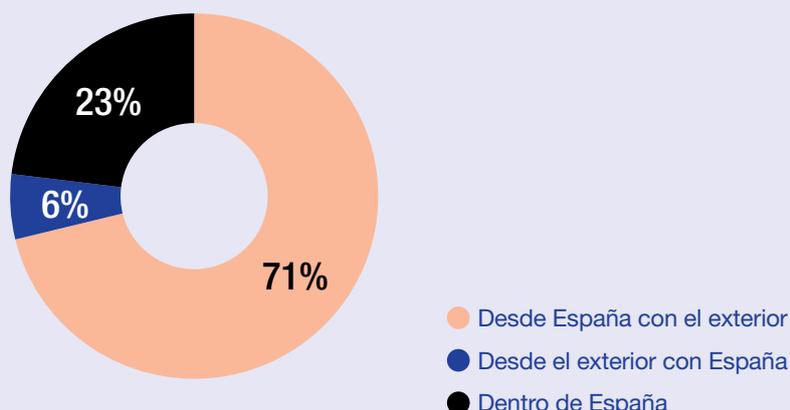


El volumen de negocio registrado en torno al ecommerce de moda se mantuvo prácticamente plano en 2022 y se estabiliza en torno a los 4.700 millones de euros, según los registros de la Cnmc a partir de entidades de medios de pago.



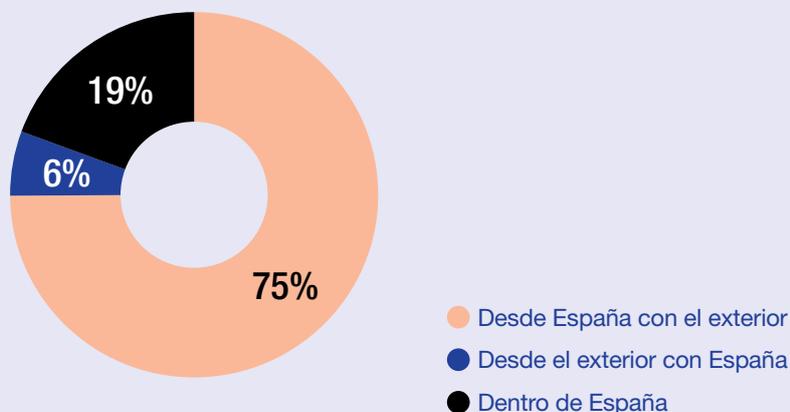
Origen y destino

FACTURACIÓN POR ORIGEN Y DESTINO 2022. PRENDAS DE VESTIR



Fuente: CNMC

FACTURACIÓN POR ORIGEN Y DESTINO 2022. CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO



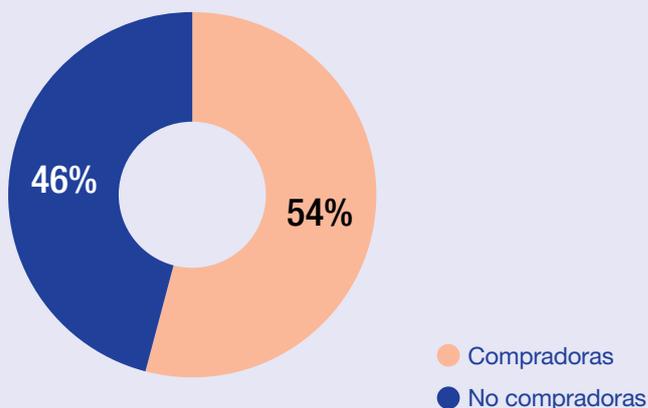
Fuente: CNMC

Las ventas de sitios web situados en España al exterior concentran la gran mayoría del negocio registrado en el ecommerce de prendas de vestir, pero esta cuota cae del 79,3% en 2021 al 71,2% en 2022.

Perfil del consumidor online

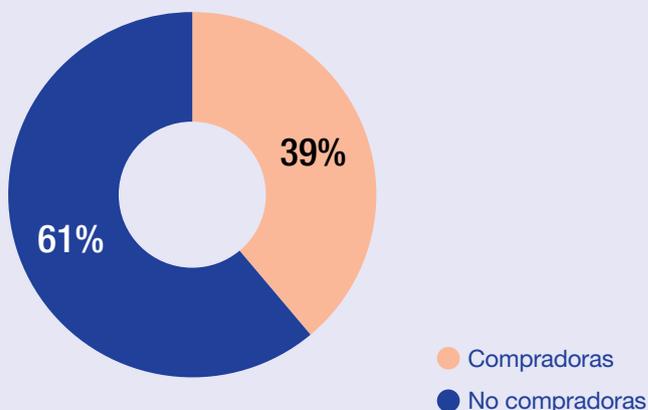


MUJERES COMPRADORAS SOBRE EL TOTAL DE POBLACIÓN TOTAL 2022. MODA ONLINE



Fuente: Kantar

HOMBRES COMPRADORES SOBRE EL TOTAL DE POBLACIÓN TOTAL 2022. MODA ONLINE



Fuente: Kantar

GASTO MEDIO ANUAL EN MODA 2013-2022.

En euros por persona compradora de moda



Fuente: Kantar

Valor y volumen

PESO DEL ECOMMERCE SOBRE LAS VENTAS DE MODA EN ESPAÑA 2013-2022.

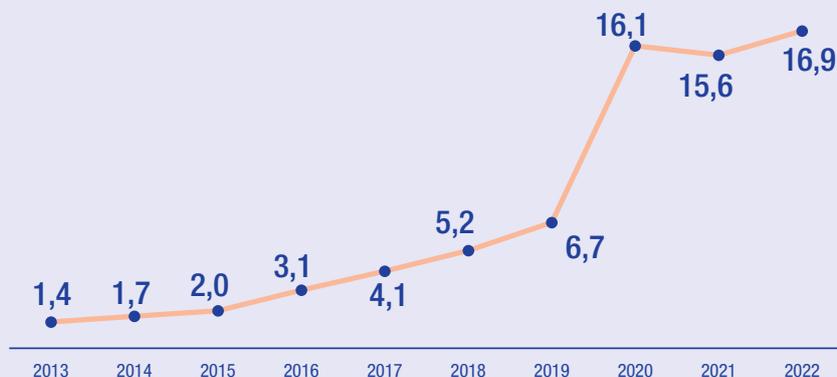
Porcentaje sobre el volumen total



Fuente: Kantar

PESO DEL ECOMMERCE SOBRE LAS VENTAS DE MODA EN VOLUMEN EN ESPAÑA 2013-2022.

Porcentaje sobre el valor total

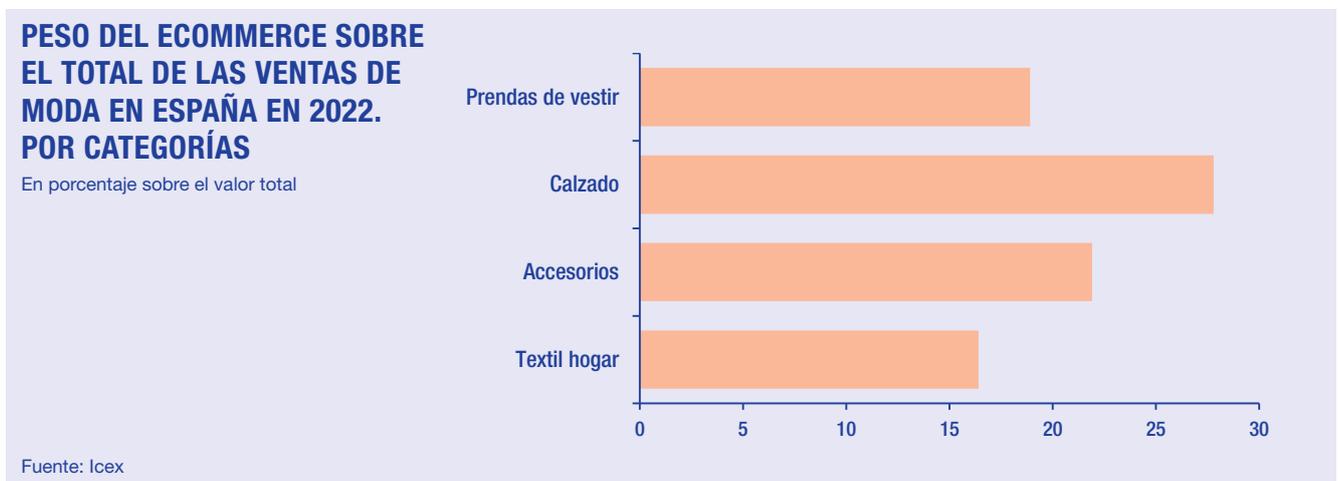


Fuente: Kantar

El canal online crece más despacio, pero continúa ganando cuota de mercado en el sector de la moda: en 2022, el 21,1% del consumo de moda de los residentes en España se realizó a través de la Red.

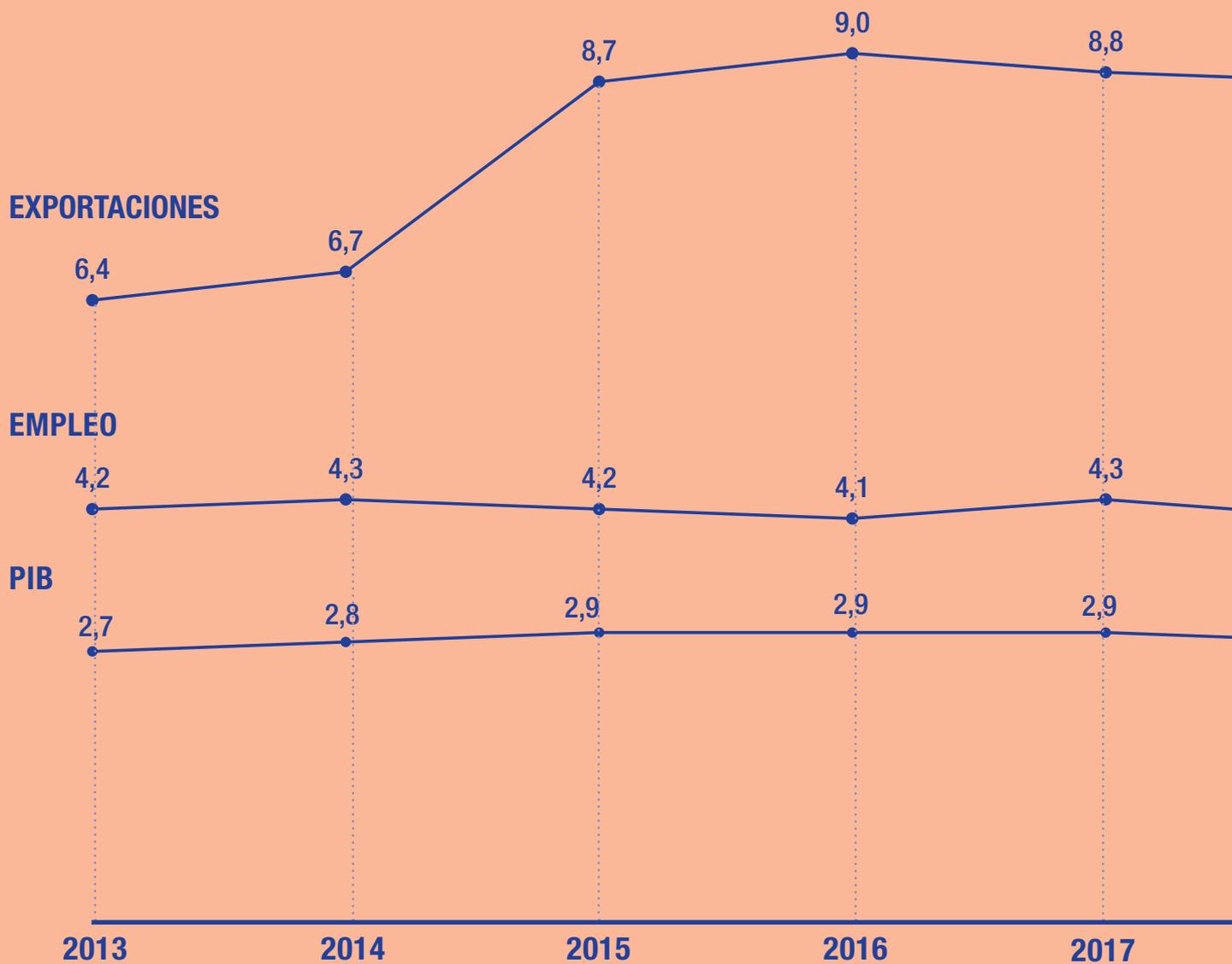


El calzado toma la delantera en penetración de las ventas online, que en 2022 alcanzó un nuevo récord al situarse en el 27,8% de las ventas de estos productos en valor en el país.



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

7 La moda en el PIB



PRIMERA EDICIÓN
Primera estimación sobre el peso de la moda en el PIB.

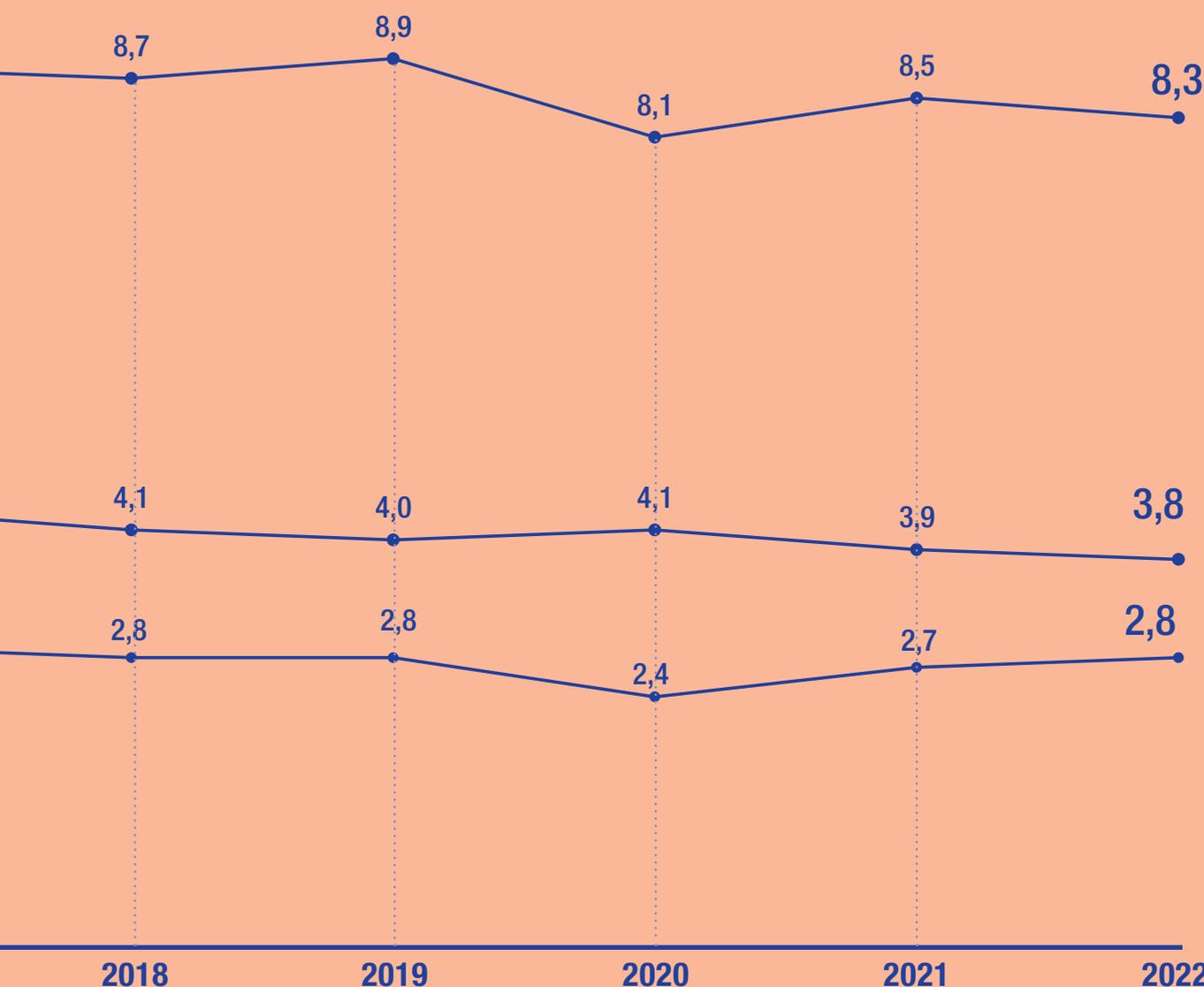
FIN DE LA CRISIS
El presidente del Gobierno proclama el fin de la crisis.

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.

El negocio español de la moda gana músculo y eleva su importancia para la economía española en un contexto de crecimiento general del país. En 2022, el peso del sector de la moda sobre el conjunto del Producto Interior Bruto (PIB) español quedó situado en el 2,8%, lo que supone una subida de una décima con respecto al año anterior y de cuatro décimas en comparación con 2020, cuando la pandemia hundió este ratio hasta el 2,4%. El incremento del peso relativo de la moda en la economía española tiene particular importancia al producirse en un entorno económico de fuerte crecimiento: en 2022, España fue uno de los países avanzados con un mejor desempeño, elevando su PIB a un ritmo del 5,8%. El incremento del valor añadido bruto generado por todas las actividades vinculadas a la moda (teniendo en cuenta toda la cadena de valor del sector) fue mayor: de ahí que la moda haya vuelto a ganar importancia en la economía española.



ENFRIAMIENTO
FMI y Océde rebajan las previsiones para España.

A LA ESPERA
La recuperación pasa de largo en la moda española.

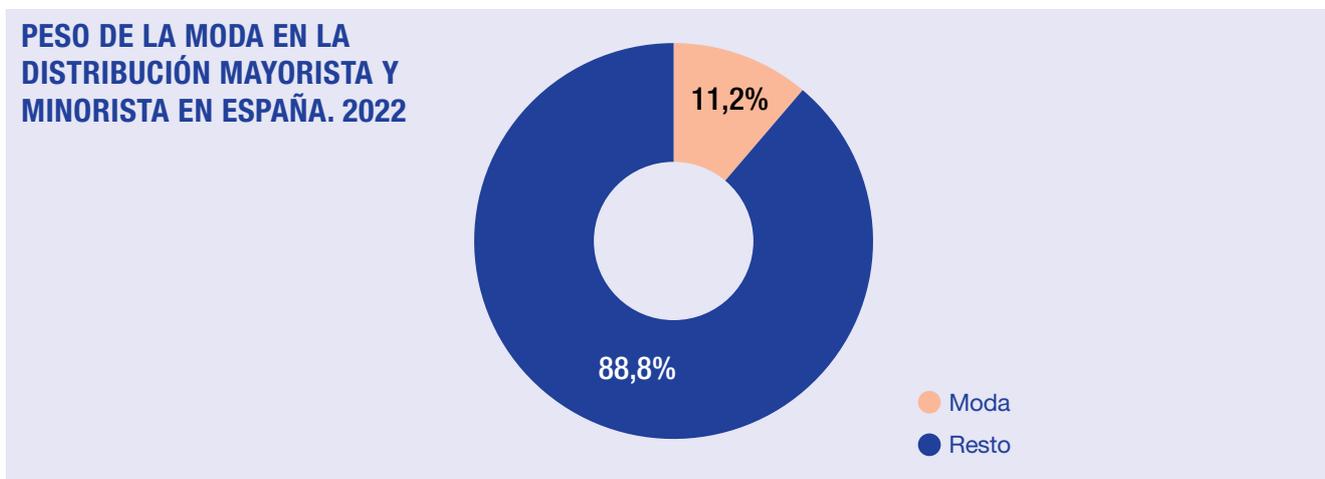
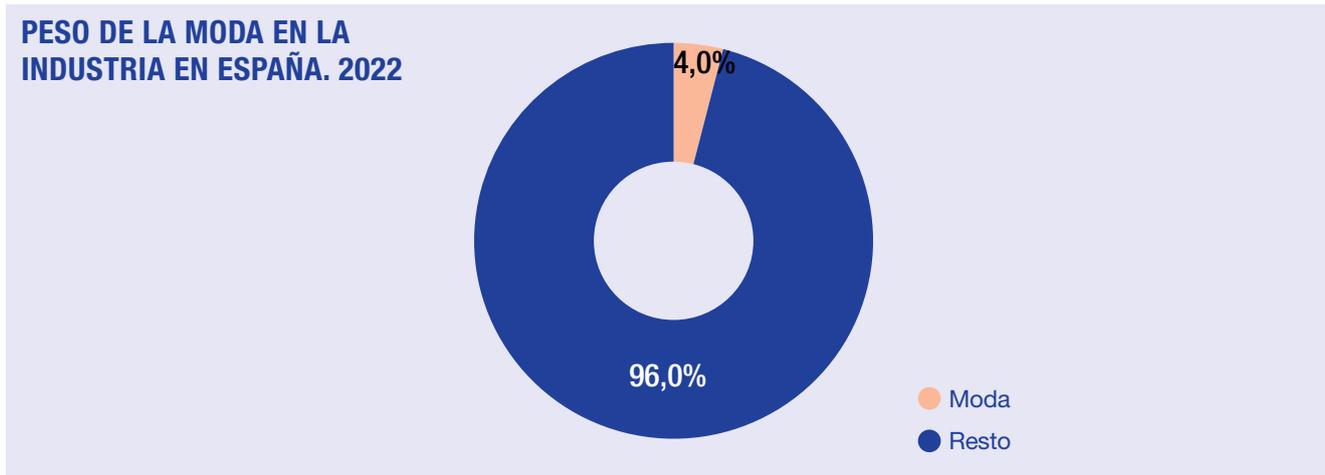
COVID
La pandemia del Covid-19 asola la economía internacional.

RESURGIMIENTO
La moda recupera parte de lo perdido durante el Covid-19.

SALTO ADELANTE
La moda sube otro escalón y recupera el 2,8% del PIB.

2,8%

La moda recupera terreno en el conjunto de la economía española. Tras sufrir un fuerte ajuste en 2020, cuando el peso de la moda en el conjunto del PIB cayó del 2,8% al 2,4%, en 2021 este ratio se recuperó hasta el 2,7%. En 2022, la moda dejó atrás la pandemia recuperando la importancia relativa que tenía para la economía en 2019 y alcanzando de nuevo el 2,8%.



En la distribución, la moda alcanzó en 2022 el 11,2% del valor añadido bruto total, una décima más que en 2021, mientras que en la industria este peso relativo descendió del 4,2% en 2021 al 4% en 2022.

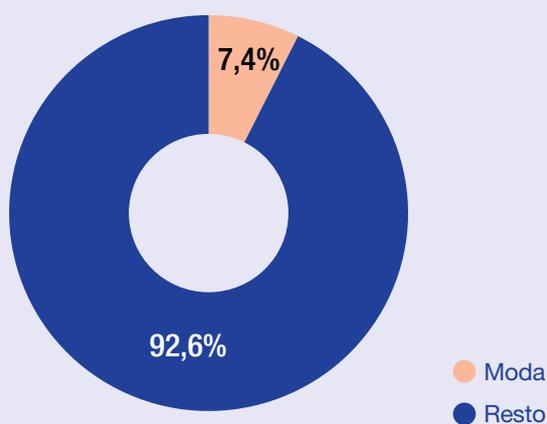
Empleo

7. La moda en el PIB

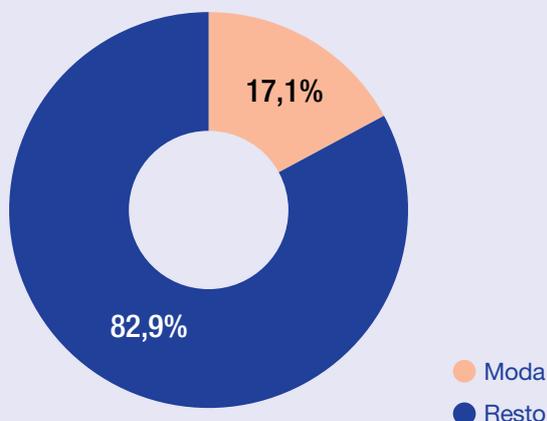
3,8%

La buena marcha del empleo en España, con un alza del 3,1% en la cifra de ocupados, hizo que en 2022 la moda perdiera terreno en el mercado laboral del país. Aún así, la importancia relativa de la moda como creador de empleo es más alta que la que tiene el sector en términos de PIB: alcanzó el 3,8% del empleo en el conjunto del país.

PESO DE LA MODA EN EL EMPLEO DE LA INDUSTRIA EN ESPAÑA. 2022



PESO DE LA MODA EN EL EMPLEO DE LA DISTRIBUCIÓN MAYORISTA Y MINORISTA EN ESPAÑA. 2022



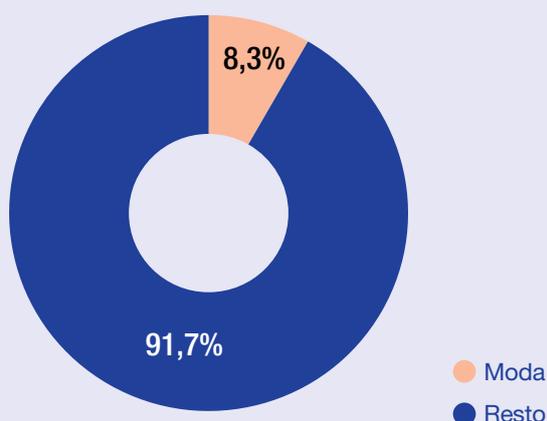
En la industria, la moda generó de nuevo el 4% de los puestos de trabajo totales del sector secundario español, mientras que el peso en el empleo de la distribución pasó del 17,3% en 2021 al 17,1% al año siguiente.

Exportación / Importación

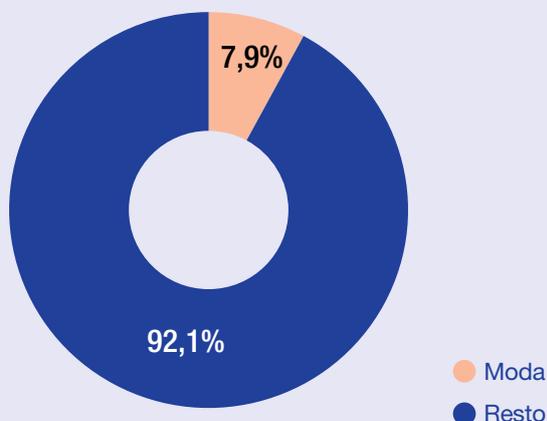
8,3%

La moda en su conjunto, incluyendo prendas de vestir, calzado, complementos, cosmética, perfumería, relojería y joyería, entre otros, sumó en 2022 exportaciones por 32.428 millones de euros, lo que equivale al 8,3% del conjunto de las ventas españolas de bienes al exterior. Pese a que las exportaciones aumentaron, este peso relativo bajó desde el 8,5% de 2021.

PESO DE LA MODA EN LAS EXPORTACIONES ESPAÑOLAS. 2022



PESO DE LA MODA EN LAS IMPORTACIONES ESPAÑOLAS. 2022



Las importaciones de moda también evolucionaron de forma positiva en 2022 y el peso de la moda en el conjunto de las compras de bienes al exterior aumentó desde el 7,8% en 2021 al 7,9%

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 décima vez en la edición de 2023 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 2022), 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 lleguen al consumidor final como productos de moda.

Se entiende, en este sentido, como productos de moda todos los artículos de uso personal que llegan a los consumidores bajo la etiqueta de una marca de moda. Esto es, prendas de vestir, calzado, complementos, joyas, productos de bisutería, relojes, gafas, perfumes y cosméticos.

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

La obtención de todos estos datos se realiza de forma individual en cada punto, teniendo como fuentes estadísticas varios recursos del Instituto Nacional de Estadística (INE), Eurostat (oficina estadística de la Unión Europea), la Dirección General de Aduanas

a través del servicio Estacom de Ices España Exportación e Inversiones, los boletines estadísticos del Ministerio de Industria, Energía 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 (2021 en la mayoría de los casos) al año 2022, objeto del estudio. Para ello se han utilizado en todos los casos los índices del INE, tales 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).

EFFECTO 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.

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 del negocio de la moda.

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.



DE LA PASARELA AL CARRITO

LAS PRINCIPALES MARCAS DE MODA
DEL MUNDO CONFÍAN EN BIGCOMMERCE