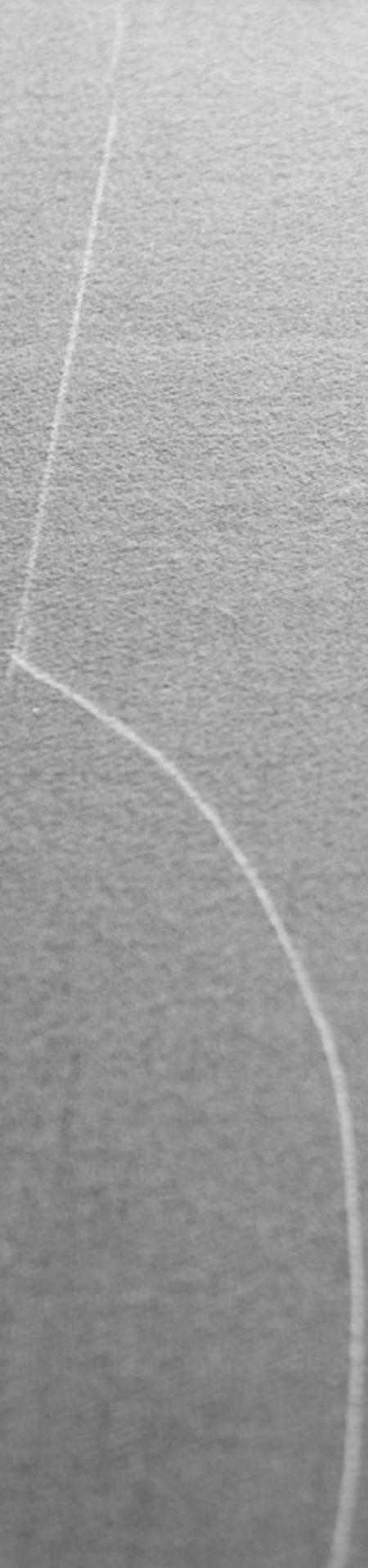


**Informe Económico
de la Moda
en España**

2022





INFORME ECONÓMICO DE LA MODA EN ESPAÑA 2022

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

PATROCINA

Klarna
www.klarna.com

COLABORA

Cityc
www.cityc.es

ELABORA

Modaes
www.modaes.com

1

LA INDUSTRIA EN CIFRAS

Empresas, empleo y negocio

20... Industria textil

24... Confección

28... Cuero y calzado

Actividad

32... Producción industrial

38... Cifra de negocios de la industria

2

MERCADO EXTERIOR

Balanza comercial

46... Industria textil

50... Confección

54... Cuero y calzado

3

PRECIOS

Precios al consumo (IPC)

62... Ropa de hombre y mujer

63... Ropa de niño y complementos

64... Calzado de hombre y mujer

65... Calzado de niño y textiles

y accesorios para el hogar

Precios industriales (Ipri)

66... Industria textil

67... Confección

68... Cuero y calzado

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

70... Industria textil

71... Confección

72... Cuero y calzado

4

COMUNIDADES AUTÓNOMAS

78... Comunidad Valenciana

80... Cataluña

82... Andalucía

84... Galicia

86... Comunidad de Madrid

88... Castilla La Mancha

5

COMERCIO TEXTIL

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

6

ECOMMERCE

- 105... Evolución de las ventas de moda
- 106... Origen y destino
- 107... Perfil del consumidor online
- 108... Valor y volumen

7

EL NEGOCIO DE LA MODA EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

- 112... PIB
 - 114... Empleo
 - 116... Exportación/Importación
 - 118... Metodología
-



La información macroeconómica se vuelve todavía más valiosa en momentos de cambio como el actual. En este sentido, la presente edición del Informe Económico de la Moda en España permite medir los primeros compases de la recuperación del sector en el país tras el impacto de la pandemia, y arroja algo de optimismo: la moda ha vuelto a ganar peso en la economía española.

PRESENTACIÓN

El Informe Económico de la Moda en España comenzó a elaborarse hace ahora once años con el objetivo de ser una herramienta valiosa para la toma de decisiones de los directivos y empresarios del sector, recogiendo las grandes magnitudes de esta industria y la evolución de los principales indicadores, extraídos de fuentes públicas y privadas de primer nivel.

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

moda en España. En la presente edición, el Informe Económico de la Moda en España cuantifica cómo de rápido ha comenzado la recuperación la industria española de la moda, teniendo en cuenta indicadores como el empleo, la actividad industrial, la facturación del comercio o el tejido empresarial. Además, recoge la evolución de algunos indicadores que han cobrado todavía más relevancia en los últimos años, como el comercio electrónico, que da síntomas de desaceleración tras el *boom* registrado durante la pandemia.

Desde hace ya varias ediciones, el estudio recoge, además, un capítulo dedicado al peso que el sector tiene sobre el Producto Interior Bruto (PIB), sobre el empleo y sobre las exportaciones de España, lo que

permite medir la importancia del sector en el conjunto de la economía española.

El dato del peso en el PIB, que se ha convertido ya en una fuente habitual entre las instituciones y otros informes sobre el sector, está basado en el sistema realizado en colaboración con el Cityc y permite además dar una visión más global de la evolución del sector, al exponerla en relación a la evolución del conjunto de la economía del país.

En este sentido, los datos de 2021 dan señales para el optimismo: tras perder cuatro décimas porcentuales en 2020, la aportación de la moda a la riqueza nacional ha vuelto a aumentar hasta el 2,7%, sólo una décima por debajo del peso que tenía antes de la pandemia.

La moda ha emprendido al senda de la recuperación tras el duro golpe que supuso el estallido de la pandemia y ha cerrado el año con un peso del 2,7% en el Producto Interior Bruto (PIB) español, sólo una décima por debajo de la importancia que tenía antes del Covid-19. La remontada comienza también con nuevos desafíos, como la inflación.

UNA EXTRAÑA RECUPERACIÓN

POR IRIA P. GESTAL

Directora de Modaes

En 1929, el Producto Interior Bruto (PIB) fue creado como una herramienta para medir cuán grande era el zarpazo que la Gran Depresión había dado a la economía estadounidense. Hoy, continúa siendo la macromagnitud más empleada para medir el progreso y retroceso de los países. Aunque inexactos y a menudo cuestionados, los indicadores macro son, igual que lo fueron en 1929, especialmente útiles en tiempos de crisis, y más si cabe cuando lo que toca medir es la recuperación.

Por eso, la presente edición del Informe Económico de la Moda en España era quizás la que más intriga nos despertaba, y creemos que sus conclusiones están también entre las más valiosas de los once años de trayectoria que ya acumula esta publicación.

Tras medir en 2020 el impacto que la pandemia y sus restricciones supusieron en el conjunto del sector en España, esta edición aborda cómo de rápidos han sido los primeros compases de una recuperación.

En un año todavía marcado por las limitaciones al comercio y a la movilidad internacional, la moda ha vuelto a demostrar fortaleza para sacudirse el *shock* que supuso 2020 y ha recuperado con fuerza los niveles de actividad, producción y negocio. Con todo, la remontada ha sido desigual, con grandes diferencias entre los distintos subsectores que componen el negocio de la moda y, en la mayoría de los casos, sin alcanzar todavía los niveles previos al estallido de la pandemia.

En cualquier caso, la recuperación ha sido más acelerada que la registrada por el conjunto de la economía española, lo que ha permitido al sector recuperar relevancia en el Producto Interior Bruto (PIB). Después de que, en 2020, la pandemia arrebatara al sector cuarenta puntos básicos de cuota sobre el conjunto de la riqueza nacional, en 2021 la moda ha vuelto a recuperar importancia, hasta aportar el 2,7% del PIB, sólo una décima por debajo del peso que tenía antes del estallido del Covid-19.

El dato invita al optimismo, aunque el sector no puede conformarse: en esta remontada pesa todavía el recuerdo de la anterior recesión, que afloró problemas estructurales en el sector que dificultaron que la recuperación se solidificase. De hecho, antes de la pandemia la evolución del peso de la moda sobre el PIB ya comenzaba a dar signos de flaqueza.

Desde que comenzó a realizarse el cálculo en el presente informe en 2014, el máximo peso que la moda llegó a copar en el PIB se registró en 2015, 2016 y 2017, con un peso del 2,9% en los tres ejercicios. En 2018, sin embargo, mientras el conjunto de la economía española consolidaba la recuperación, la importancia del sector se moderó hasta el 2,8%, dato que se repitió también al año siguiente.

Además, esta vez el cambio de ciclo llega con algunas particularidades inéditas en otras

“Habrá que esperar a la próxima edición del Informe para valorar si continúa teniendo sentido usar 2019 como vara de medir”

“La moda se enfrenta, pues, a una recuperación que parece y tener fecha de caducidad cuando apenas acababa de comenzar”

crisis. Por un lado, la incógnita de qué pasará con algunos cambios en el consumo que estaban ya sembrados antes del Covid-19, pero que la pandemia aceleró, como es el caso del comercio electrónico.

Por otro, porque la recuperación ha llegado con nuevos obstáculos añadidos, empezando por la crisis de la cadena de suministro que se produjo ya desde mediados de 2021 y siguiendo con la inflación, acelerada durante todo 2022 tras el estallido de la guerra en Ucrania.

La moda se enfrenta, pues, a una recuperación que parece y tener fecha de caducidad cuando apenas acababa de comenzar. El año que ahora termina lo hace con tambores de recesión en las mayores potencias europeas, con signos de desaceleración del consumo en algunos de los principales mercados para la moda y con la geopolítica amenazando con sobresaltos, que la han llevado a estar más en el centro que nunca de las decisiones estratégicas de los principales operadores del sector.

Habrá que esperar a la próxima edición del Informe Económico de la Moda en España para valorar si continúa teniendo sentido usar el ejercicio 2019 como vara de medir de esta recuperación truncada y cómo será (y cómo responderá el sector) a esta nueva normalidad, que parece que estará marcada de nuevo por las turbulencias y la incertidumbre.



POR IRIA P. GESTAL
Directora de Modaes

Iria P. Gestal (A Coruña, 1992) es directora de Modaes y coordinadora de contenidos de Cinnamon News. Graduada en Periodismo por la Universidad de Santiago de Compostela, completó sus estudios en Barcelona, donde cursó el postgrado en Comunicación y Periodismo de Moda 3.0. en la Universitat Pompeu Fabra. Comenzó su trayectoria profesional como redactora en La Voz de Galicia. Gestal se incorporó a Modaes en 2015 y en 2017 asumió las funciones de redactora jefa. En 2021, tomó la dirección del medio, con Christian De Angelis como director general.

El sector textil y la industria en general se enfrentan a una situación crítica ante la excepcional subida de los costes energéticos, que es inasumible por parte de las empresas. Ante ello, la administración debe tomar medidas urgentes para evitar expedientes de regulación de empleo e incluso el cierre de compañías.

INTERVENCIÓN ANTE LA SUBIDA DE LA ENERGÍA

POR MARTA CASTELLS
Directora de Cityc

La industria textil no es por supuesto ajena al entorno que nos rodea, sino más bien al contrario: está fuertemente influenciada por decisiones políticas, condicionantes socioeconómicos y tendencias globales. También es importante para la moda lo que ocurre en otros sectores con los que tiene una estrecha relación: en este sentido, en los últimos meses uno de los aspectos que más ha impactado en el entorno del sector de la moda es la energía.

El sector está en un momento de cambio que podríamos calificar de disruptivo, teniendo por delante grandes retos en sostenibilidad y digitalización, pero si no se resuelve la crisis energética las empresas no van a poder asumir esta transición que se pide desde Europa. La guerra en Ucrania no ha hecho si no poner en evidencia la debilidad de Europa en términos de seguridad de suministro y gestión de costes, con una clamorosa falta de alternativas para mover nuestras economías.

El resultado de todo esto es que la desenfrenada y desorbitada subida de precios de la energía a día de hoy resulta inasumible para las empresas textiles. Los precios del gas llegaron a multiplicarse por cinco en un año y la electricidad ha costado el doble que en el 2021. Si bien es cierto que se ha puesto en marcha una línea de ayudas directas a la industria intensiva en consumo de gas, como es el caso de las empresas del ramo del agua, resultan del todo insuficientes.

La situación actual es insostenible y no se vislumbran señales de una mejora clara. Las empresas se están planteando o presentando ya la puesta en marcha de expedientes de regulación de empleo e incluso cierres por imposibilidad de hacer frente a la situación. Es imprescindible la intervención política para apoyar a nuestra industria, no sólo la textil en particular, sino la industria en general. La administración debe tomar las riendas de la situación excepcional para garantizar la supervivencia de empresas que crean riqueza y empleo.

El presente informe da muestra de cómo la moda ha sido capaz de recuperar su dinamismo después de la pandemia, cuando por cierto cientos de empresas del sector dieron prueba de su compromiso social al volcarse en la producción de equipos de protección individual. Una industria textil, de la confección y del cuero y el calzado fuerte significa riqueza, empleo de calidad y futuro, pero para lograr que estas actividades en España sean competitivas y por lo tanto viables se necesita una nueva política energética que garantice precios también competitivos.

Al salir de la pandemia, las empresas se han enfrentado a un entorno de incremento de costes, pero con el pasar de los meses la situación se ha hecho más y más compleja. Las principales organizaciones

Tras la pandemia, las empresas se han enfrentado a un incremento de costes y la situación se ha hecho mes a mes más compleja

La administración debe tomar las riendas de la situación excepcional para garantizar la supervivencia de las empresas que crean empleo

textiles tanto nacionales como europeas están unidas para poder apoyar y defender a la industria textil, pero de momento no ha sido suficiente para poder revertir de forma inmediata esta complicada situación.

Un documento como el Informe económico de la moda en España tiene también la misión de ayudar a visualizar la importancia que tiene el sector para el conjunto de la economía, con cifras extraordinariamente relevantes en términos de Producto Interior Bruto (PIB), exportaciones y empleo. Una relevancia que también debería evidenciarse en el grado de atención que las administraciones públicas prestan a las reivindicaciones y llamadas a la acción de esta misma industria.

Por supuesto, la industria tiene muchísimos deberes por delante. Como decía al principio, la sostenibilidad, incluyendo una mejora de la eficiencia en el uso de la energía, es uno de los cambios capitales que está asumiendo el sector. Sin embargo, como otros muchos otros sectores de la economía, el sector textil necesita tiempo para adaptarse y las administraciones tienen el claro deber de poner las medidas que faciliten esta transición.

Sensibilizarse sobre la importancia capital de este sector, a partir de datos como los que aporta este informe, es claramente un primer paso.



MARTA CASTELLS
Directora de Cityc

Marta Castells es directora del Centro de Información Textil y de la Confección (CITYC) desde octubre de 2015, responsabilidad que compagina con la Secretaría General de la Confederación de la Industria Textil (Texfor), donde se incorporó desde su constitución. Castells también dirige el área de Relaciones Internacionales y Política Comercial del Consejo Intertextil Español (CIE). Es licenciada en Comercio Internacional y en Ciencias Empresariales por la Universidad Pompeu Fabra (UPF), MBA por IE Business School y Máster en Estudios de Asia Oriental por la Universitat Oberta de Catalunya (UOC). Castells cuenta con una larga trayectoria vinculada al sector textil, donde inició su carrera profesional en 2001 con su incorporación a la Asociación Industrial Textil de Proceso Algodonero (Aitpa), en el área de promoción internacional.

El sector de la moda comienza a pasar página tras dos años de pandemia gracias al empuje de unos clientes que recuperan su vida social y tienen ganas de deslumbrar, pero también gracias a las propias marcas del sector, que trabajan en nuevas iniciativas para responder a las cambiantes demandas del consumidor. Con todo, esta recuperación no está exenta de desafíos.

LOS NUEVOS DESAFÍOS DE LA MODA ESPAÑOLA

POR AYAKA FORASTÉ

Directora comercial de Klarna en España

Tras casi dos años de parones a causa de la pandemia, el sector de la moda vuelve a crecer. El impulso viene tanto de los consumidores, que quieren deslumbrar en su vuelta a la vida social, como de las marcas de moda, que se esfuerzan cada vez más para responder a las nuevas demandas de los consumidores. Cada trimestre, Klarna realiza un estudio sobre los hábitos de consumo en moda para comprender mejor el comportamiento de los consumidores y proponer a sus socios las soluciones más adaptadas a los desafíos comerciales emer-

gentes. En este informe, analizamos tres aspectos principales que configuran el estado actual de la moda: las fuentes de inspiración de los consumidores, el consumo textil en el metaverso y la tendencia del género fluido.

La democratización de los desfiles gracias a las redes sociales

Las semanas de la moda son todo un homenaje a la creatividad y la artesanía que se esconde detrás de las marcas que en ellas participan y todo un referente para los españoles. Uno

de cada dos españoles *amateurs* de moda se interesa por los desfiles y busca activamente imágenes y vídeos de éstos. Un 67% afirma haber comprado un artículo en una tienda tras inspirarse en el *look* de un desfile.

Si muchos sueñan con asistir a estos *shows*, el conseguir una invitación es algo inaccesible para la gran mayoría pero eso no les impide mantenerse bien informados: un 73% de españoles que confía en Instagram para no perderse ni un solo detalle siendo las cuentas

de celebrities (58%) y diseñadores (52%) las más seguidas durante las Fashion Weeks por delante de las de las marcas y los influencers (45%). En este sentido, el primer desafío para el sector es crear contenido diferencial y conseguir destacar entre las millones de marcas que están presentes en redes sociales.

Recursos como las colaboraciones con *influencers*, el compartir el proceso de creación de las colecciones o trabajar el *autobranding* de los propios diseñadores son algunas de las estrategias más empleadas por las marcas españolas.

La moda llega al metaverso

El metaverso ha traspasado el universo de los gamers para meterse de lleno en el de la moda de la mano de marcas como Balenciaga o Nike. Tres de cada cinco españoles afirman estar familiarizados con este término, lo que sitúa a España en la media de los países encuestados por Klarna.

Además de ser un universo de expresión, el metaverso es también un lugar idóneo para el *shopping* virtual, o eso parecen pensar los españoles. El 55% de los participantes querría utilizar un probador virtual y el 57% estaría dispuesto a comprar moda en este entorno.

Así que el segundo desafío es atreverse a experimentar en el metaverso. Pese al aumento significativo de las compras online y del consumo de contenido de moda digital, los

“Uno de los desafíos para el sector es crear contenido diferencial y conseguir destacar entre las millones de marcas”

“El metaverso permite difuminar las fronteras entre virtual y físico, ofreciendo al consumidor una experiencia de compra mejorada”

consumidores siguen prefiriendo las tiendas físicas por el servicio al consumidor (80%) y la interacción social (82%). El metaverso permite difuminar las fronteras entre virtual y físico, ofreciendo al consumidor una experiencia de compra mejorada respecto a la alternativa puramente digital y a las marcas la posibilidad de trabajar más en profundidad su plataforma de marca.

Moda de género fluido

El informe deja entrever que la tendencia *gender-fluid* ha llegado para quedarse. Si, en la actualidad, un 25% de las españolas y un 21% de los españoles declaran comprar artículos del género opuesto de vez en cuando, un 85% de los consumidores piensan comprar más moda *gender-fluid* en el futuro. Confort (60%) y diseño (47%) están detrás del éxito de esta moda, aunque los Millennials españoles la vean también como una declaración de intenciones (17%).

De este modo, el tercer desafío pasa por deconstruir los arquetipos masculinos y femeninos en moda. Marcas internacionales como Gucci o Zara ya han apostado por colecciones donde los arquetipos de género pasan a un segundo plano. En el caso de Gucci, piezas que tradicionalmente se consideran des vestiaire de un género, pasan a ser utilizados por el otro. En el de Zara, las colecciones carecen de connotación de género, siendo neutras tanto en su diseño como en la elección de materiales y colores.



AYAKA FORASTÉ

Directora comercial de Klarna en España y Portugal

Licenciada en Ciencias Políticas y de la Administración por la Universidad Pompeu Fabra y habiendo completado un Máster en Gestión Pública en la Universidad Autónoma de Barcelona y un Máster en Business Administration (MBA) en el IE Business School, Ayaka Forasté se ha especializado en ventas, desarrollo de negocio y e-commerce en empresas de alcance internacional. Ayaka empezó su carrera en la empresa de automoción Doga, coordinando proyectos de ventas y desarrollo comercial entre España y Asia. En 2012, entró a formar parte de Amazon, participando en el lanzamiento de esta plataforma de ecommerce en España. Después de cursar su MBA en el Instituto de Empresa, Ayaka se unió a LinkedIn y posteriormente a WeWork, liderando el equipo de grandes cuentas. Dando muestra de su espíritu emprendedor, Ayaka Forasté apostó por Klarna cuando la empresa abrió su filial española en 2019 convirtiéndose así en la segunda empleada de la *fintech* sueca en España. Desde entonces, Ayaka ocupa el puesto de responsable comercial contribuyendo de manera activa al desarrollo de Klarna a nivel nacional.

1

LA INDUSTRIA EN CIFRAS

Empresas, empleo y negocio

20... Industria textil

24... Confección

28... Cuero y calzado

Actividad

32... Producción industrial

38... Cifra de negocios de la industria

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

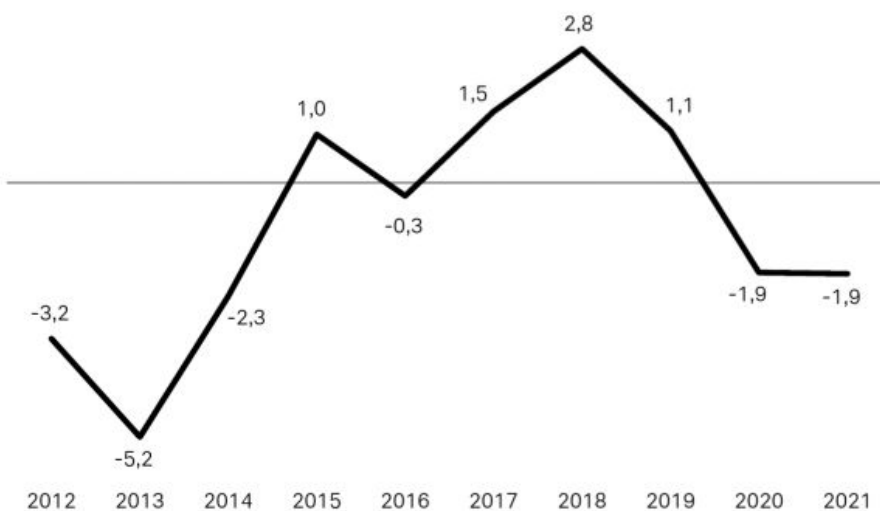
Entre el 1 de enero de 2020 y la misma jornada de 2021, la industria de la moda en España redujo el número de empresas un 1,9% por segundo año consecutivo. El sector textil, la industria de la confección y el sector del cuero y el calzado sumaban 19.729 empresas a 1 de enero de 2021, un 3,7% menos que en 2019, antes del estallido de la pandemia. En dos años se borraron 759 sociedades del sector.

El número de empresas españolas de moda activas en 2021 es el menor desde 2017, cuando el sector comenzaba a remontar tras la anterior crisis. A 1 de enero de 2008, el sector sumaba 26.785 sociedades activas y en 2014 alcanzó su mínimo histórico, con 19.302 empresas.

Los datos del Directorio Central de Empresas (Dirce) del Instituto Nacional de Estadística (INE) indican que el 46,8% de las empresas de la industria de la moda no tenía ningún asalariado en 2021, en comparación con el 45,4% que representaban en 2020. El 40,4% de las compañías de moda, por su parte, contaban con una cifra de empleados de entre uno y nueve.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2012-2021. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje

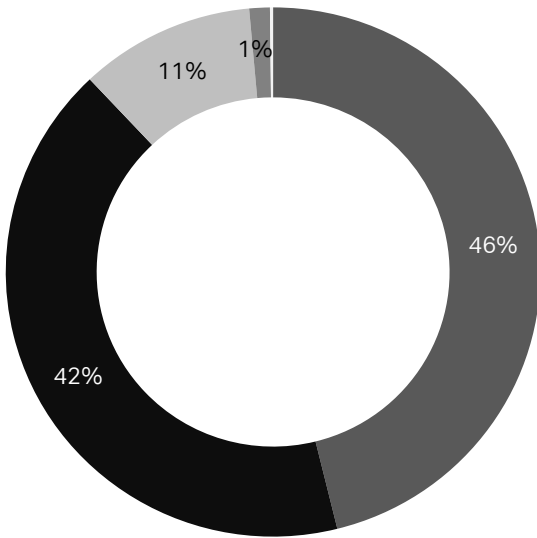


Fuente: INE

↓ **1,9%**

Fue la caída registrada en el número de empresas activas en la industria de la moda en España de 1 de enero de 2020 a 1 de enero de 2021.

**EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO**



● **SIN ASALARIADOS**

46,1%

● **DE 1 A 9**

41,8%

● **DE 10 A 49**

10,6%

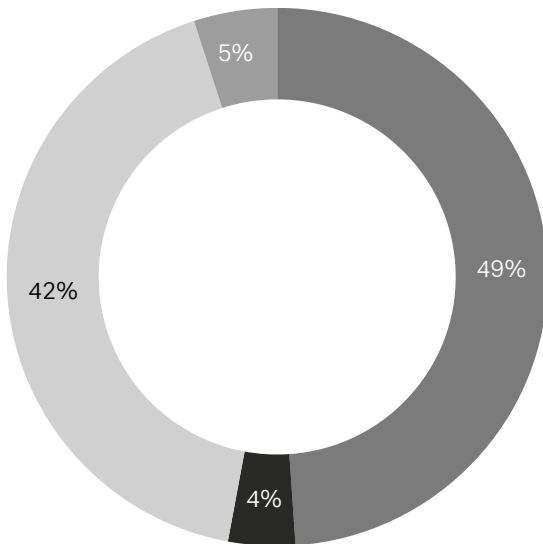
● **DE 50 A 199**

1,2%

● **DE 200 Y MÁS**

0,2%

**EMPRESAS POR FORMA JURÍDICA 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO**



● **PERSONA FÍSICA**

48,9%

● **SOCIEDAD ANÓNIMA**

4,0%

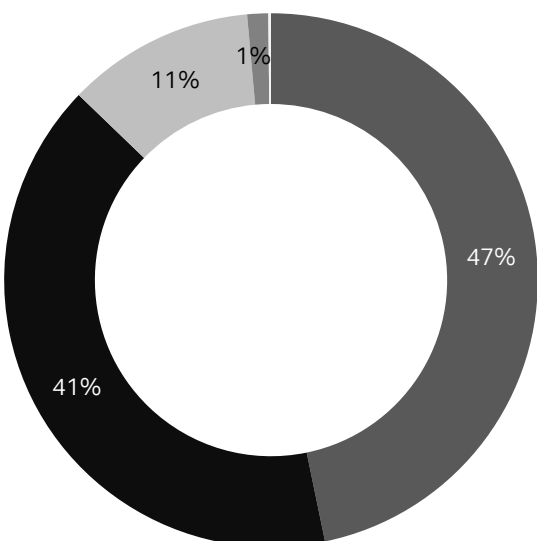
● **SOCIEDAD LIMITADA**

42,1%

● **OTROS**

5,0%

**LOCALES POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO**



● **SIN ASALARIADOS**

46,8%

● **DE 1 A 9**

40,4%

● **DE 10 A 49**

11,4%

● **DE 50 A 199**

1,3%

● **DE 200 Y MÁS**

0,2%

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

↑ 3,6%

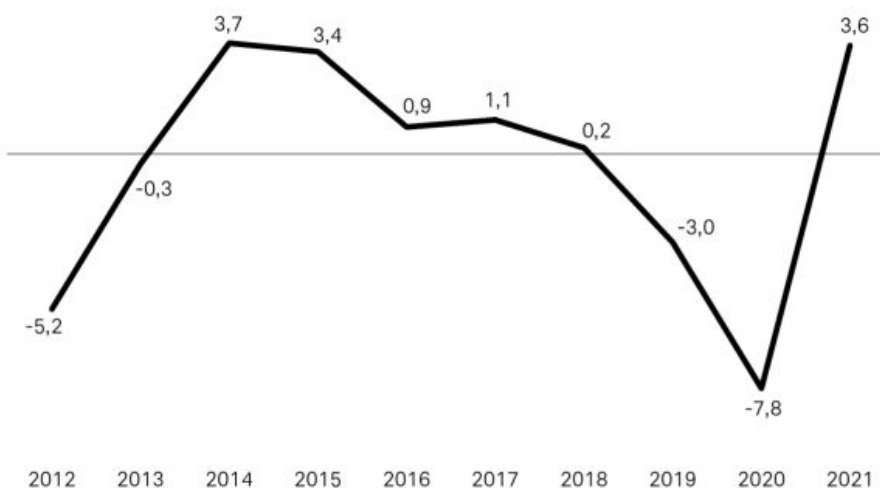
La moda experimentó en 2021 el mayor repunte en número de afiliados a la Seguridad Social desde 2014. Las últimas cifras indican un total de 131.182 trabajadores.

El empleo en la industria de la moda cerró 2021 remontando un 3,6% y rompiendo con la tendencia de caída que había empezado en 2020. En este ejercicio, marcado por el comienzo de la paulatina recuperación del sector y la reactivación del consumo, el número de afiliados a la Seguridad Social en el sector rebotó frente a 2020, pero no lo suficiente como para recuperar niveles pre-Covid. En diciembre de 2021, el número de adscritos a la Seguridad Social en los sectores textil, de confección y de cuero y calzado fue de 131.182 trabajadores, en comparación con los 126.594 afiliados de cierre de 2020. Se trata de la mayor subida anual en el número de trabajadores desde 2014, cuando esta fue de un 3,7%. Frente a 2019, la caída es del 4,5%.

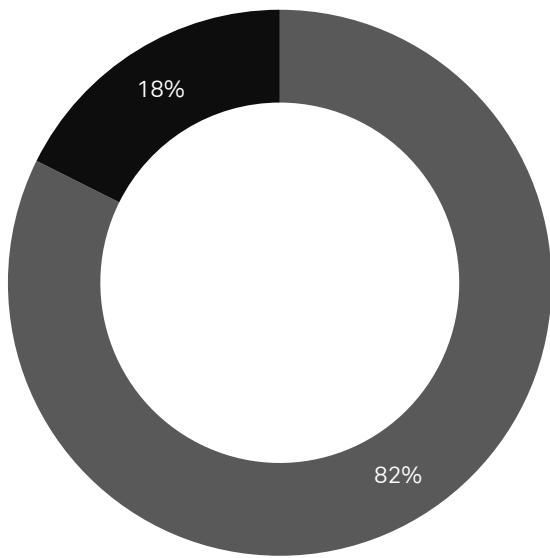
A finales de 2021, el 17,6% de los afiliados a la Seguridad Social cotizaban en el régimen de autónomos, mientras que en 2020 esta cuota era del 18%. Por lo tanto, los trabajadores por cuenta ajena representaban en 2021 el 82,4% de afiliados a los sectores del textil, confección y cuero y calzado. El peso de los gastos de personal en relación a la facturación escaló ocho enteros, hasta el 21%.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2012-2021. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje



Fuente: Seguridad Social

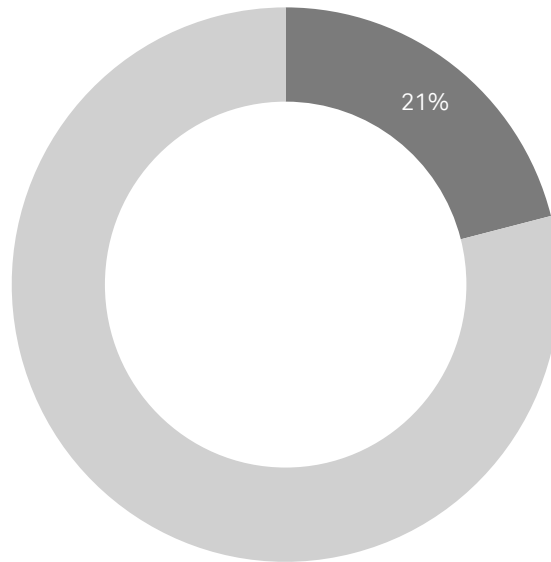


**TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO**

- RÉGIMEN GENERAL
82,4%
- AUTÓNOMOS
17,6%

Fuente: Seguridad Social

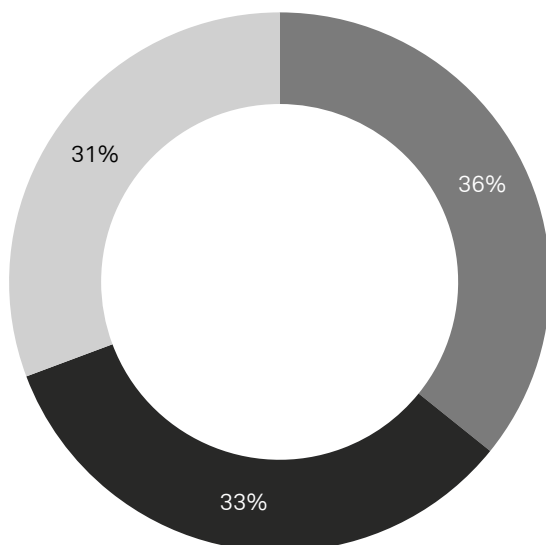
El peso de los gastos de personal sobre el conjunto de la facturación repuntó en la industria de la moda del 13% de 2019 al 21% en 2020



GASTOS DE PERSONAL SOBRE EL TOTAL 2020. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

- GASTO DE PERSONAL
21,0%

Fuente: INE



**TRABAJADORES POR SECTOR 2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO**

- TEXTIL
35,8%
- CONFECCIÓN
33,5%
- CUERO Y CALZADO
30,7%

Fuente: Seguridad Social

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

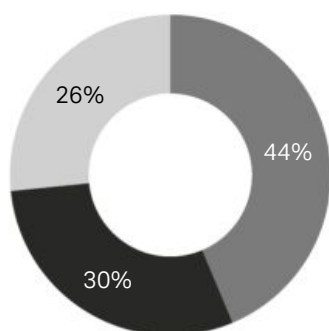
Según la estadística estructural de empresas del sector industrial, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), la industria textil copó en 2020 el 43,7% de la facturación del conjunto de la industria de la moda en España, frente al 40,7% del año anterior al estallido de la pandemia.

Por su parte, la confección se redujo del 30,4% al 29,7%, y el sector del cuero y el calzado, del 28,9% al 26,6%. La estadística estima que las subvenciones a la explotación representaron un 0,4% de la cifra de negocio, el doble de lo que pesaban en 2019, y que la venta de productos fue responsable del 91,5% de los ingresos generados

por el conjunto de la industria de la moda. En cuanto a las inversiones, el 90,5% de las empresas lo destina a activos materiales, frente el 9,5% de activos intangibles, datos idénticos a los de 2019. Por otra parte, el consumo de materias primas y el aprovisionamiento copa un 54,5% de la cifra de negocio total del sector de la moda.

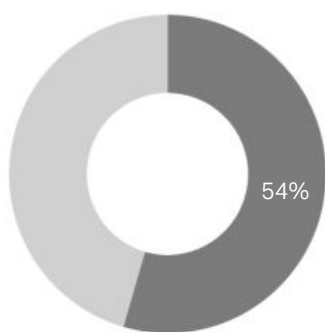
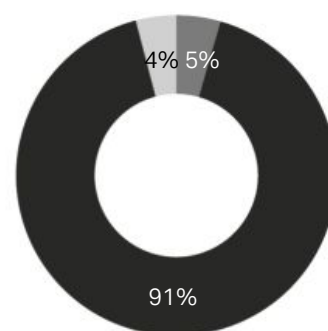
FACTURACIÓN POR SECTORES 2020. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

- TEXTIL
43,7%
- CONFECCIÓN
29,7%
- CUERO Y CALZADO
26,6%



GENERACIÓN DE INGRESOS 2020. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

- PRESTACIÓN DE SERVICIOS
4,5%
- VENTA DE PRODUCTOS
91,5%
- VENTA DE MERCANCÍAS
4,1%

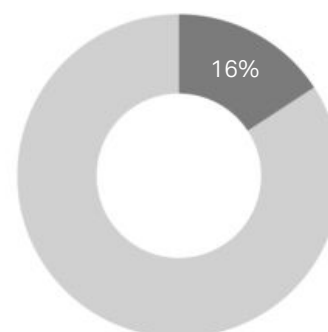


CONSUMO DE MATERIAS PRIMAS, PRODUCTOS INTERMEDIOS Y OTROS APROVISIONAMIENTOS SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2020. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

- GASTO EN COMPRA DE MERCANCÍAS
54,5%

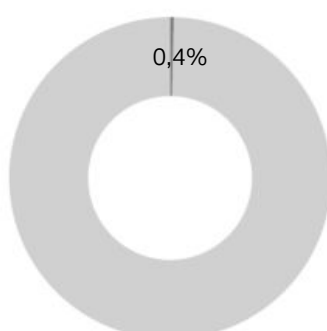
GATOS EN SERVICIOS EXTERIORES SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2020. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

- SUBCONTRATACIÓN
15,8%



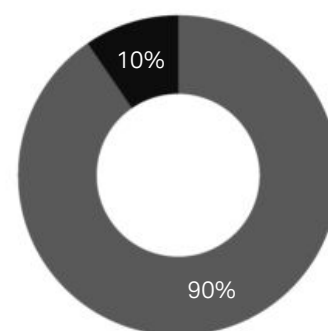
SUBVENCIONES DE EXPLOTACIÓN SOBRE EL GASTO TOTAL 2020. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

- SUBVENCIONES DE EXPLOTACIÓN
0,4%



INVERSIÓN EN ACTIVOS MATERIALES SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2020. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

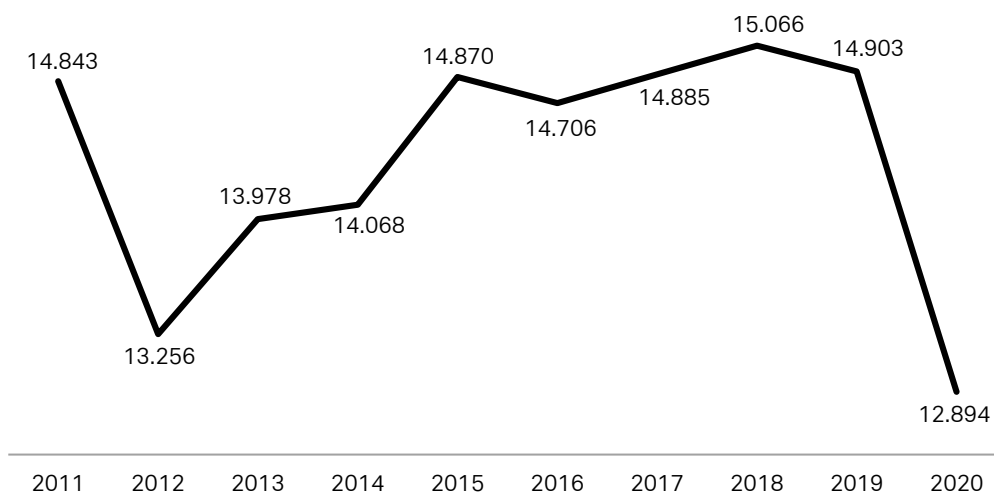
- ACTIVOS MATERIALES
90,5%
- ACTIVOS INTANGIBLES
9,5%



Fuente: INE

**CIFRA DE NEGOCIO 2011-2020.
TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO
Y CALZADO**

En millones de euros.

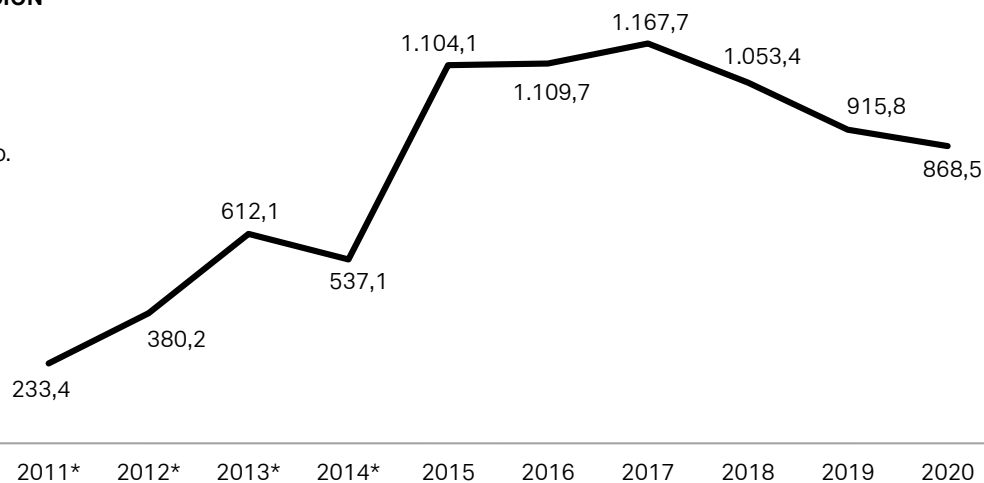


La cifra de negocio del conjunto del sector de la moda en España cayó un 13,5% a causa del estallido de la pandemia, cerrando 2020 con 12.894 millones de euros, un nuevo mínimo histórico en el siglo XXI

**EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN
2011-2020. TEXTIL, CONFECCIÓN
Y CUERO Y CALZADO**

En millones de euros.

*2011 a 2014: resultado del ejercicio.



Fuente: INE

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

Industria textil

Empresas

↑ 0,0%

A inicios de 2021, había un total de 6.435 compañías activas en el sector textil español, sólo una sociedad más que las listadas en enero de 2020.

La industria textil se mantuvo en 2020. El sector comenzó 2021 con 6.435 sociedades activas en España, sólo una empresa más de las que se contaron a comienzos de 2020. Frente a 2019, la caída del número de empresas es del 3,1%. De este modo, la industria textil española esquivó el golpe del coronavirus y logró incluso esquivar una segunda caída en el número de sociedades, al contrario de lo ocurrido en otros subsectores industriales de la moda.

En 2019, el número de empresas adscritas a la industria textil en España se había reducido

un 3,1%, la caída más pronunciada desde 2014, cuando experimentó un decrecimiento del 4,6%.

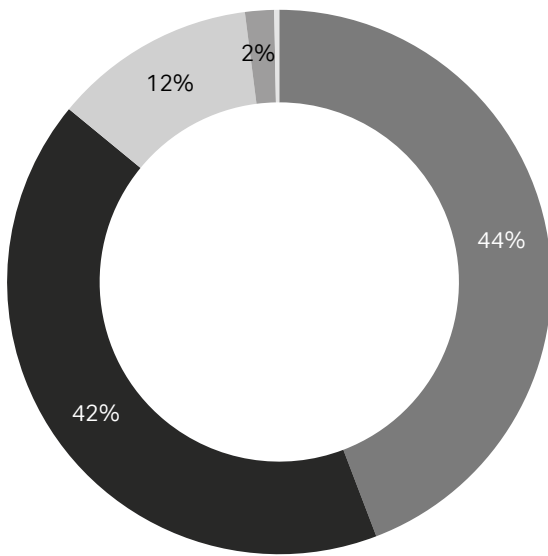
De las empresas activas en la industria textil a 1 de enero de 2021, el 44,2% corresponde a sociedades sin asalariados, con un total de 2.844 compañías. Por otro lado, 2.687 empresas textiles cuentan con de 1 a 9 asalariados, el 41,8% del total. Un 0,3% de ellas, 19 compañías, emplean a, por lo menos, doscientos asalariados. Esta es la misma cifra que la registrada en el arranque de 2020. Las empresas con entre 10 y 49 asalariados pasaron de 791 y 774, reduciéndose

en un 2,1% frente al año anterior.

En cuanto a la distribución de sociedades por subsectores, la fabricación de otros productos textiles se mantuvo como líder de la industria, copando el 74,9% del tejido industrial, con 4.822 sociedades. Le sigue el acabado de textiles, con el 13,3% de las empresas, hasta 859 compañías. A continuación, se encuentran la fabricación de tejidos textiles, con un peso del 6,2% sobre la industria, con un total de 397 sociedades, y la preparación e hilado de fibras textiles, con un 5,5%, hasta 357 compañías.

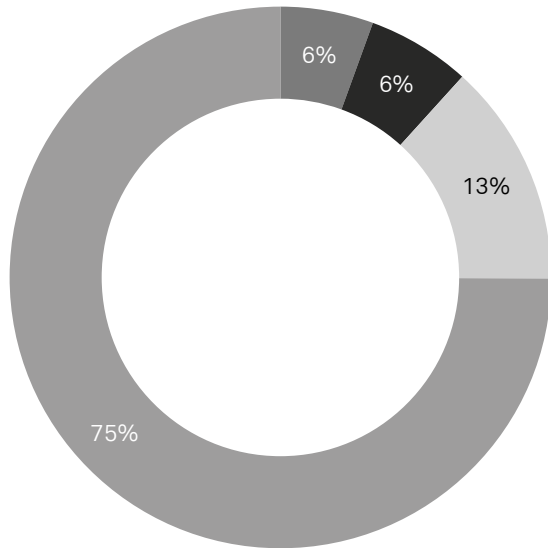
El 74,9% de las empresas textiles españolas se dedica a la fabricación de otros productos textiles. Preparación e hilado de fibras textiles copa un 5,5%, fabricación de tejidos textiles, un 6,2% y acabado de textiles, un 13,3%

**EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2021.
INDUSTRIA TEXTIL**



- SIN ASALARIADOS
44,2%
- DE 1 A 9
41,8%
- DE 10 A 49
12,0%
- DE 50 A 199
1,7%
- DE 200 Y MÁS
0,3%

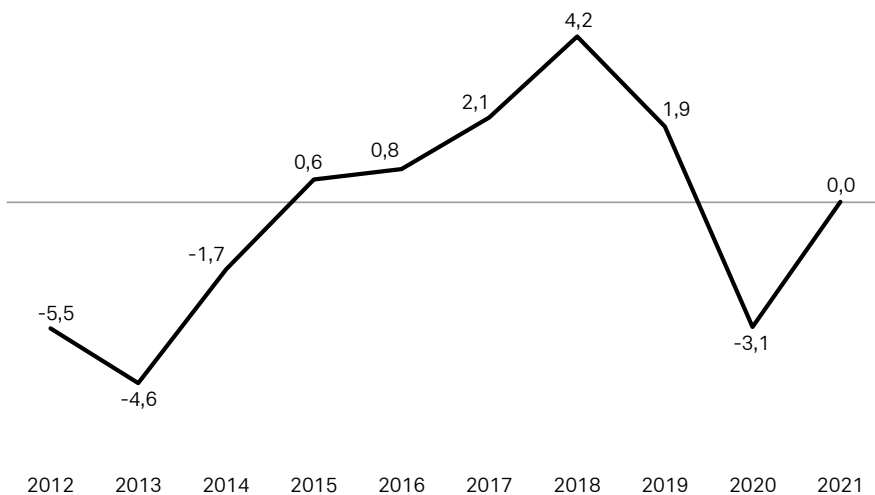
**EMPRESAS POR SUBSECTORES 2021.
INDUSTRIA TEXTIL**



- PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS TEXTILES
5,5%
- FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES
6,2%
- ACABADO DE TEXTILES
13,3%
- FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES
74,9%

**EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2012-2021.
INDUSTRIA TEXTIL**

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

Industria textil

Empleo

En 2021, el número de empleados de la industria textil repuntó un 1,8% después de dos años seguidos de decrecimiento al 1,1%. En diciembre de 2021 se contabilizaron 46.959 trabajadores en el sector, lo que supone una subida del 0,6% respecto a niveles de 2019. La destrucción de empleo de 2020 se contuvo en parte por la aplicación de los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (Ertes), cuyos trabajadores afectados seguían contando como empleados en activo en los datos de la Seguridad Social. Con la subida de 2021, la industria textil regresa a su ritmo de crecimiento habitual en los años previos al estallido de la pandemia. Desde 2017, año en el que experimentó una bajada del 2,6%, y hasta 2019, el empleo en la industria textil había crecido de manera constante.

La cuota de autónomos en el textil se mantuvo estable, manteniéndose en el 12,9% del total, con una cifra de 6.061 personas afiliadas.

En cuanto a los gastos de personal sobre la cifra de negocio, estos sumaban un 21,1% en diciembre de 2020 y pasaron a un 20,8% de la cuota en 2021.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

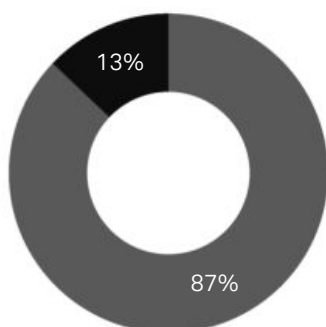
Variación anual. En porcentaje



Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2021. INDUSTRIA TEXTIL

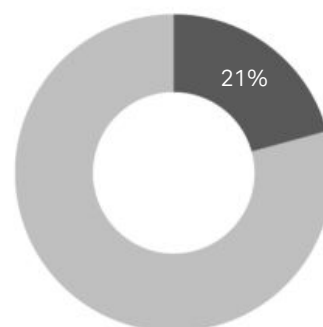
- RÉGIMEN GENERAL
87,1%
- AUTÓNOMOS
12,9%



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2020. INDUSTRIA TEXTIL

- GASTOS DE PERSONAL
20,8%



Fuente: INE

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

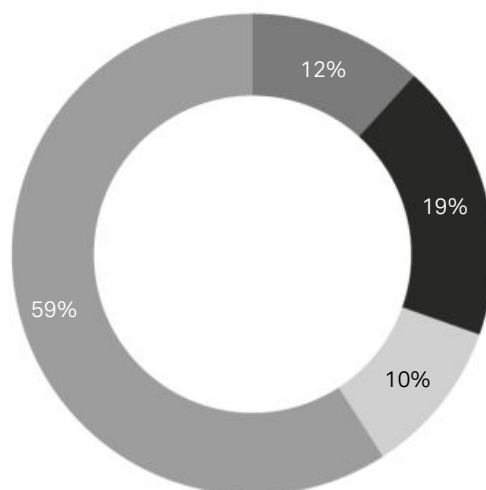
Industria textil

Negocio

La facturación del sector textil en España retrocedió moderadamente en el año de la llegada de la pandemia del Covid-19. Si en 2019, las empresas textiles españolas facturaron hasta 6.063 millones de euros, esta cifra bajó a 5.631 millones en 2020, lo que significa una caída del 7,1%, la mayor desde 2009, cuando la facturación de la industria textil se desplomó un 21,3%, hasta 4.933 millones de euros.

El resultado de explotación tuvo una bajada más acusada, pasando de 500,6 millones de euros en 2019 a 445,6 millones en 2020, lo que significa una caída de casi un 11%.

Por subsectores, la fabricación de otros productos textiles se mantuvo como el más importante en la industria textil, llegando a facturar 3.328,4 millones de euros y representando un 59,1% del total en 2020.

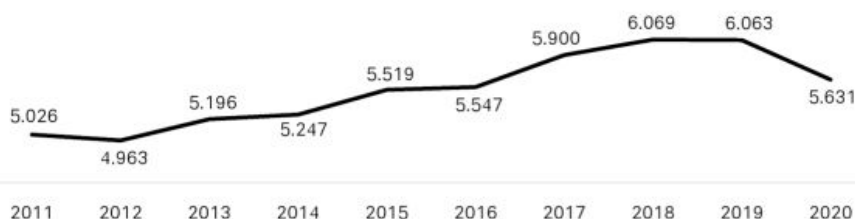


FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2020. INDUSTRIA TEXTIL

- FABRICACIÓN E HILADO DE FIBRAS 11,7%
- FABRICACIÓN DE TEJIDOS 18,7%
- ACABADO DE TEXTILES 10,5%
- FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES 59,1%

CIFRA DE NEGOCIO 2011-2020. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros.

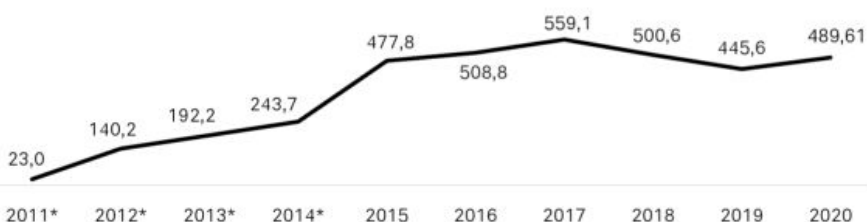


EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2011-2020. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros.

*2011 a 2014:

Resultado del ejercicio.



Fuente: INE

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

Confección

Empresas

↓ 1,4%

Es la caída en el número de empresas del sector de la confección del 1 de enero de 2020 al 1 de enero de 2021.

A 1 de enero de 2021, el número de empresas del sector de la confección presentó una caída anual del 1,4%, la primera desde 2014, cuando descendió un 3,4%. A 1 de enero de 2020, el número de sociedades dedicadas a la confección textil se había incrementado un 0,2%, tras la subida del 2% del año anterior.

En concreto, el sector sumaba 9.089 compañías del sector de la confección a 1 de enero de 2021, 132 sociedades menos que doce meses antes. Frente a 2019, la diferencia es de 117 empresas. Desde las 8.647 compañías que

conformaban el mínimo de 2014, el sector ha llegado a recuperar hasta 442 empresas. En 2021, la mayoría de las sociedades no contaban con trabajadores asalariados, representando el 52% de las empresas en el sector de la confección, una tasa muy parecida a la de 2020, cuando significaba el 51,4% de las empresas.

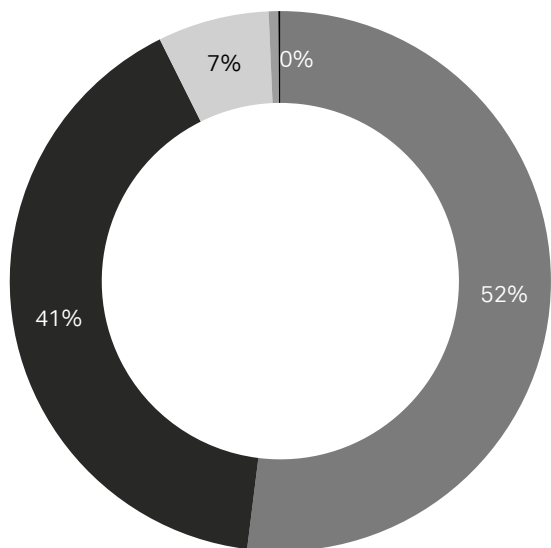
Las compañías de entre 1 y 9 empleados les siguen con una cuota del 40,7%, frente al 40,5% del año anterior, por lo que ambos estratos no presentaron ningún cambio importante con respecto al 2020. Las empresas con una cifra de

empleados igual o superior a 200 sólo eran once a inicios de 2021, es decir, sólo un 0,1% del total, el mismo porcentaje que en 2020.

Por subsectores, el líder indiscutible de la confección es el de la confección de prendas de vestir, con hasta un 93,5% de las empresas censadas, el mismo porcentaje que en 2020. Por su parte, la fabricación de artículos de peletería representa un 1,3% de las empresas de la confección y la confección de prendas de vestir de punto, el 5,2% de la cuota, englobando a hasta 473 sociedades.

El 93,5% de las empresas de confección en España están dedicadas a la confección de prendas de vestir. El siguiente subsector es el de la confección de prendas de punto, con un 5,2% de las empresas

**EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2021.
CONFECCIÓN**



● **SIN ASALARIADOS**

52,0%

● **DE 1 A 9**

40,7%

● **DE 10 A 49**

6,7%

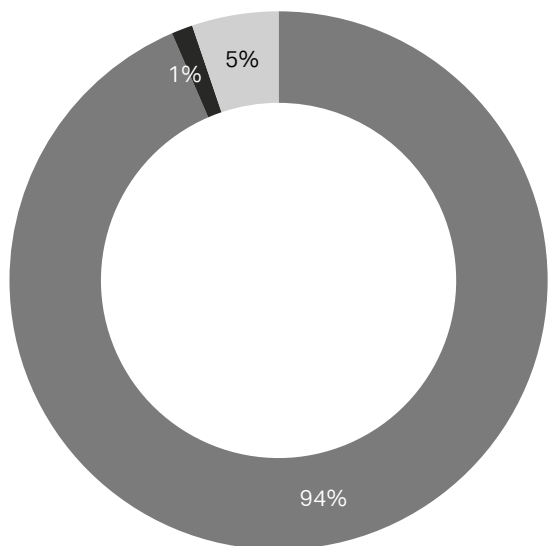
● **DE 50 A 199**

0,6%

● **DE 200 Y MÁS**

0,1%

**EMPRESAS POR SUBSECTORES 2021.
CONFECCIÓN**



● **CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR**

93,5%

● **FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA**

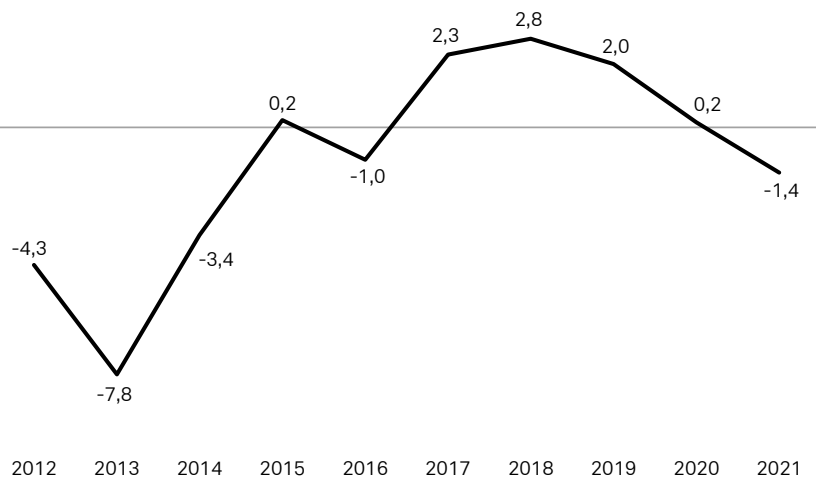
1,3%

● **CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO**

5,2%

**EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS 2012-2021.
CONFECCIÓN**

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

Confección

Empleo

Cuarto año consecutivo de bajada en el número de trabajadores del sector de la confección en España. En 2021, la caída fue de un leve 0,8%, hasta los 43.945 afiliados a la Seguridad Social, en comparación con los 44.281 ocupados en la industria de la confección en 2020. Desde 2018, el número de afiliados en el sector de la confección ha acabado cada año con decrecimiento. Aun así, no ha llegado a los niveles de declive experimentados en 2013, año en el que bajó hasta un 8,4%. Frente a 2019, la caída es del 6,9%.

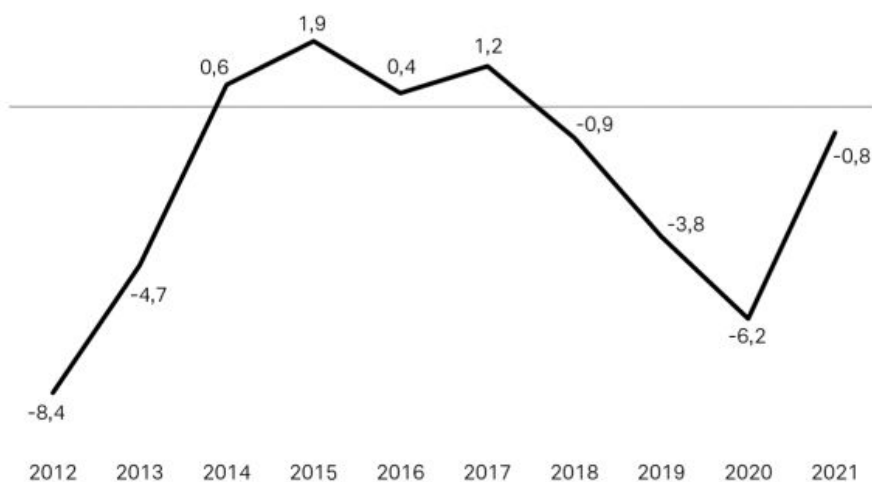
Hasta el 71,6% de los trabajadores afiliados al sector de la confección lo están en el régimen general. Por el contrario, el 27,8% son autónomos.

Los autónomos ganaron importancia sobre el total de trabajadores de la confección en 2021 por segundo año consecutivo, con una subida de 0,6 puntos en su peso sobre el total.

Respecto a los gastos de personal, los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) indican que supusieron un 20,6% de la cifra de facturación del sector de la confección en 2020.

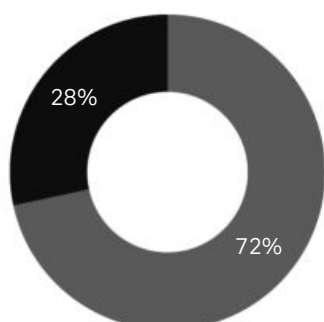
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2012-2021. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.



TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2021. CONFECCIÓN

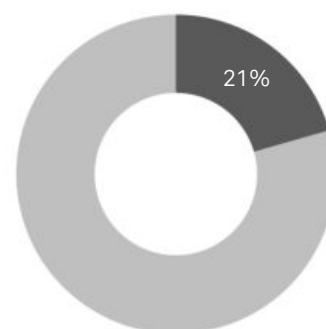
- RÉGIMEN GENERAL
71,6%
- AUTÓNOMOS
28,4%



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2020. CONFECCIÓN

- GASTOS DE PERSONAL
20,6%



Fuente: INE

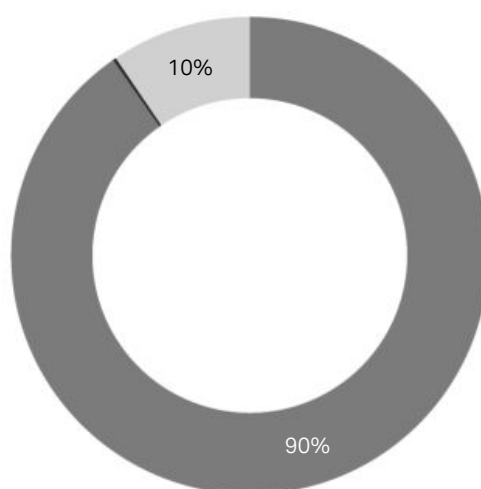
EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

Confección

Negocio

La facturación conjunta de las empresas del sector de la confección se desplomó un 15,4% en 2020, alcanzando su bajada máxima desde 2012, en plena crisis, y cerrando el año con una cifra de 3.834 millones de euros, un mínimo histórico. Frente a 2018, la facturación conjunta de las compañías españolas de confección se ha reducido un 15,3%.

Por otra parte, el resultado de explotación agregado de las empresas de confección volvió a bajar, situándose en 183,1 millones de euros en 2020, un 9,5% menos que en 2019. Por subsectores, el mayor peso lo reunió la confección de prendas de vestir, con un 90,3% sobre el total, frente al 89,7% de 2019. El siguiente segmento con más facturación en 2020 fue el de la fabricación de artículos de peletería, con un 9,5% y, finalmente, el 0,2% de la cifra de negocio correspondió a la confección.



FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2020. CONFECCIÓN

- CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR
90,3%
- CONFECCIÓN DE PRENDAS DE PUNTO
0,2%
- FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA
9,5%

CIFRA DE NEGOCIO 2011-2020. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.



EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2011-2020. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.

*2011 a 2024: Resultado del ejercicio.



Fuente: INE

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

Cuero y calzado

Empresas



↓ 5,5%

Es el descenso registrado hasta 1 de enero de 2021 en el número de empresas de cuero y calzado, lo que supone la mayor caída en diez años.

Descenso importante en el sector del cuero y el calzado en términos de creación de empresas. A inicios de 2021, la industria contaba con sólo 4.205 empresas activas en España, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). El decrecimiento, en comparación con las 4.451 empresas de 2020, fue de un 5,5%: la bajada más marcada de la última década.

El número de empresas en la industria del cuero y el calzado en España se caracteriza por haber presentado una evolución irregular durante

los últimos diez años. En 2015, tras años en negativo, el sector elevó hasta un 3% el número de empresas para volver a presentar cifras negativas en 2016 y 2017. En 2018 la tendencia volvió a cambiar con un 0,7% más de compañías, para volver a hacerlo en 2019, con un descenso del 1,9% en el número de sociedades activas.

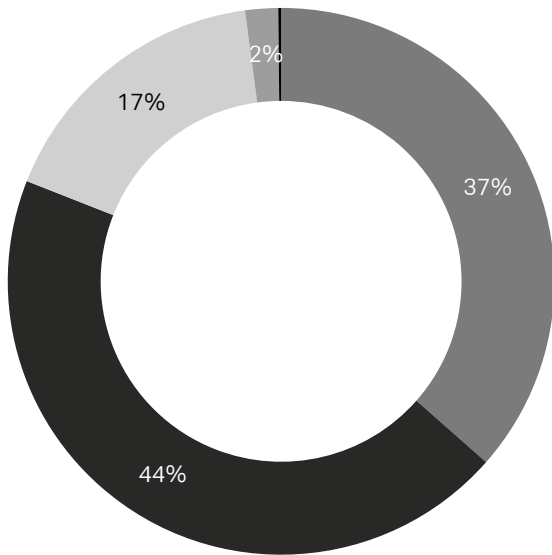
En el arranque de 2021, se contó en España una empresa menos de cuero y calzado con plantilla de 200 o más trabajadores, hasta sólo siete sociedades activas en España. En cambio,

las empresas de entre 1 y 9 empleados pasaron de 1.861 sociedades en 2020 a 1.870 compañías en 2021.

Las compañías con entre 10 y 49 trabajadores bajaron hasta 711 en 2021, en contraste con las 879 que eran en 2020. Las sociedades sin asalariados mantienen el 36,5% del tejido industrial, con 1.535 compañías. En cuanto a subsectores, el 72,3% de empresas se dedican a la fabricación de calzado, 3.042 compañías, y el porcentaje restante corresponde a la industria del cuero.

Las empresas de la industria del cuero comenzaron 2021 con un peso del 27,7% sobre el tejido industrial del cuero y calzado español. El porcentaje restante corresponde al calzado

**EMPRESAS POR ESTRATO DE ASALARIADOS 2021.
CUERO Y CALZADO**



● **SIN ASALARIADOS**

36,5%

● **DE 1 A 9**

44,5%

● **DE 10 A 49**

16,9%

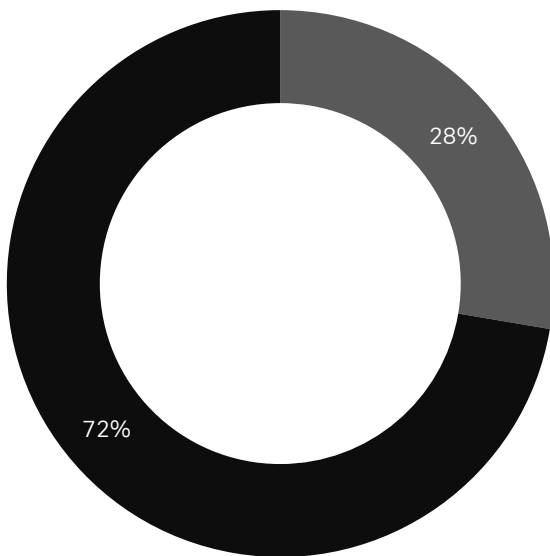
● **DE 50 A 199**

2,0%

● **DE 200 Y MÁS**

0,2%

**EMPRESAS POR SUBSECTORES 2021.
CUERO Y CALZADO**



● **INDUSTRIA DEL CUERO**

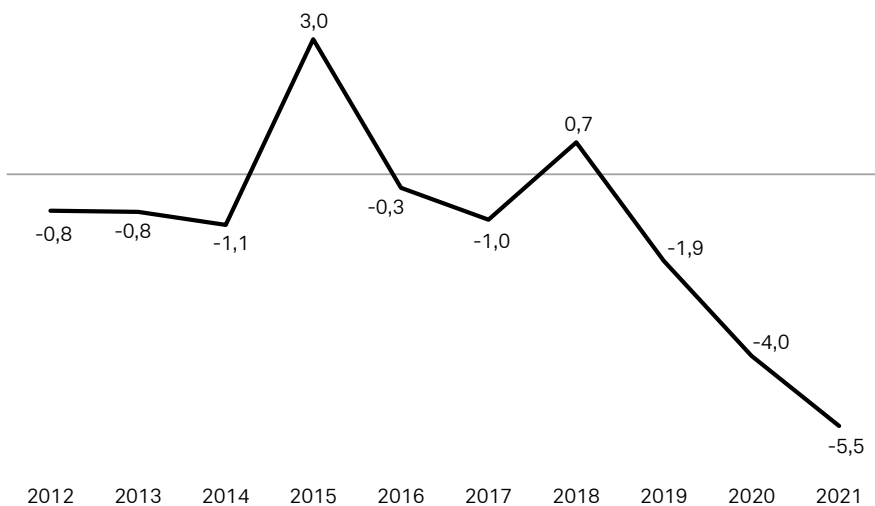
27,7%

● **FABRICACIÓN DE CALZADO**

72,3%

**EVOLUCIÓN DEL NÚMERO
DE EMPRESAS. 2012-2021.
CUERO Y CALZADO**

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

Cuero y calzado

Empleo

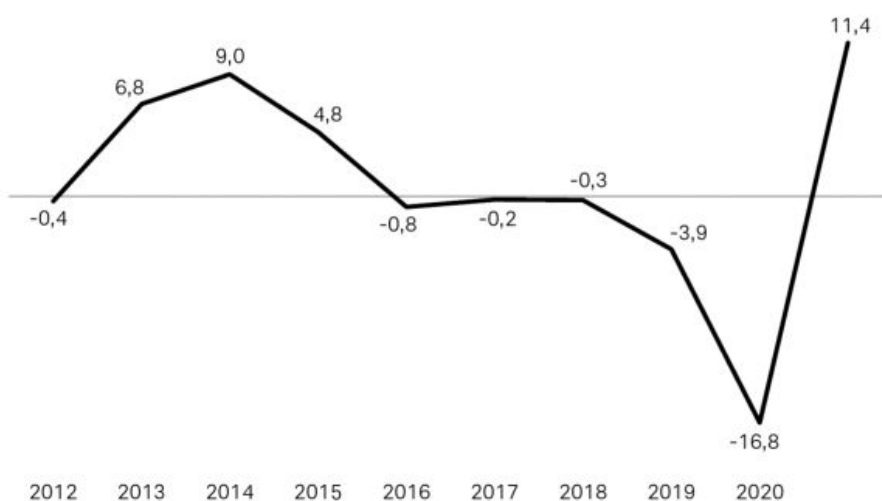
Remontada del empleo en la industria del cuero y el calzado: en diciembre de 2021, el sector contaba con un 11,4% más de trabajadores que un año antes, según los datos de la Seguridad Social. En 2020, el sector contaba con 36.163 filiados y en 2021 esta cifra pasó a 40.277 trabajadores, es decir, 4.114 más. Frente a 2019, aún son 3.177 empleados menos.

La subida del empleo en el sector del cuero y el calzado en 2021 es con diferencia el mayor de los últimos veinte años. La única cifra que se acerca es la de 2014, cuando el número de afiliados al cuero y el calzado escaló un 9%, dejando atrás la crisis. En 2016, el calzado inició una tendencia a la pérdida de empleo, aunque de forma moderada, hasta que, en 2019, la cifra de trabajadores se redujo un 3,9%. En 2020, el desplome fue del 16,8%: el Covid-19 afectó especialmente a este segmento de la industria de la moda, acelerando la pérdida de puestos de trabajo.

La subida en 2021 se concentró en los afiliados en régimen general: si estos trabajadores eran 31.501 en 2020, en 2021 la cifra se disparó a 35.681, el 88,6% del total.

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE TRABAJADORES 2012-2021. CUERO Y CALZADO

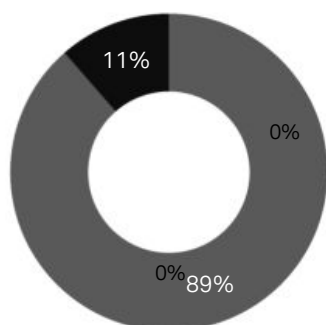
Variación anual. En porcentaje.



Fuente: Seguridad Social

TRABAJADORES POR AFILIACIÓN 2021. CUERO Y CALZADO

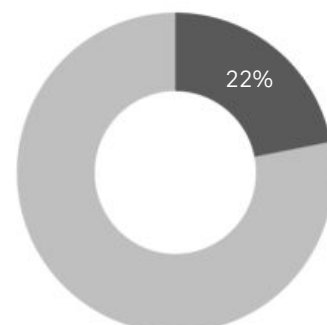
- RÉGIMEN GENERAL
88,6%
- AUTÓNOMOS
11,4%



Fuente: Seguridad Social

GASTOS DE PERSONAL SOBRE LA CIFRA DE NEGOCIO 2020. CUERO Y CALZADO

- GASTOS DE PERSONAL
21,9%



Fuente: INE

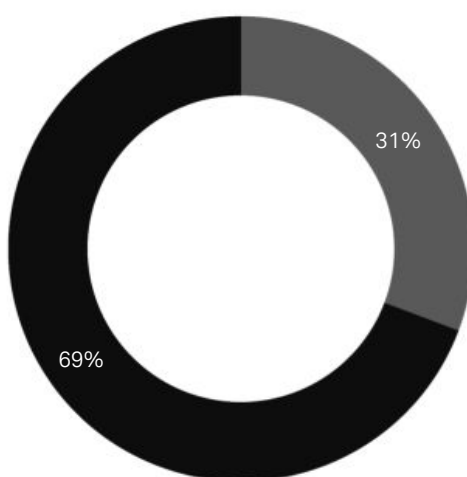
EMPRESAS, EMPLEO Y NEGOCIO

Cuero y calzado

Negocio

La cifra de negocio agregada de la industria del cuero y el calzado cayó un 20,4% en 2020, hasta 3.429 millones de euros, después de que en 2019 hubiera registrado una bajada del 3,7%, hasta 4.307 millones de euros, según revela la última edición de la Estadística Estructural de Empresas del sector industrial del Instituto Nacional de Estadística (INE).

En cuanto al resultado de explotación, el sector cerró 2020 con 195,8 millones de euros, lo que representa una caída del 26,9% en relación al año anterior. Se trata del tercer descenso consecutivo y la cifra absoluta más baja desde 2013. La fabricación de calzado concentró el 69,3% de la cifra de negocio en 2020, mientras que el 30,7% restante fue para la fabricación de cueros, pieles y derivados.

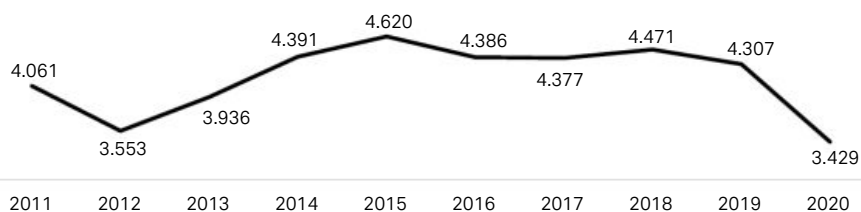


FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2020. CUERO Y CALZADO

- INDUSTRIA DEL CUERO
30,7%
- FABRICACIÓN DE CALZADO
69,3%

CIFRA DE NEGOCIO 2011-2020. CUERO Y CALZADO

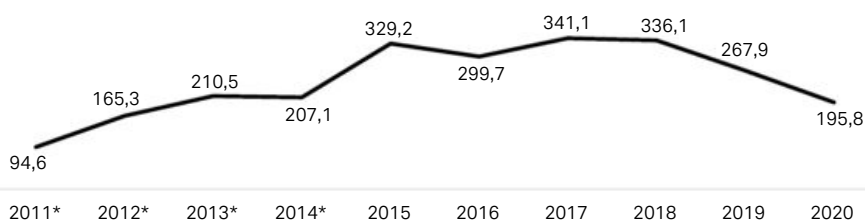
Variación anual. En porcentaje.



EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN 2011-2020. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.

*2011 a 2024: Resultado del ejercicio.



Fuente: INE

ACTIVIDAD

Producción industrial Industria textil

La actividad industrial en el textil rompió con su tendencia a la baja en 2021. El Índice de Producción Industrial (IPI) del sector registró un crecimiento del 8,8% en el año, tras la caída del 8% del año precedente, la bajada del 5,1% de 2019 y la reducción del 1,9% de 2018, según recogen los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

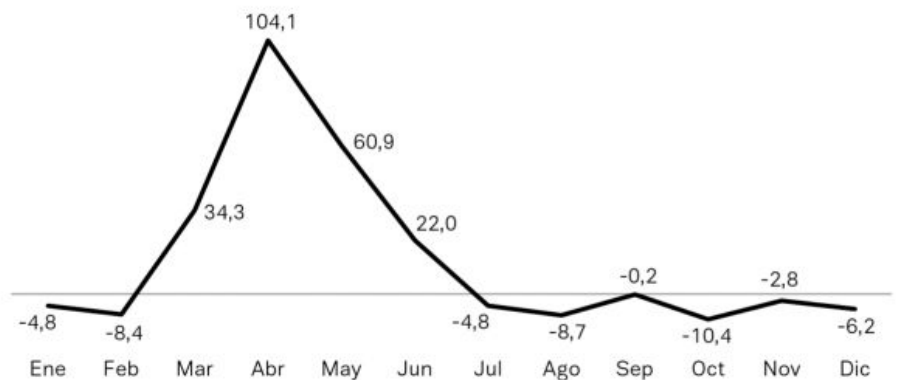
No obstante, la producción fue a la baja durante la segunda mitad del ejercicio después de dispararse en marzo, abril, mayo y junio a causa de la base comparable. En enero, el IPI de la industria textil se redujo un 4,8% y le siguió una segunda bajada en febrero del 8,4%. En marzo, llegó la remontada con una subida del 34,3%, seguida de un crecimiento del 104,1% en abril. En mayo, el IPI del textil se incrementó un 60,9% y, en junio, saltó otro 22%. A partir de julio, son todo bajadas: en el séptimo mes, el IPI cayó un 4,8%; en agosto, se agravó la caída con un descenso del 8,7%; en septiembre, se vuelve a moderar la bajada con un leve descenso del 0,2%; en octubre, la caída fue del 10,4%; en noviembre, del 2,8% y, en diciembre, la actividad industrial del textil cayó otro 6,2%.

Por subsectores, la fabricación de tejidos textiles cerró 2021 con un alza del 10,1% en la actividad industrial. La actividad en preparación e hilado de fibras escaló un 23,9%; el acabado de textiles, un 11,3%, y la fabricación de otros productos textiles, un 4,5%.

Todos los segmentos subieron su actividad a doble dígito excepto la fabricación de otros productos textiles

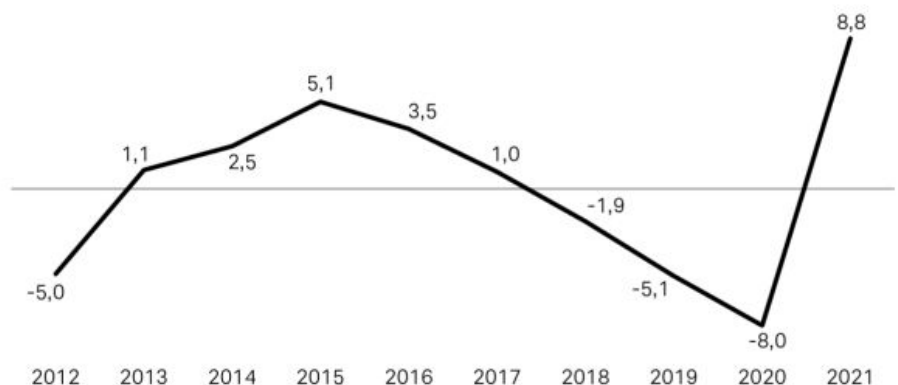
IPI 2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje.



IPI 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

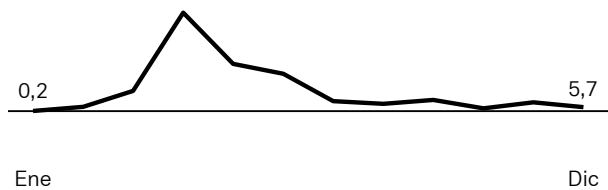
Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

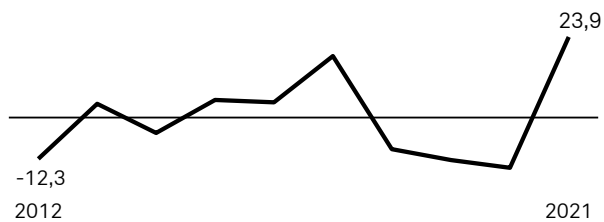
IPI 2021. PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS

Variación anual. En porcentaje.



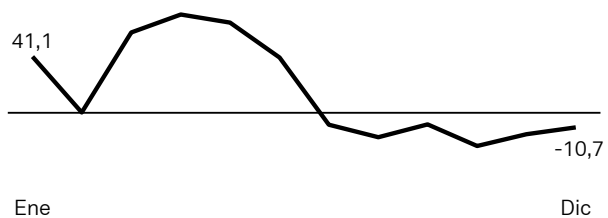
IPI 2012-2021. PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS

Variación anual. En porcentaje.



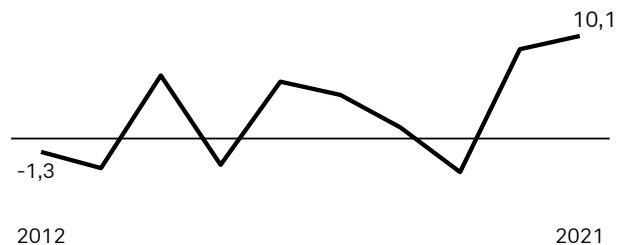
IPI 2021. FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES

Variación anual. En porcentaje.



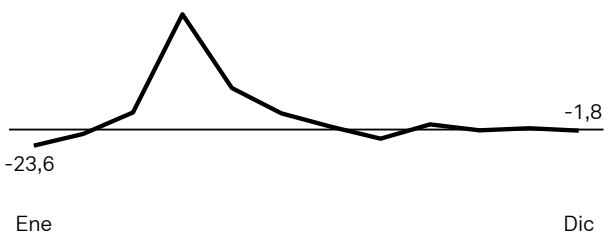
IPI 2012-2021. FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES

Variación anual. En porcentaje.



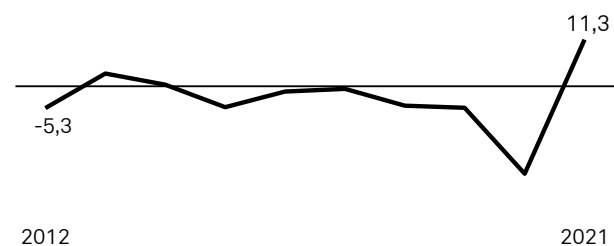
IPI 2021. ACABADO DE TEXTILES

Variación anual. En porcentaje.



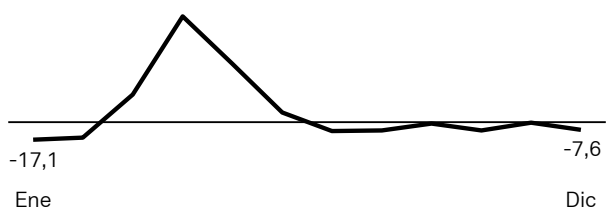
IPI 2012-2021. ACABADO DE TEXTILES

Variación anual. En porcentaje.



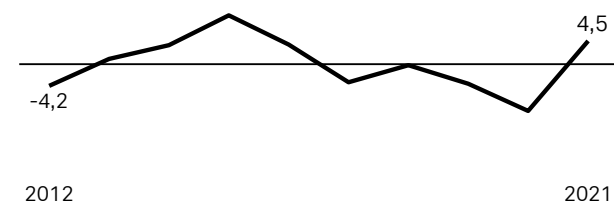
IPI 2021. FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES

Variación anual. En porcentaje.



IPI 2012-2021. FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

ACTIVIDAD

Producción industrial Confección

La industria de la confección registró en 2021 una remontada histórica del 27,3% en la producción como consecuencia de la base comparable a causa del impacto del Covid-19. Fue, además, la primera subida anual después de tres caídas consecutivas en el Índice de Producción Industrial (IPI) del sector, que descendió un 4,3% en 2018, un 0,4% en 2019 y un 26,3% en 2020. Tras empezar el año en negativo y seguir cayendo en febrero, la producción del sector registró una subida del 38,7% en marzo y cuadruplicó su producción en abril. En mayo y junio se registraron subidas del 196,4% y del 75,6%, respectivamente, pero el crecimiento se moderó en julio con un salto del 3,9%. El IPI se mantuvo en positivo hasta el cierre del año: en agosto aumentó un 32,9% en comparación con el mismo mes del ejercicio 2020; en septiembre escaló un 6,3%; en octubre dio un salto del 26%; en noviembre creció un 27,1% y cerró el año con un incremento interanual del 23,3%.

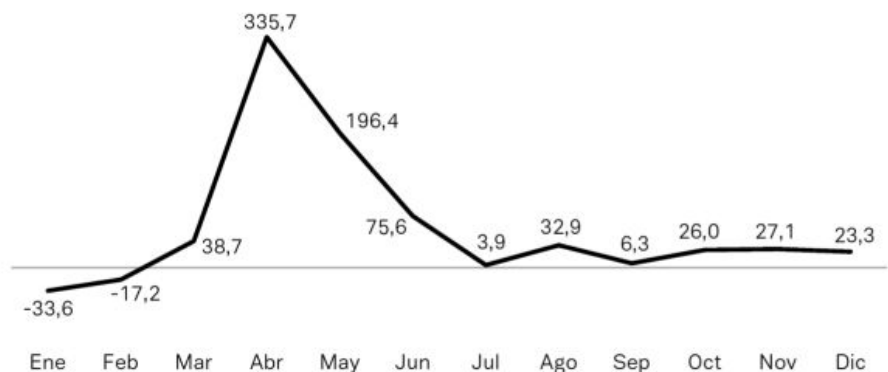
En cuanto a los subsectores de la industria de la confección, la confección de prendas de vestir remontó un 27,6% en 2021. El sector de la confección de prendas de vestir de punto, que llevaba cuatro años consecutivos a la baja, la subida en el IPI fue del 22,3% en 2021.

El INE no revela datos sobre la evolución de la actividad del sector de la fabricación de artículos de peletería desde 2013.

La industria de la confección disparó su producción un 27,3% en 2021 tras registrar subidas récord en abril y mayo

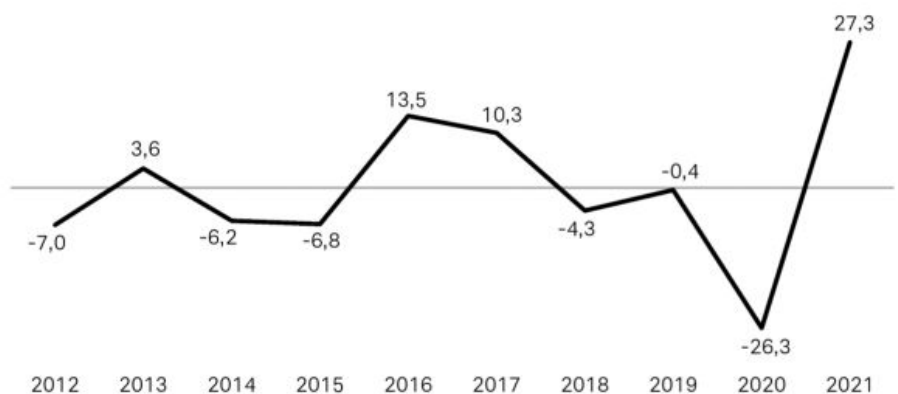
IPI 2021. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.



IPI 2012-2021. CONFECCIÓN

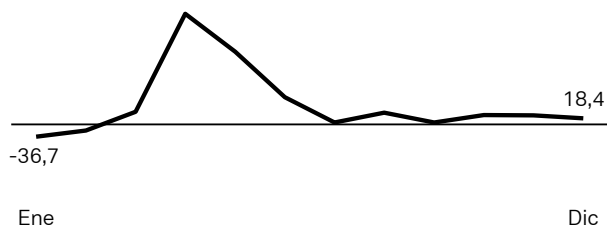
Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

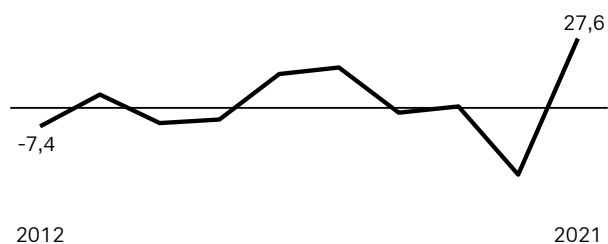
IPI 2021. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

Variación anual. En porcentaje.



IPI 2012-2021. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR

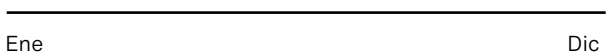
Variación anual. En porcentaje.



La excepcional base comparable marcó en 2021 la evolución del Índice de Producción Industrial (IPI) de la confección, con subidas récord en marzo, abril, mayo y junio que llegaron a cifras de triple dígito

IPI 2021. FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA

Datos no disponibles por secreto estadístico.



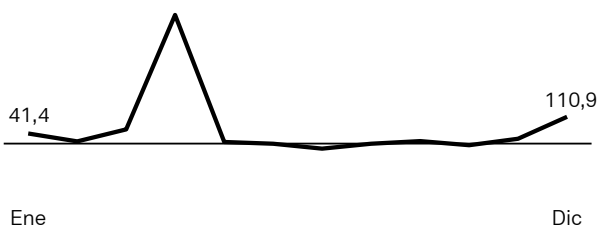
IPI 2012-2021. FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA

Datos de 2013 a 2021 no disponibles por secreto estadístico. Variación anual. En porcentaje.



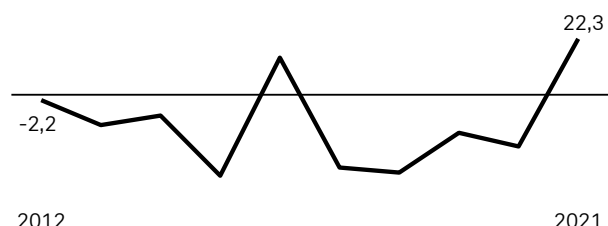
IPI 2021. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO

Variación anual. En porcentaje.



IPI 2012-2021. CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

ACTIVIDAD

Producción industrial

Cuero y calzado

El Índice de Producción Industrial (IPI) del sector del cuero y el calzado experimentó una subida del 10,8% en 2021. Desde 2016, el sector arrastraba una racha de cinco años de decrecimiento que comenzaba a perder fuerza en 2019, pero el año del estallido de la pandemia volvió a desencadenar una caída anual del 28,1%.

Tras comenzar 2021 con fuertes caídas interanuales, el IPI del cuero y el calzado remontó un 14,9% en marzo se disparó un 200,3% en abril. En mayo, la actividad del sector siguió con su tendencia de recuperación y remontó un 20,1%, seguido de junio, con un alza del 28,9%, y julio, con un salto más moderado del 3,5%. En junio, la evolución fue prácticamente nula y el IPI escaló un 0,8%; en septiembre, dio un salto del 20,2%; en octubre, aumentó un 14% y siguió al alza con un crecimiento interanual del 26,9% en noviembre, acabando el año con una subida del 25,4% en el decimosegundo mes.

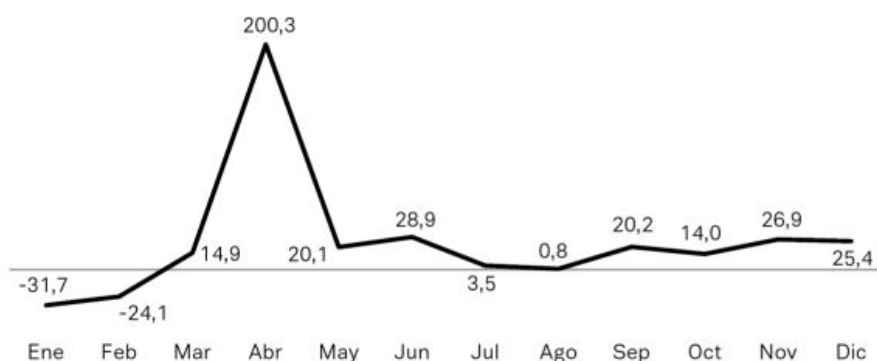
Por subsectores, la actividad de la industria del cuero experimentó en 2021 una subida del 10,5%, después de desplomarse un 24,3% en 2020. El año de la pandemia rompió con una racha de tres años seguidos de crecimiento.

La actividad de la industria del calzado comenzó 2021 con una subida media del 10,9% y rompió una racha de un lustro de caídas en la industria española. En abril, el sector español del calzado disparó su actividad un 229,6%, batiendo su récord de crecimiento interanual.

La actividad del subsector del cuero y el calzado experimentó una subida del 10,8% en 2021 en España.

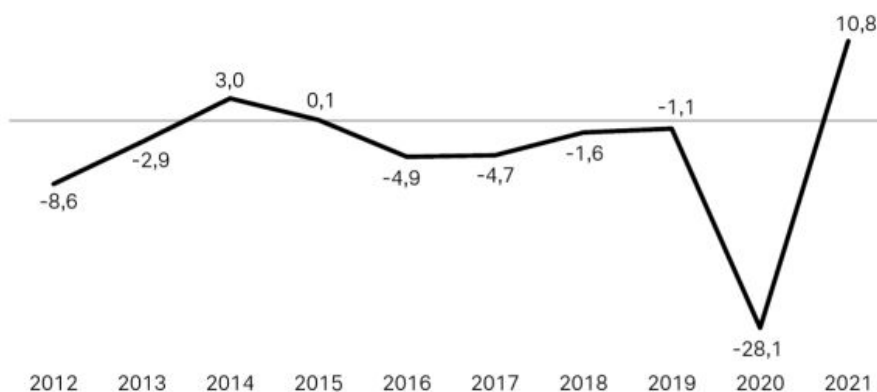
IPI 2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



IPI 2012-2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.

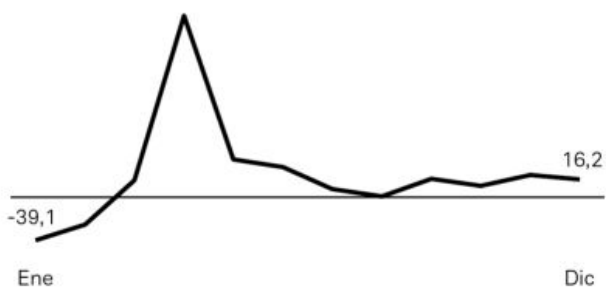


Fuente: INE

La actividad en la industria del cuero y el calzado se triplicó en abril, que había sido el mes más crítico en términos de producción industrial en el sector en el año del estallido de la pandemia

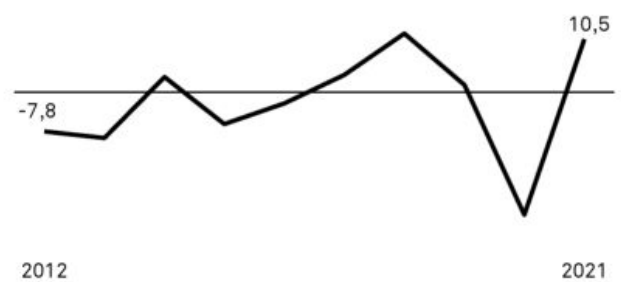
IPI 2021. INDUSTRIA DEL CUERO

Variación anual. En porcentaje.



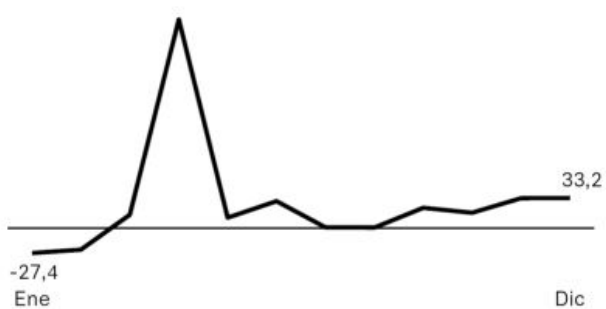
IPI 2012-2021. INDUSTRIA DEL CUERO

Variación anual. En porcentaje.



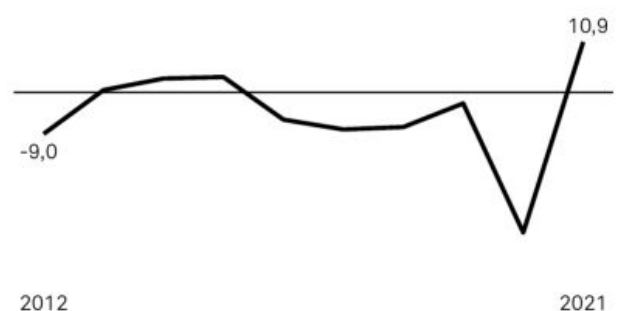
IPI 2021. FABRICACIÓN DE CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



IPI 2012-2021. FABRICACIÓN DE CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

ACTIVIDAD

Cifra de negocio

Industria textil

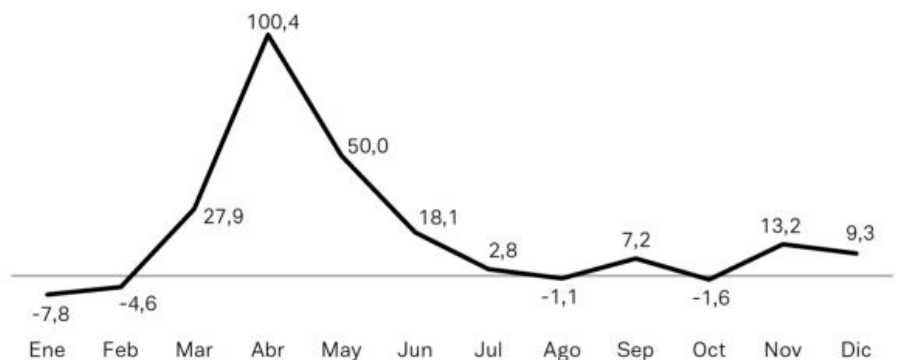
El Índice de Cifra de Negocios (ICN) del sector textil español volvió a remontar en 2021 tras dos años seguidos de caídas. Si en 2019 la facturación del sector había descendido un 3,5% y, en 2020, había retrocedido un 8,6%, en 2021 la subida fue del 13,7%. Este es el mayor incremento de la facturación de la industria textil desde 2008, cuando esta subió un 16,6%. La caída experimentada por el ICN de la industria textil en 2020 fue la más marcada de la última década, por delante incluso del 6,2% de cifra de negocio que perdió en 2013.

Por meses, marzo, abril y mayo fueron los mejores de 2021 para la industria textil en España, con grandes subidas en su cifra de negocio: una del 27,9% en marzo, del 100,4% en abril, del 50% en mayo. Se trata de los meses en los que las restricciones para frenar la pandemia del Covid-19 obligaron restringir la movilidad y la actividad productiva en 2020, por lo que los grandes crecimientos se deben principalmente a la baja base comparable. No obstante, en agosto el sector textil volvió a bajar con una caída interanual del 1,1%. Aunque en septiembre el ICN volvió a incrementarse un 7,2%, octubre trajo consigo una caída del 1,6%, causando una evolución muy desigual en el último trimestre. En noviembre y diciembre, volvió a cifras positivas.

La facturación del sector textil experimentó una subida del 13,7% en 2021, la más importante desde 2008

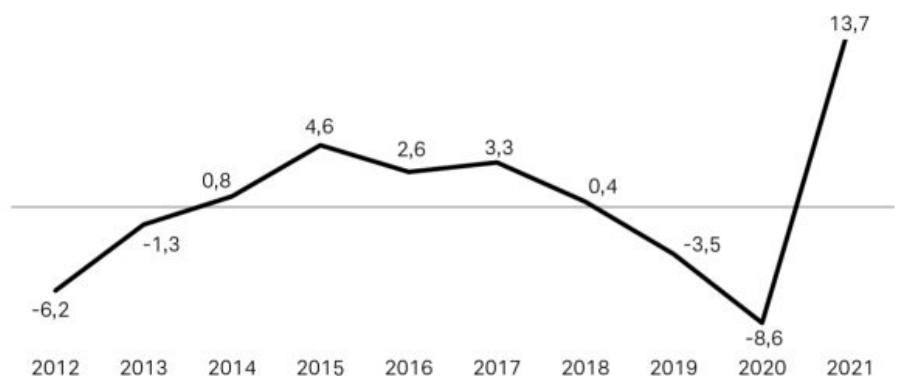
ICN 2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje.



ICN 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

ACTIVIDAD

Cifra de negocio

Confección

La industria de la confección en España cerró 2021 con una remontada histórica del 19,9% en su cifra de negocio, según recoge el Índice de Cifra de Negocios (ICN). No se había registrado ninguna subida de estas dimensiones durante los últimos veinte años y rompe con una racha de tres ejercicios consecutivos a la baja. En 2020, la cifra de negocio de la confección se había contraído un 21,5%, y el año anterior también experimentó una bajada del 2,9%, precedida por una del 0,4% en 2018.

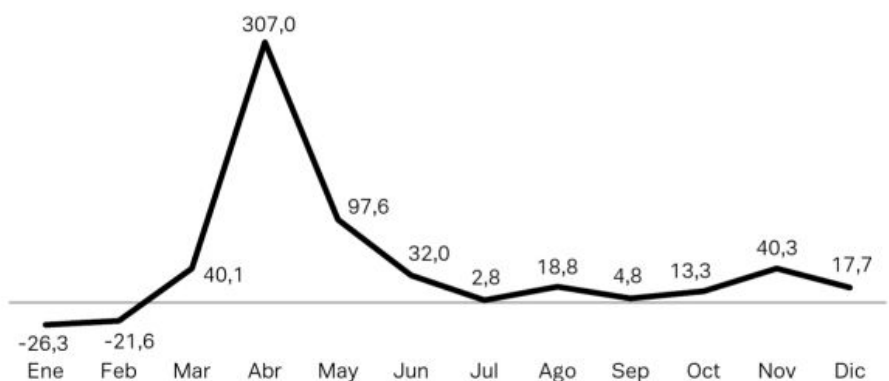
La evolución de la cifra de negocio de la industria de la confección se caracteriza por su irregularidad durante la última década. En 2012 y 2013, el ICN registró caídas del 1,1% y del 5,9%, respectivamente. En 2014 y 2015, el indicador volvió a remontar con subidas del 4,9% y del 4,4%, sucesivamente, y se contrajo un tímido 0,1% en 2016. En 2017, otra remontada del 3,7% y, durante los tres siguientes años, caídas cada vez más elevadas.

Los únicos meses de caídas del último año fueron enero y febrero, con unas bajadas interanuales del 26,3% y del 21,6%, respectivamente, en la cifra de negocios. Por otro lado, las mayores subidas se dieron en abril y mayo, escalando un 307% y un 97,6%, respectivamente. El sector registró subidas a doble dígito en la mayoría de meses.

La facturación de la industria de la confección registró subidas a doble dígito en la mayoría de meses del último año

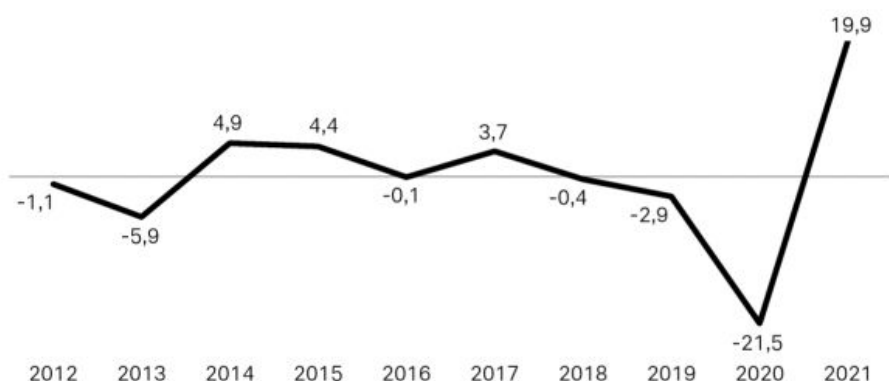
ICN 2021. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.



ICN 2012-2021. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

ACTIVIDAD

Cifra de negocio

Cuero y calzado

La cifra de negocio de la industria del cuero y el calzado registró su mayor subida en los últimos veinte años en 2021, según los datos del Índice de Cifra de Negocios (ICN). En concreto, la facturación del sector alcanzó un alza del 12,8%.

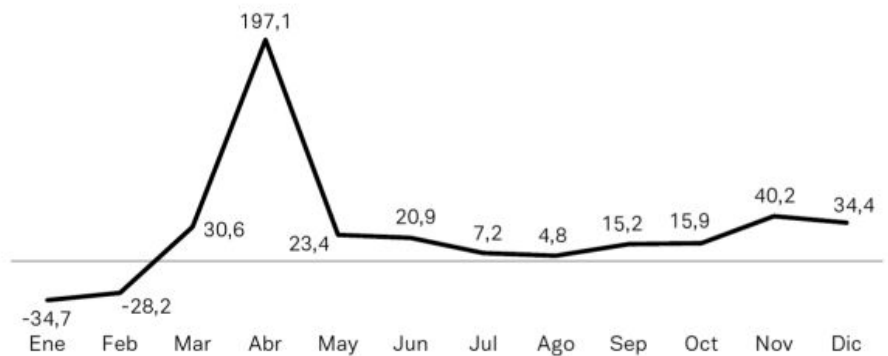
A pesar de haber acabado 2020 con una contracción del 27%, el sector del cuero y el calzado había llegado a tener una racha de cifras positivas de cuatro años, entre 2014 y 2017, con subidas del 2,4%, del 3,1%, del 1,3% y del 2,3%, sucesivamente. Aunque en 2017 la facturación del cuero y el calzado volvió a bajar en un 2,5%, en 2018 esta experimentó una subida del 4,3%, antes de volver a bajar en 2019, un 1,2%. La segunda mayor caída de las últimas dos décadas se dio en 2004, cuando el sector del cuero y el calzado se contrajo un 14,5%. La mayor subida de los últimos veinte años corresponde a 2011, con un alza interanual del 7,4%, muy por debajo del salto de 2021.

Aunque la facturación de la industria del cuero y el calzado empezó el año con una caída del 34,7%, a la que le siguió una segunda del 28,2% en febrero, a partir de marzo todos los meses acabaron con subidas notables para la cifra de negocio del cuero y el calzado en España. La mayor subida ocurrió en abril, con un salto del 197,1% respecto al mismo mes del año anterior.

La subida de un 12,8% de la industria del cuero y el calzado fue la más acentuada de los últimos veinte años

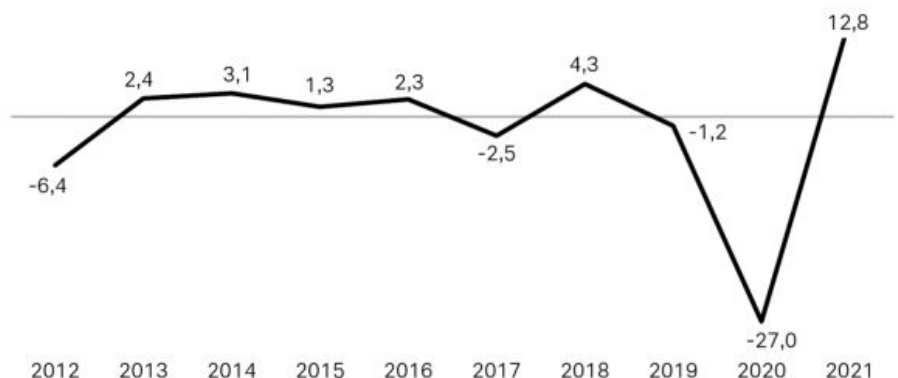
ICN 2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



ICN 2012-2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE



2

MERCADO EXTERIOR

Balanza comercial

46... Industria textil

50... Confección

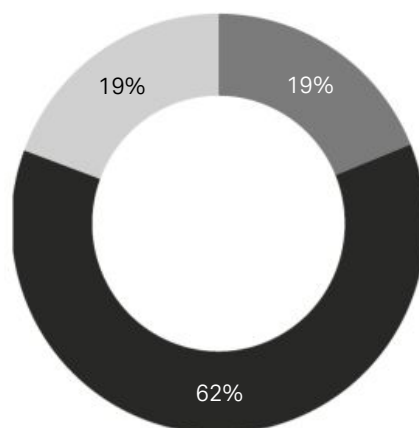
54... Cuero y calzado

BALANZA COMERCIAL

Según los datos de Ices España Exportación e Inversiones, las exportaciones españolas de textil, confección y cuero y calzado remontaron un 23,5% en 2021, hasta 21.601 millones de euros. Además, es una subida del 1% respecto a 2019, demostrando una leve recuperación frente a antes del estallido de la pandemia. La cifra de exportaciones españolas de textil, confección, cuero y calzado supera de este modo el máximo histórico que había alcanzado en 2019.

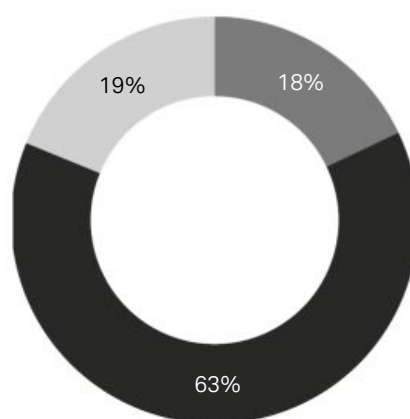
Por meses, la subida más alta del año se dio en abril, con un salto interanual del 194%. Le sigue mayo, con un alza del 66,4%, y octubre, incrementando las exportaciones de la industria un 55,6%. Enero y febrero fueron los únicos meses en los que la cifra disminuyó respecto al año anterior.

La industria de la confección de prendas de vestir copó el 61,8% de las exportaciones españolas del sector, con 13.350,3 millones de euros. También fue la líder en importaciones, copando un 63,2% del total, con una cifra de 15.951 millones de euros. Las importaciones totales de textil, confección y cuero y calzado se situaron en 2021 en 25.220,1 millones de euros, lo que supone un crecimiento anual del 4,7% después de una caída del 11,9% en 2020.



EXPORTACIONES 2021. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

- TEXTIL
18,9%
- CONFECCIÓN
61,8%
- CUERO Y CALZADO
19,3%



IMPORTACIONES 2021. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

- TEXTIL
17,9%
- CONFECCIÓN
63,2%
- CUERO Y CALZADO
18,8%

EXPORTACIONES 2021. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR*	1.277	1.409	1.893	1.591	1.628	1.699	1.678	1.822	1.834	3.001	1.986	1.784
VAR %	-28,0	-19,8	56,4	194,0	66,4	33,9	2,8	16,7	-3,2	55,6	38,8	18,1

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

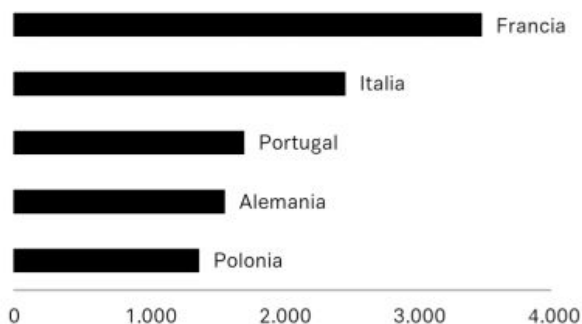
* En millones de euros.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VALOR*	13.793	15.169	16.523	17.740	19.114	20.708	20.438	21.387	17.487	21.601
VAR %	7,4	10,0	9,6	6,7	8,2	8,3	-1,3	4,6	-18,5	23,5

Fuente: ICEX

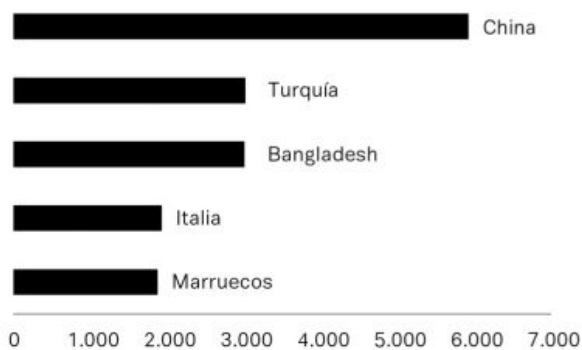
El ranking de clientes de la moda española se mantiene en 2021. Francia continuó como líder en el ranking de clientes de sector español de la moda, con compras por 3.483 millones de euros de textil, confección y cuero y calzado, un 26,6% más que en el año anterior. Italia se mantuvo en segunda posición, con 2.470 millones de euros destinados a las compras al sector español de la moda y una subida anual del 33,3%, seguido de Portugal, con 1.716 millones de euros y un ascenso del 17,8%. Alemania también continuó en cuarta posición en el ranking de 2021, con compras a España por valor de 1.572 millones de euros y un crecimiento del 22,7%. Polonia se sitúa en la quinta posición entre los clientes del sector por segundo año consecutivo con compras a España de estos productos por 1.380 millones de euros y una subida del 29%.

En el caso de las importaciones de textil, confección y cuero y calzado, China se reforzó en la primera posición en el ranking de proveedores, con compras al país asiático por 6.934 millones de euros, lo que significó un aumento del 10,1%. En el segundo lugar se mantuvo Bangladesh, seguida por Turquía, mientras que Italia superó a Marruecos situándose en cuarta posición.



EXPORTACIONES 2021. PRINCIPALES CLIENTES. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En millones de euros.



IMPORTACIONES 2021. PRINCIPALES PROVEEDORES. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

En millones de euros.

IMPORTACIONES 2021. TEXTIL, CONFECCIÓN Y CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	1.739	1.822	2.111	1.863	1.656	1.840	1.996	2.240	2.577	2.443	2.528	2.405
VAR %	-30,2	-21,4	16,6	33,0	11,8	19,3	-8,8	1,5	-3,1	2,6	31,2	42,5

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

* En millones de euros.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VALOR *	17.899	17.916	20.374	22.858	24.518	25.336	25.652	27.349	24.005	25.220
VAR %	-1,1	0,1	13,7	12,2	7,3	3,3	1,2	6,6	-11,9	4,7

Fuente: ICEX

BALANZA COMERCIAL

Textil

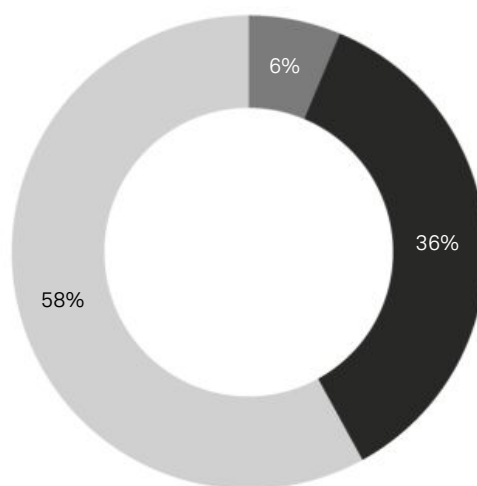
Exportaciones

Después de tres años consecutivos en descenso (incluyendo la mayor caída de la última década en 2020, del 12,1%), las exportaciones de artículos textiles españoles volvieron a retomar el impulso en 2021 y ascendieron un 19,8%, hasta superar los 4.000 millones de euros, un nuevo máximo en la serie histórica. El año comenzó de nuevo a la baja, con descensos del 13,1% en enero y del 8,9% en febrero, pero en marzo, debido a la baja base comparable, comenzó a registrar fuertes repuntes a doble y triple dígito.

La conversión de muchas fábricas textiles a la producción de mascarillas quirúrgicas y otros equipos de protección individual (EPI) para combatir la pandemia del Covid-19 motivó que durante 2020 buena parte de la producción fuera para consumo doméstico, pero en 2021, aunque aún persistieron las restricciones por la pandemia, el sector retomó su músculo exportador.

De nuevo, la fabricación de otros productos textiles, que incluye artículos como las mascarillas, volvió a copar el grueso de las exportaciones del sector textil, con una cuota del 58% sobre el total. Por su parte, la fabricación de tejidos textiles copó el 35,7% de todas las ventas del sector al exterior, mientras que la preparación e hilado de fibras concentró un 6,3%, en línea con el año anterior.

Las exportaciones textiles marcaron un nuevo máximo histórico, superando los 4.000 millones de euros



EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2021. INDUSTRIA TEXTIL

- PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS TEXTILES
6,3%
- FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES
35,7%
- FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES
58,0%

EXPORTACIONES 2021. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	274	301	381	322	342	397	377	279	363	377	363	301
VAR %	-13,1	-8,9	40,3	132,3	51,6	32,4	4,3	10,9	16,9	10,1	23,9	14,2

EXPORTACIONES 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VALOR *	2.918	3.080	3.212	3.341	3.618	3.905	3.888	3.871	3.404	4.076
VAR %	1,2	5,6	4,3	4,0	8,3	7,9	-0,4	-0,4	-12,1	19,8

Fuente: ICEX

BALANZA COMERCIAL

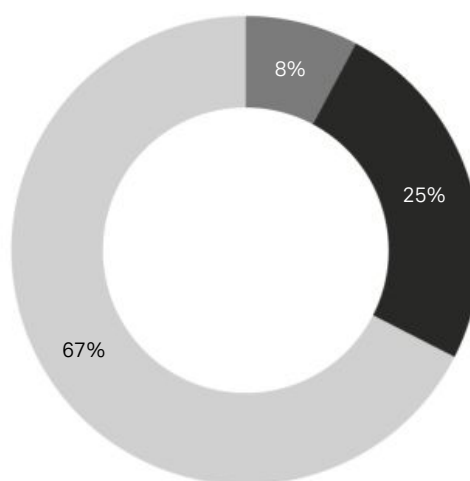
Textil

Importaciones

Las necesidades derivadas de la pandemia condicionan también la evolución de las importaciones de la industria textil, pero en sentido inverso. Si en 2020 la demanda de mascarillas y la escasa disponibilidad de ellas en el mercado nacional motivó un incremento histórico del 35,2% en las importaciones textiles, en 2021 la tendencia fue la contraria: las compras al exterior del sector se contrajeron un 16,9%, también un descenso histórico, hasta 4.525 millones de euros. En términos absolutos, las importaciones continúan situándose en máximos, tras el récord de más de 5.000 millones de euros de 2020.

Los mayores descensos se registraron a partir de abril, con caídas del 38,9% ese mes, del 54,3% en mayo y del 24% en junio y julio. Agosto y septiembre anotaron de nuevo contracciones a doble dígito, aunque a partir de otoño el comercio comenzó a normalizarse.

Por subsectores, el grueso de las importaciones fueron de fabricación de otros productos textiles, donde se incluyen las mascarillas, que coparon casi un 70% de las compras al exterior, seguidos de la fabricación de tejidos textiles, con un 25%, y la preparación e hilado de fibras textiles, con casi un 8%.



IMPORTACIONES POR SUBSECTORES 2021. INDUSTRIA TEXTIL

- PREPARACIÓN E HILADO DE FIBRAS TEXTILES
7,8%
- FABRICACIÓN DE TEJIDOS TEXTILES
24,7%
- FABRICACIÓN DE OTROS PRODUCTOS TEXTILES
67,5%

Las importaciones se contrajeron un 35,2% en 2021, tras el fuerte incremento registrado en el año del estallido de la pandemia

IMPORTACIONES 2021. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	337	389	413	367	334	357	376	346	382	403	407	413
VAR %	-1,5	15,3	33,6	-38,9	-54,3	-24,2	-24,0	-20,5	-34,2	2,4	-0,3	22,4

IMPORTACIONES 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

* En millones de euros.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VALOR *	3.026	3.063	3.401	3.736	4.003	4.080	3.953	4.026	5.443	4.525
VAR %	-4,5	1,2	11,0	9,9	7,1	1,9	-3,1	1,8	35,2	-16,9

Fuente: ICEX

BALANZA COMERCIAL

Textil

Clientes y proveedores

El ranking de mayores clientes en el exterior de la industria textil española se mantiene sin variación, con Marruecos, uno de los principales polos de producción en proximidad, en primera posición. En concreto, en 2021 el sector exportó artículos textiles a Marruecos por valor de más de mil millones de euros, frente a los 780 millones de 2020. Francia ocupa la segunda posición, con algo más de 530 millones de euros, seguida de otro de los principales *hubs* productivos en cercanía, Portugal, que compró artículos textiles a España por valor de 370 millones de euros. Italia y Alemania completan las primeras posiciones del ranking con algo más de 340 millones de euros.

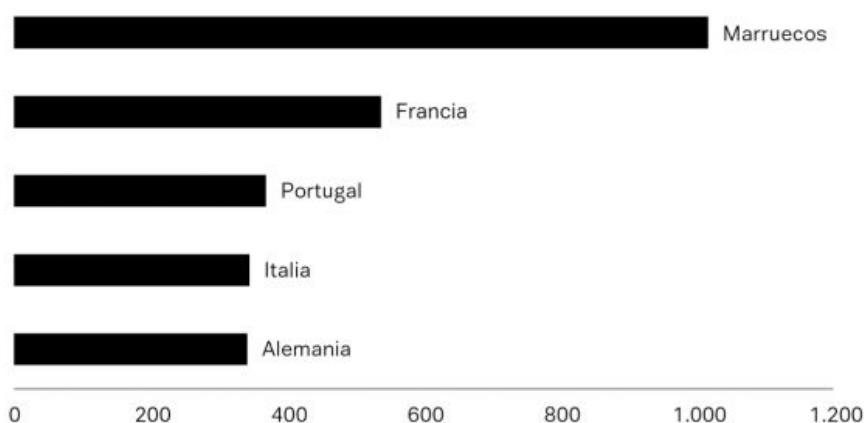
Sí hay variaciones, en cambio, en la lista de principales proveedores del textil español. En 2021, el principal mercado de origen de las importaciones volvió a ser China, que vendió a España artículos textiles por más de 1.400 millones de euros, casi la mitad que el año anterior, cuando las importaciones al país ascendieron a más de 2.700 millones de euros. Le siguió, igual que el año anterior, Italia, con cerca de 500 millones de euros, y Turquía, con 425 millones de euros. Sin embargo, Alemania, que en 2020 ocupaba la cuarta posición, abandonó en 2021 el *top 5*, dejando paso a India, que vendió a España artículos textiles por 250 millones de euros. Alemania no había sido tradicionalmente un gran proveedor de textil de España, pero se coló entre las cinco primeras posiciones en 2020, desbancando a Portugal y Pakistán.

Completa el ranking, igual que en 2020, Portugal, donde la industria española del textil realizó compras por valor de 240 millones de euros, según datos del Icesx.

Alemania abandonó el 'top 5' de principales proveedores de textil de España, tras colarse en la quinta posición en 2020

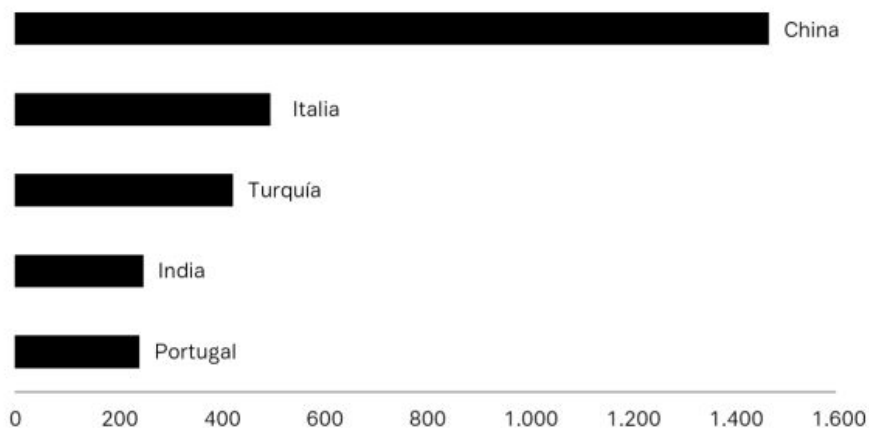
EXPORTACIONES. PRINCIPALES CLIENTES 2021. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros.

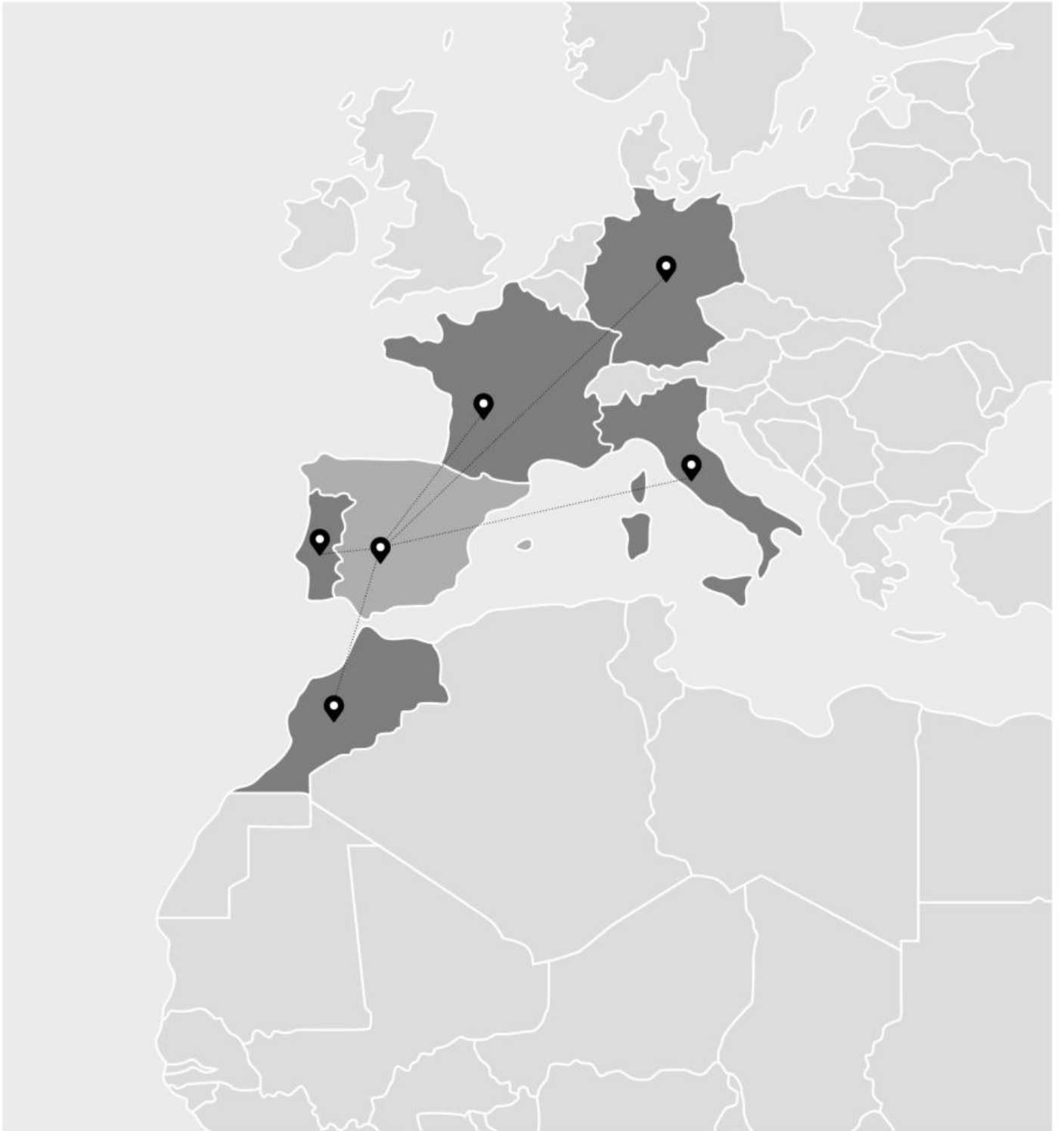


IMPORTACIONES. PRINCIPALES PROVEEDORES 2021. INDUSTRIA TEXTIL

En millones de euros.



Fuente: ICESX



BALANZA COMERCIAL

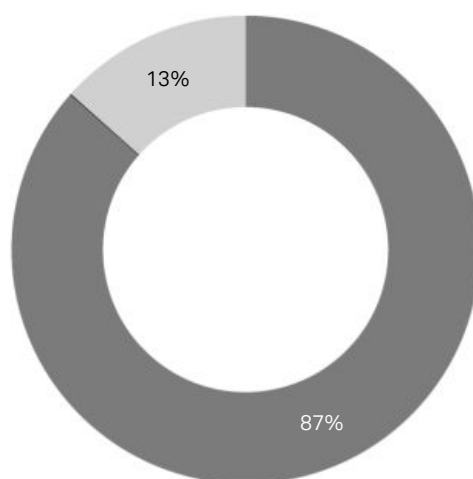
Confección

Exportaciones

La confección recuperó con fuerza el músculo exportador perdido en el año de la pandemia y en 2021 impulsó sus ventas al exterior un 28,1%, hasta superar los 13.350 millones de euros, lo que supone un nuevo máximo histórico. En 2020, las exportaciones del sector se habían contraído un 20,4% debido a la congelación del consumo a causa de las restricciones derivadas del Covid-19.

La evolución mes a mes está altamente vinculada a la base comparable: en los meses más duros de los confinamientos en 2020 (marzo, abril y mayo), las exportaciones se catapultaron a doble y triple dígito, mientras que el resto del año la curva es algo más errática, alternando caídas del 1,8% en julio y del 11,2% en septiembre con alzas del 22,7% en agosto, del 83,3% en octubre, del 48,5% en noviembre y del 20,4% en diciembre.

Por subsectores, el reparto se mantuvo prácticamente sin variación respecto al año anterior: casi nueve de cada diez euros exportados correspondieron a confección de prendas de vestir (excepto peletería), que concentraron un 86,5% de las exportaciones del sector. Le siguió, en segundo lugar, la confección de prendas de vestir de punto, con una cuota del 13,4%, mientras que la peletería apenas aportó un 0,1% del comercio exterior.



EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2021. CONFECCIÓN

- CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR
86,5%
- FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA
0,1%
- CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO
13,4%

La confección recuperó con fuerza el terreno perdido en 2020 en el exterior y marcó un nuevo máximo exportador

EXPORTACIONES 2021. CONFECCIÓN

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	724	780	1.105	953	954	957	915	1.215	1.103	2.253	1.247	1.145
VAR %	-31,7	-22,5	71,0	230,7	78,5	36,2	-1,8	22,7	-11,2	83,3	48,5	20,4

EXPORTACIONES 2012-2021. CONFECCIÓN

* En millones de euros.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VALOR *	7.651	8.594	9.289	10.464	11.394	12.520	12.249	13.100	10.421	13.350
VAR %	12,5	12,3	8,1	12,7	8,9	9,9	-2,2	6,9	-20,4	28,1

Fuente: ICEX

BALANZA COMERCIAL

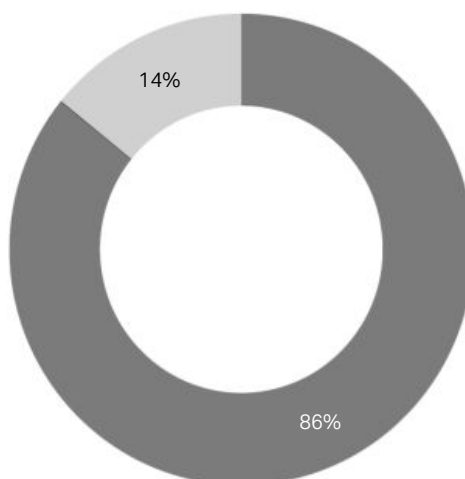
Confección

Importaciones

La reapertura del comercio también motivó una reactivación de las importaciones de confección. En 2021, el sector compró al extranjero ropa por valor de 15.951 millones de euros, un 10,3% más que el año anterior, pero todavía por debajo de los más de 17.700 millones de euros que importaba antes de la pandemia. De hecho, en términos absolutos, las importaciones de confección se encuentran en mínimos desde 2016, exceptuando 2020, cuando se desplomaron un 18,7%.

Mes a mes, las importaciones de confección comenzaron a registrar fuertes repuntes a partir de marzo, pero en julio la recuperación se truncó, con un descenso del 2,5%. Agosto, septiembre y octubre arrojaron tímidas variaciones, hasta que en noviembre pareció confirmarse el cambio de tendencia, con un alza del 39,6%, seguida de otra del 50,4% en diciembre.

La gran mayoría de las importaciones corresponden a prendas de vestir (excepto de peletería), que concentran el 85,8% de las compras del sector al exterior. Por su parte, la confección de prendas de vestir de punto representa un 14,2% del total de importaciones, mientras que la peletería tiene un peso residual, según datos de Ices España Exportación e Inversiones.



IMPORTACIONES POR SUBSECTORES 2021. CONFECCIÓN

- CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR
85,8%
- FABRICACIÓN DE ARTÍCULOS DE PELETERÍA
0,0%
- CONFECCIÓN DE PRENDAS DE VESTIR DE PUNTO
14,2%

En términos absolutos, las importaciones de confección se encuentran en mínimos desde 2016, exceptuando 2020

IMPORTACIONES 2021. CONFECCIÓN

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	1.073	1.094	1.296	1.176	1.007	1.127	1.247	1.435	1.702	1.603	1.664	1.529
VAR %	-32,9	-25,8	7,9	72,9	83,2	45,2	-2,5	2,8	1,4	-0,9	39,6	50,4

IMPORTACIONES 2012-2021. CONFECCIÓN

* En millones de euros.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VALOR *	11.204	11.168	12.708	14.470	15.649	16.223	16.638	17.786	14.459	15.951
VAR %	0,4	-0,3	13,8	13,9	8,1	3,7	2,6	6,9	-18,7	10,3

Fuente: ICEX

BALANZA COMERCIAL

Confección

Clientes y proveedores

La normalización a doble velocidad de la actividad internacional y las sucesivas olas de la pandemia dejan un mapa de proveedores y clientes inédito en el sector de la confección. En la lista de proveedores, Bangladesh arrebató a China su reinado histórico, colocándose como el principal suministrador de confección a España con unas ventas de 2.851 millones de euros en 2021. China se sitúa en segundo lugar, con unas ventas al país de 2.837 millones de euros. El *sorpasso* se debió a la lenta recuperación del mercado chino: tras contraerse un 17,4% en 2020, las importaciones procedentes del país apenas rebotaron un 3,2% en 2021. Por su parte, Turquía continuó ganando fuerza y exportó a España ropa por valor de 2.511 millones de euros, y Marruecos e Italia volvieron a completar el *top 5*.

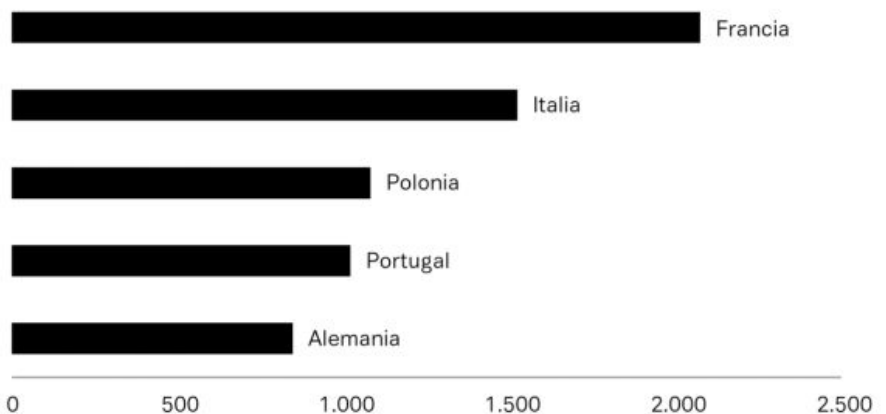
También ha habido cambios en el mapa de los principales destinatarios de las exportaciones españolas de confección. En 2021, Francia mantuvo la primera posición, con un valor de 2.075 millones de euros; e Italia la segunda, con 1.523 millones de euros de exportaciones. La novedad llega en la tercera plaza, en la que se colocó Polonia, que irrumpió en los cinco primeros puestos de la tabla en 2020 y que desbancó en 2021 a Portugal.

Las exportaciones al país de Europa del Este se situaron en 1.080 millones de euros el año pasado. Completan el ránking de principales destinos de las exportaciones españolas de la industria de la confección la vecina Portugal, que pierde una posición, y Alemania, que vuelve al *top 5* tras haber salido en 2020, desbancando a Reino Unido, según datos de Icesp España Exportación e Inversiones.

Polonia se coloca como el tercer mayor destino de las exportaciones españolas de confección

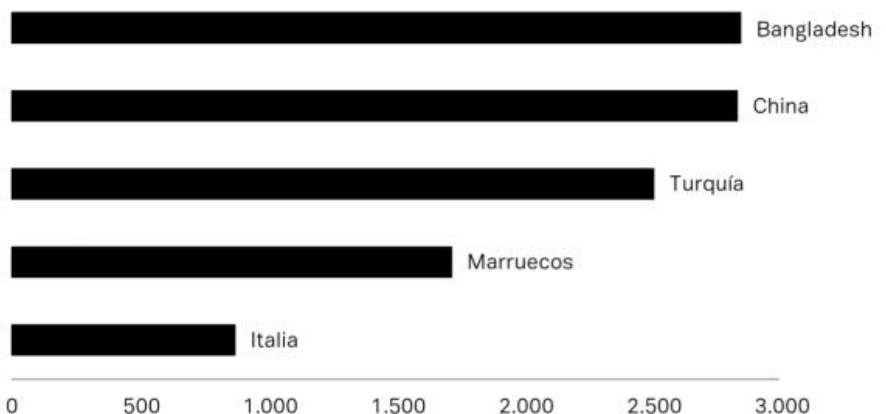
EXPORTACIONES 2021. PRINCIPALES CLIENTES. CONFECCIÓN

En millones de euros.

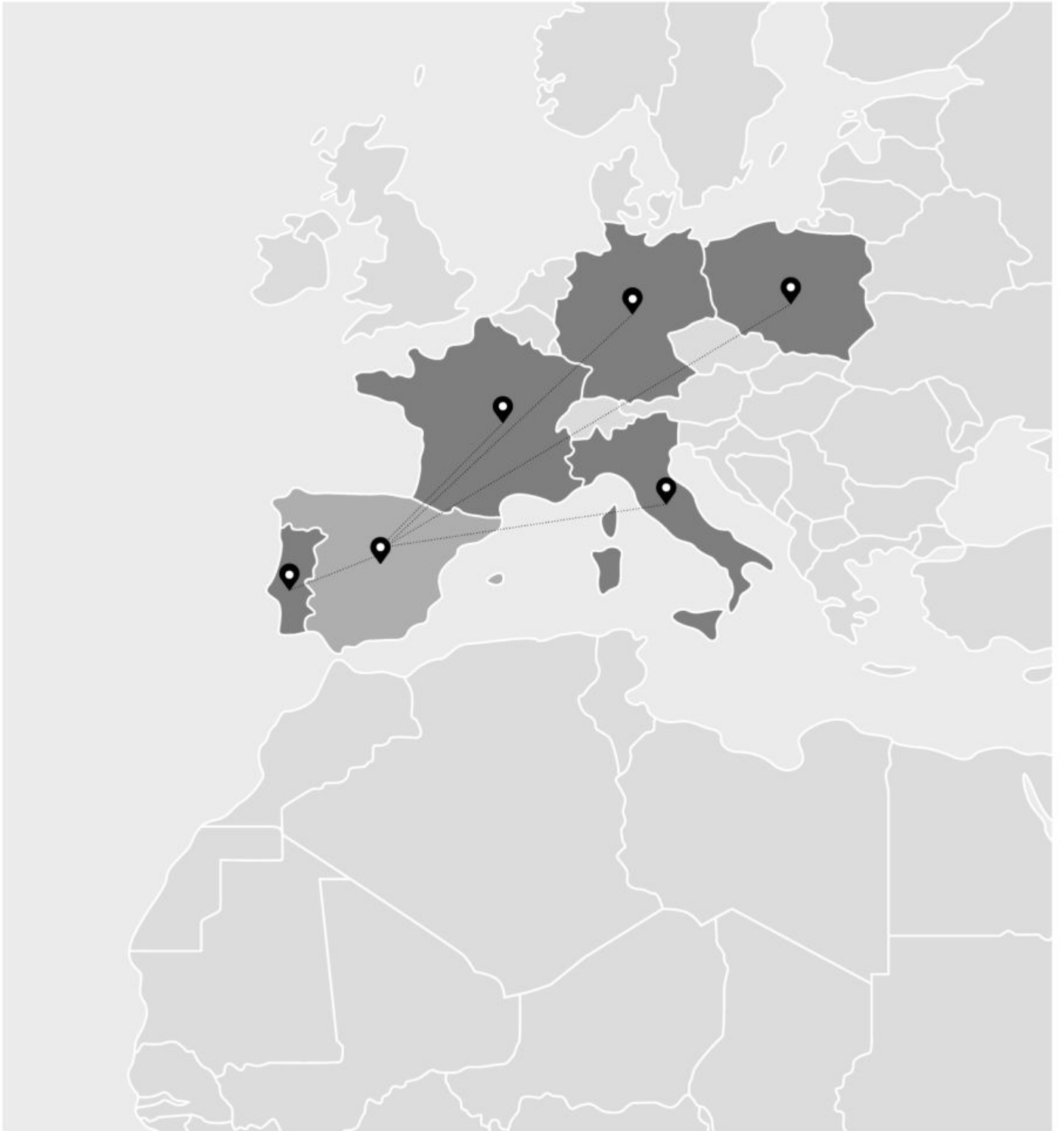


IMPORTACIONES 2021. PRINCIPALES PROVEEDORES. CONFECCIÓN

En millones de euros.



Fuente: ICEX



BALANZA COMERCIAL

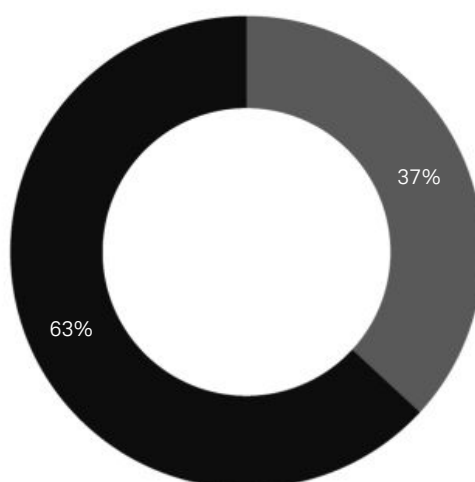
Cuero y calzado

Exportaciones

La industria del cuero y el calzado también dio síntomas de recuperación en el ejercicio 2021, aunque no lo suficiente para volver a los volúmenes de comercio exterior anteriores al estallido de la pandemia. En concreto, las exportaciones del sector se elevaron un 14% en 2021, tras contraerse un 17,1% el año anterior, y llegaron a 4.175 millones de euros, por debajo de los más de 4.400 millones que exportaba en 2019, antes del estallido del Covid-19.

Aun así, la evolución mes a mes del sector muestra una recuperación más sólida que la de otros subsectores de la industria de la moda, con subidas ininterrumpidas a partir de marzo. Igual que ocurre en el textil y la confección, agosto, septiembre y octubre fueron meses más débiles en términos de crecimiento de las exportaciones, mientras que en noviembre y diciembre el cuero y el calzado recuperaron fortaleza exportadora con alzas interanuales del 25,8% y del 14%, respectivamente.

Del total de exportaciones del sector, el cuero copó un 36,9%, más de un punto por encima del año anterior, mientras que la fabricación de calzado aportó el 63,1% del comercio exterior de esta industria, según datos de Ices España Exportación e Inversiones.



EXPORTACIONES POR SUBSECTORES 2021. CUERO Y CALZADO

- INDUSTRIA DEL CUERO 36,9%
- FABRICACIÓN DE CALZADO 63,1%

Las exportaciones de cuero y calzado continúan por debajo de los volúmenes previos al estallido de la pandemia

EXPORTACIONES 2021. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	278	328	407	316	332	346	386	327	368	371	375	339
VAR %	-29,8	-21,9	39,1	176,2	52,2	29,5	13,6	2,9	7,7	3,9	25,8	14,0

EXPORTACIONES 2012-2021. CUERO Y CALZADO

* En millones de euros.

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VALOR *	3.225	3.495	4.022	3.935	4.103	4.282	4.301	4.416	3.662	4.175
VAR %	2,0	8,4	15,1	-2,2	4,3	4,4	0,4	2,7	-17,1	14,0

Fuente: ICEX

BALANZA COMERCIAL

Cuero y calzado

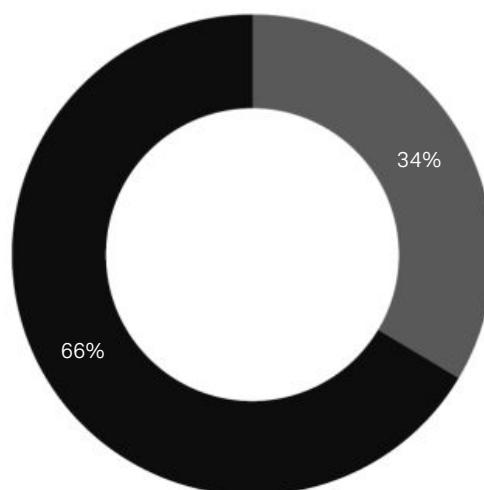
Importaciones

Las importaciones de cuero y calzado dibujan una curva similar: de crecimiento, pero no lo bastante intenso como para recuperar el terreno perdido. En concreto, España compró al extranjero artículos de estas categorías por valor de 4.744 millones de euros en 2021, lo que supone un incremento del 13,2% respecto a 2020. En términos absolutos, se trata del dato más bajo desde 2015 (exceptuando el año de la pandemia).

La evolución mes a mes fue algo más errática que la registrada por las exportaciones, con fuertes alzas a doble dígito en mayo o junio, pero también descensos del 10,3% en julio. Desde agosto, las compras al exterior del sector han mantenido una tendencia alcista, llegando a registrar fuertes subidas del 39,6% en noviembre y del 38,9% en diciembre. Sin embargo, en el saldo final pesan mucho las caídas de los dos primeros meses del año (enfrentados a una base comparable no afectada por la pandemia): en enero, las importaciones se desplomaron un 40,1%, y en febrero, un 33,2%.

Más de la mitad de las importaciones del sector, un 66,4%, son de artículos de calzado, mientras que la industria del cuero concentra el 33,6% de las compras al exterior.

Las importaciones de cuero y calzado se encuentran en mínimos pese a haber vuelto a aumentar en 2021



IMPORTACIONES POR SUBSECTORES 2021. CUERO Y CALZADO

● INDUSTRIA DEL CUERO
33,6%
● FABRICACIÓN DE CALZADO
66,4%

IMPORTACIONES 2021. CUERO Y CALZADO

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC
VALOR *	328	338	402	320	315	356	373	460	493	438	457	463
VAR %	-40,1	-33,2	34,3	166,6	57,7	20,6	-10,3	22,5	23,1	17,8	39,6	38,9

* En millones de euros.

IMPORTACIONES 2012-2021. CUERO Y CALZADO

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
VALOR *	3.670	3.686	4.265	4.651	4.866	5.033	5.061	5.538	4.193	4.744
VAR %	-2,7	0,4	15,7	9,1	4,6	3,4	0,6	9,4	-24,3	13,2

* En millones de euros.

Fuente: ICEX

BALANZA COMERCIAL

Cuero y calzado

Clientes y proveedores

El calzado español vuelve a mirar lejos. Después de que, en 2020, Reino Unido arrebatara a Estados Unidos la quinta posición en el ranking de mayores destinos de las exportaciones españolas del sector, el mercado norteamericano recuperó en 2021 su posición histórica, con unas exportaciones de 240 millones de euros.

El resto del ranking se mantiene sin variación respecto al año anterior, con Francia en primera posición, con un volumen de 871 millones de euros, un 17,1% más que en 2020. Italia ocupa la segunda plaza, con 601 millones de euros de exportaciones, también un 17,4% más, seguida de Alemania y Portugal, con más de 300 millones de euros en ambos casos.

La recuperación ha traído también un cambio en el ranking de principales proveedores de calzado a España, con Bélgica adelantando a Francia y situándose en la cuarta plaza, con unas importaciones por valor de 357 millones de euros en 2021, según datos de Ices España Exportación e Inversiones.

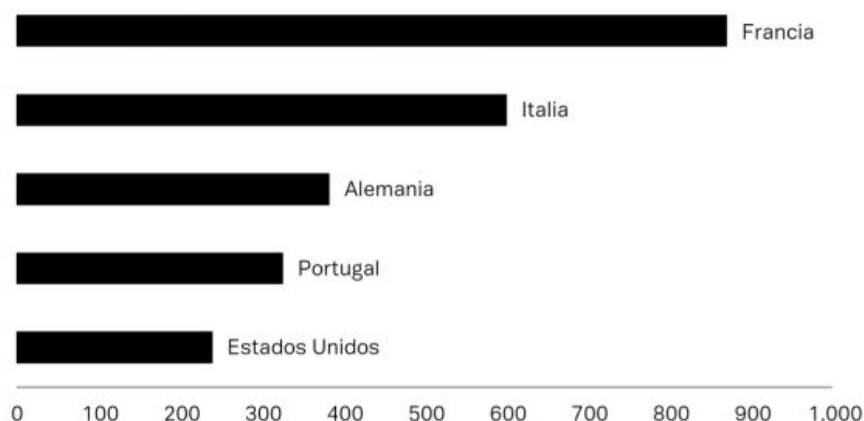
En un año marcado por las disrupciones en la cadena de suministro, que afectaron particularmente a los polos de aprovisionamiento en lejania, China se mantiene imbatible en el oro, más que duplicando el valor de Italia, que ocupa la segunda posición. En concreto, las importaciones a China ascendieron en 2021 a 1.614 millones de euros, un 13,7% más que en 2020, mientras que a Italia se situaron en 554 millones de euros.

Vietnam, el principal polo de aprovisionamiento de calzado deportivo, completa el top 3 con un volumen de 404 millones de euros, aunque el país se vio fuertemente afectado por las restricciones a las fábricas derivadas de las sucesivas olas de la pandemia del Covid-19.

China se mantiene en 2021 como el principal polo de aprovisionamiento del cuero y el calzado

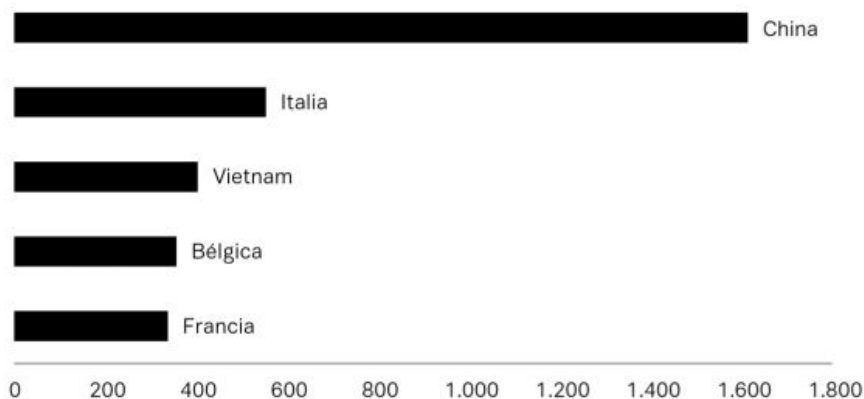
EXPORTACIONES 2021. PRINCIPALES CLIENTES. CUERO Y CALZADO

En millones de euros



IMPORTACIONES 2021. PRINCIPALES PROVEEDORES. CUERO Y CALZADO

En millones de euros



Fuente: ICEX



3

PRECIOS

Precios al consumo (IPC)

- 62...** Ropa de hombre y mujer
- 63...** Ropa de niño y complementos
- 64...** Calzado de hombre y mujer
- 65...** Calzado de niño y textiles y accesorios para el hogar

Precios industriales (Ipri)

- 66...** Industria textil
- 67...** Confección
- 68...** Cuero y calzado

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

- 70...** Industria textil
- 71...** Confección
- 72...** Cuero y calzado

PRECIOS

Al consumo

En 2021, cuando todavía no podía anticiparse que la guerra en Ucrania llevaría la subida de precios a niveles históricos en Europa, la inflación ya comenzó a llamar a la puerta. De hecho, si en 2020 los precios del vestido y el calzado aumentaron por encima del Índice de Precios al Consumo (IPC) general, en 2021 la tendencia fue la inversa: contención en los precios de la moda y fuerte escalada en los del conjunto de bienes y servicios.

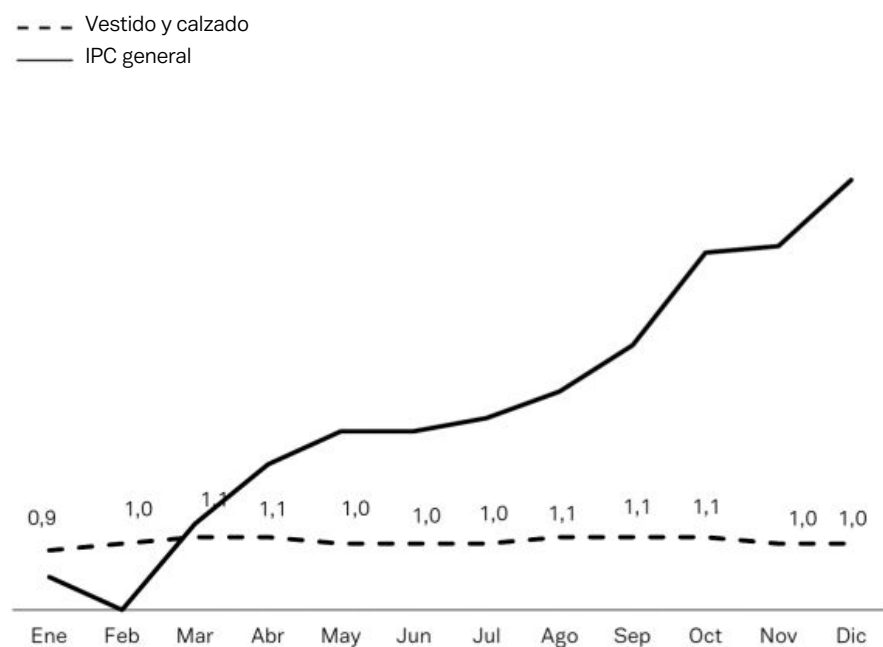
Tras una leve subida del 0,5% en enero y un febrero en plano, el IPC general comenzó a escalar en marzo, llegando a alcanzar un 6,5% en diciembre, el valor más alto desde 1992 debido a la escalada del precio de la electricidad.

Los precios del vestido y el calzado, en cambio, comenzaron el año con un alza del 0,9% en enero y del 1% en febrero, ambas por encima del IPC general, pero a partir de marzo, pese a acelerar, se mantuvieron por debajo de la inflación

El vestido adelantó en 2021 al calzado como el sector más inflacionista, con una subida de precios del 1,1%, mientras que el calzado los elevó un 0,8%, una inflación menor al año anterior.

IPC 2021. VESTIDO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



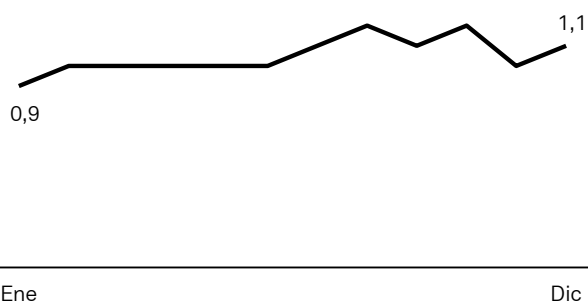
Fuente: INE

↑ 1%

Los precios del vestido y el calzado aumentaron un 1% en 2021, muy por debajo de la subida registrada por el IPC general.

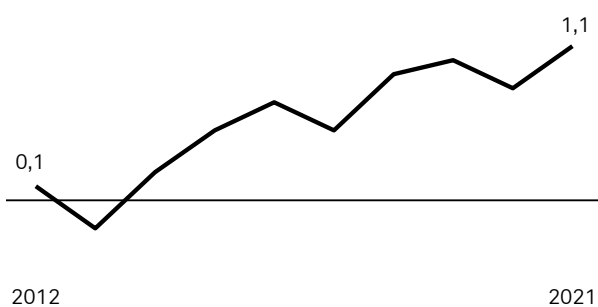
IPC 2021. VESTIDO

Variación anual. En porcentaje.



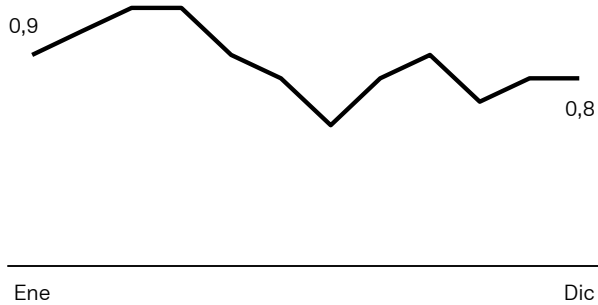
IPC 2012-2021. VESTIDO

Variación anual. En porcentaje.



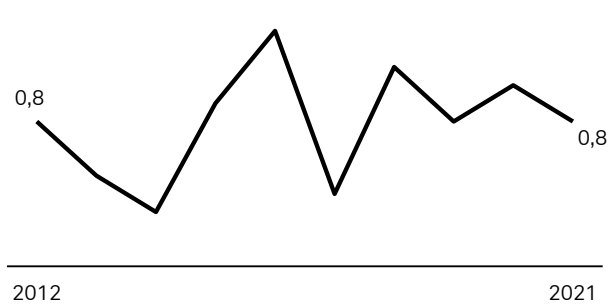
IPC 2021. CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



IPC 2012-2021. CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

PRECIOS

Al consumo

Ropa de hombre y mujer

Siguiendo la tendencia de toda la serie histórica, las prendas de vestir para mujer volvieron a ser el motor de la subida de precios a lo largo de 2021, con tasas de inflación que llegaron a marcar el 1,4% en varios meses del año. Finalmente, el sector cerró 2021 con una subida de precios del 1%, frente al 0,9% de 2020, el 1,2% de 2019 y el 1% de 2018.

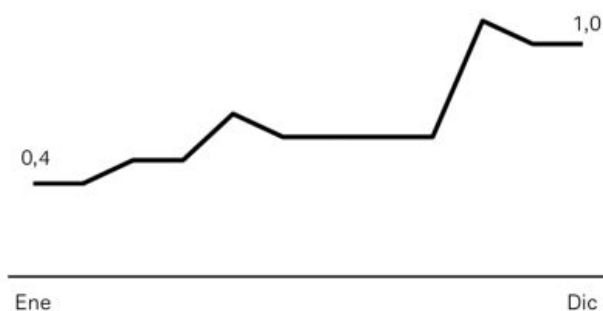
Por su parte, las prendas de vestir de hombre mantuvieron sus precios más contenidos durante todo el ejercicio, con subidas de entre el 0,5% y el 0,6% mes a mes, muy por debajo del IPC general. Sin embargo, los precios aceleraron en octubre, con un alza del 1,1%, a la que siguió otra subida del 1% en noviembre y en diciembre.

Finalmente, el sector cerró el año con la mayor

subida de precios desde 2011 e igualando por primera vez la inflación de la moda femenina. De hecho, en la última década el sector de la moda masculina había llegado a subir precios, como mucho, un 0,8%, el dato registrado en 2016, e incluso cerró algún año con deflación, como 2013, en plena gran recesión, cuando contrajo sus precios un 0,1%.

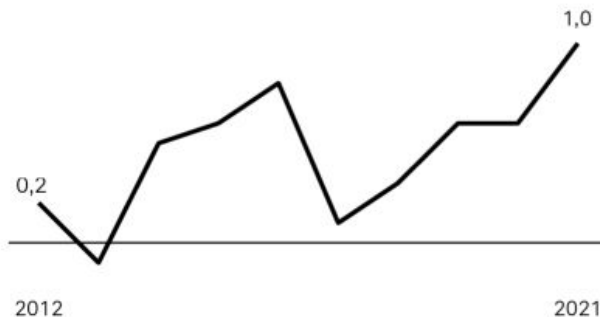
IPC 2021. PRENDAS DE VESTIR DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje.



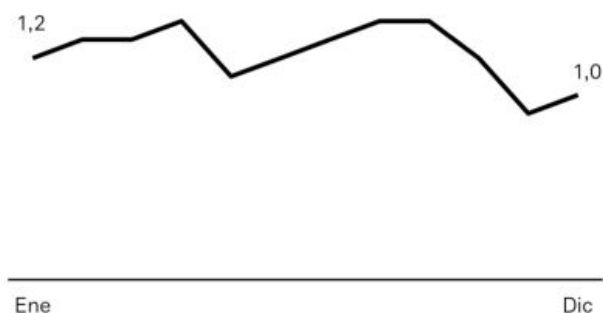
IPC 2012-2021. PRENDAS DE VESTIR DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje.



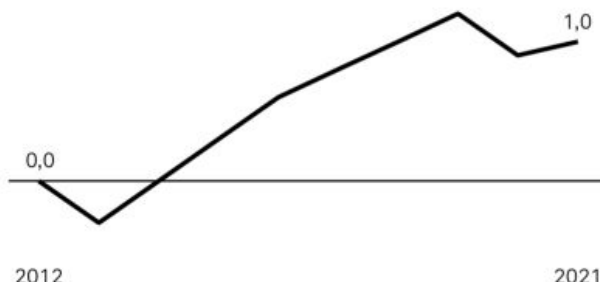
IPC 2021. PRENDAS DE VESTIR DE MUJER

Variación anual. En porcentaje.



IPC 2012-2021. PRENDAS DE VESTIR DE MUJER

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

PRECIOS

Al consumo

Ropa de niño y complementos

Las prendas de niño y bebé se situaron en 2021 como el subsector más inflacionista de la moda, marcando una subida de precios histórica del 1,6%, frente al 0,9% del año anterior. El sector comenzó el año con una inflación del 1,1% en enero y en febrero la moderó hasta el 1%, pero desde entonces comenzó a acelerar, llegando al 1,4% en mayo, a un inédito 1,8% en julio y al

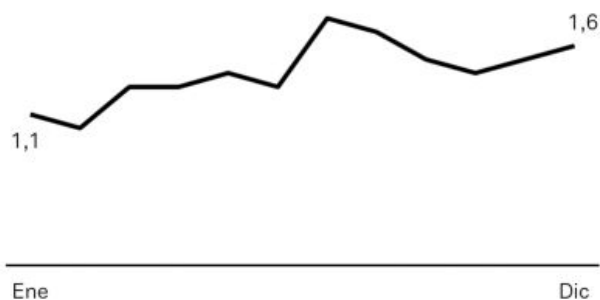
1,7% en agosto.

Por su parte, los complementos y reparaciones de prendas de vestir, el subsector que tradicionalmente había aumentado sus precios a mayor ritmo, cerró el año con una inflación del 1,3%, la misma que el año anterior, aunque a lo largo del año llegó a registrar picos de hasta el 1,6%, según datos del INE.

Las prendas de niño y bebé fueron el subsector más inflacionista de la moda en el ejercicio 2021

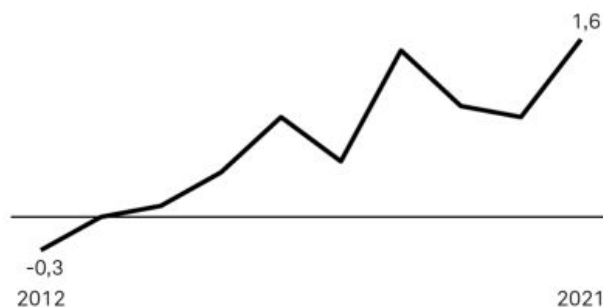
IPC 2021. PRENDAS DE VESTIR DE NIÑO Y BEBÉ

Variación anual. En porcentaje.



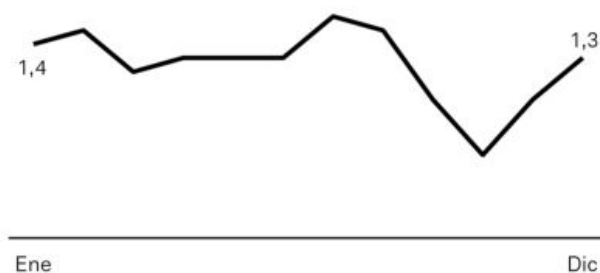
IPC 2012-2021. PRENDAS DE VESTIR DE NIÑO Y BEBÉ

Variación anual. En porcentaje.



IPC 2021. COMPLEMENTOS Y REPARACIONES DE PRENDAS DE VESTIR

Variación anual. En porcentaje.



IPC 2012-2021. COMPLEMENTOS Y REPARACIONES DE PRENDAS DE VESTIR

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

PRECIOS

Al consumo

Calzado de hombre y mujer

Los distintos subsectores del calzado arrojan resultados muy distintos a los de la moda. El sector ha sido tradicionalmente menos inflacionista y en 2021 tanto el calzado de hombre como el de mujer se desmarcaron de la tendencia generalizada de aceleración de los precios. En concreto, el calzado de hombre se encareció un 0,7%, repitiendo la tasa del año anterior y lejos

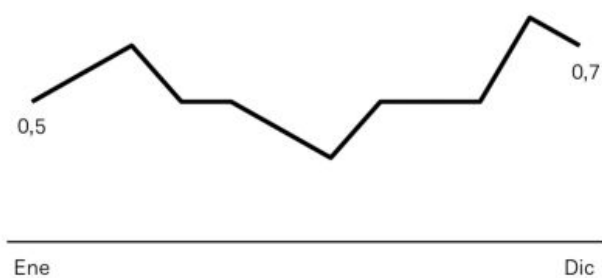
de las subidas del 0,9% y del 1,2% que llegaron a registrarse en 2016 y 2018.

Durante el año, el IPC del sector se mantuvo cada mes por debajo del 1%. Por su parte, el calzado de mujer, que en 2020 se había encarecido un 1,2%, superando incluso la tasa de la moda, terminó 2021 con un alza de precios del 0,7%, la menor desde 2014.

El calzado de mujer terminó 2021 con una inflación del 0,7%, la menor subida de precios desde 2014

IPC 2021. CALZADO DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje.



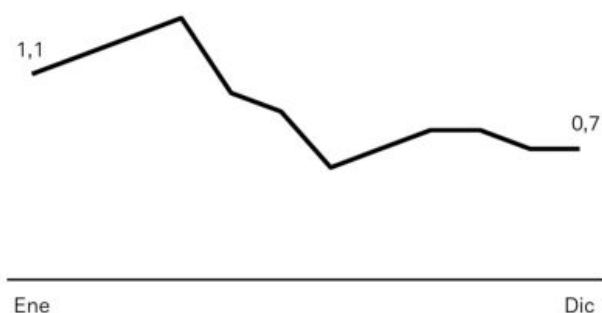
IPC 2012-2021. CALZADO DE HOMBRE

Variación anual. En porcentaje.



IPC 2021. CALZADO DE MUJER

Variación anual. En porcentaje.



IPC 2012-2021. CALZADO DE MUJER

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

PRECIOS

Al consumo

Calzado de niño y textiles y accesorios para el hogar

El calzado de niño y bebé, igual que el calzado de adulto, dibujó la tendencia contraria a la ropa y desaceleró su escalada de precios en 2021. En concreto, el Índice de Precios al Consumo (IPC) del sector se incrementó un 0,9% en 2021, frente al 1,2% de 2020.

La inflación del sector fue desacelerando a lo largo del año, marcando tasas superiores al

1% durante buena parte del ejercicio (llegando al 1,6% en septiembre), y moderándose en el último trimestre, con alzas del 0,8% en octubre, del 0,9% en noviembre y del 0,9% en diciembre.

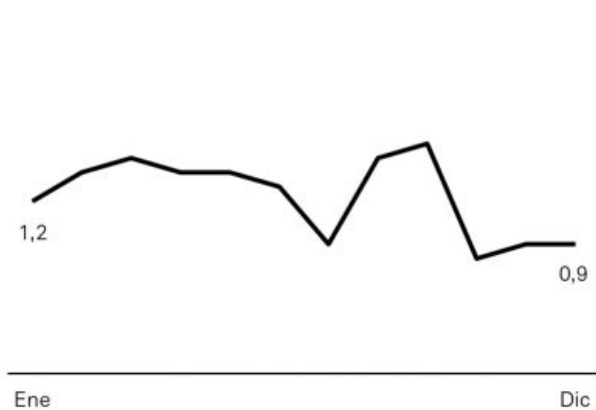
Este año, por primera vez, el informe recoge la evolución de los textiles y accesorios para el hogar, después de que la reparación de calzado, cuya evolución se había recogido en

las ediciones anteriores, saliera de la cesta de la compra tras la última revisión.

El textil hogar no forma parte de la categoría vestido y calzado, por lo que su evolución no afecta al IPC del conjunto del sector. En 2021, los precios de esta categoría se incrementaron un 2,6%, después de una década de tendencia deflacionista.

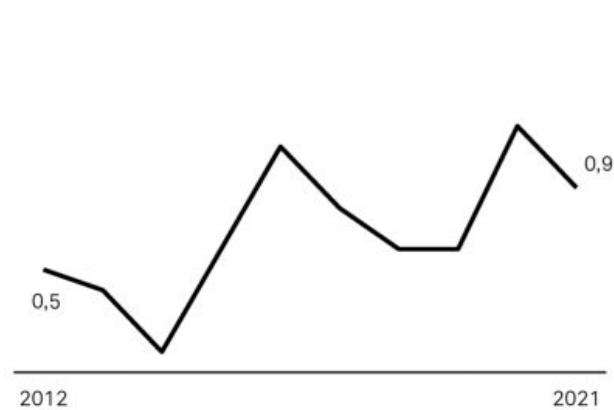
IPC 2021. CALZADO DE NIÑO Y BEBÉ

Variación anual. En porcentaje.



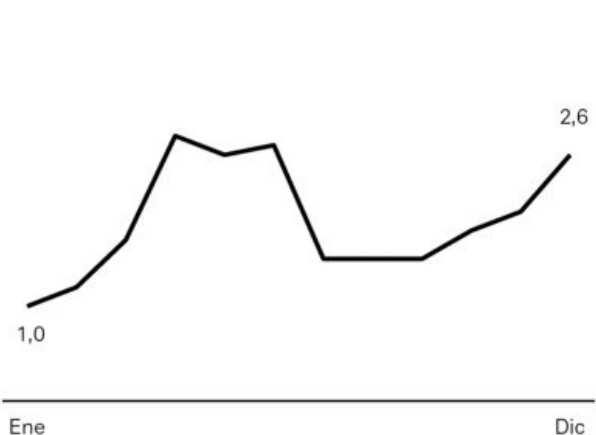
IPC 2012-2021. CALZADO DE NIÑO Y BEBÉ

Variación anual. En porcentaje.



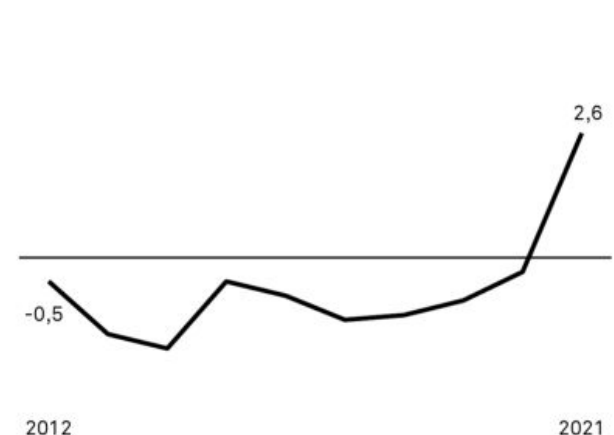
IPC 2021. TEXTILES Y ACCESORIOS PARA EL HOGAR

Variación anual. En porcentaje.



IPC 2012-2021. TEXTILES Y ACCESORIOS PARA EL HOGAR

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

PRECIOS

Industriales

Textil

A diferencia de lo que ocurrió en años anteriores, la inflación industrial en el sector de la moda superó notablemente la registrada por los precios al consumo en 2021, en parte por la escalada de los costes de la energía y el transporte.

En concreto, el Índice de Precios Industriales (Ipri) del textil se disparó un 5% en 2021, una subida histórica y que contrasta con la bajada del 0,2% de 2020 y las leves alzas del 0,4%, 0,2% y 0,1% de 2017, 2018 y 2019, respectivamente.

La inflación en el sector comenzó el año en tasas negativas, con bajadas del 0,5% en enero y del 0,1% en febrero, pero pronto comenzó a acelerar, superando la cuota del 1% en mayo, del 2% en julio, del 4% en noviembre y llegando al 5% en diciembre.

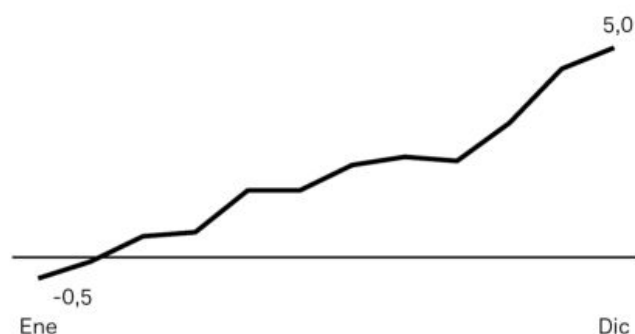
La principal responsable de esta inflación fue la categoría de acabado de textiles, muy expuesta a los costes energéticos, que incrementó sus precios un 8,3%.

Le siguió la preparación e hilado de fibras textiles, que se encareció un 7,2%. Por su parte, la fabricación de tejidos textiles, que había cerrado 2020 con una bajada de precios industriales del 4,5%, anotó una inflación del 6,9%, mientras que la fabricación de otros productos textiles se encareció un 0,4%, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

El Ipri de la industria textil registró en 2021 una subida histórica, del 5%, presionado por los costes de la energía

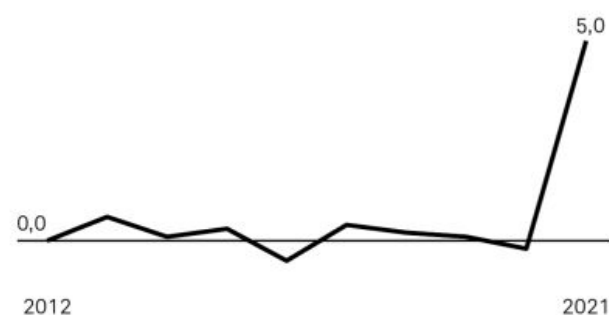
IPRI 2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual.
En porcentaje.



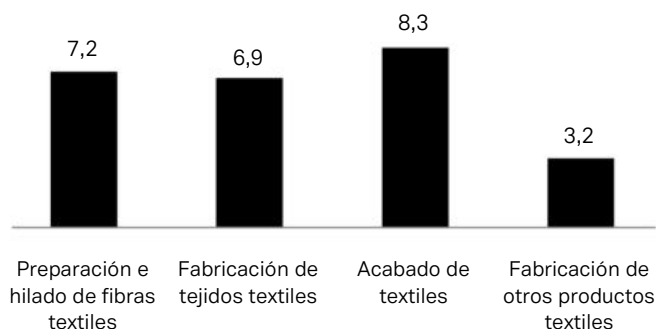
IPRI 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual.
En porcentaje.



IPRI POR SUBSECTORES 2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual.
En porcentaje.



Fuente: INE

PRECIOS

Industriales Confección

El Índice de Precios Industriales (Ipri) de la confección también anotó una inflación histórica en 2021, aunque con una subida de precios mucho más moderada que la registrada por los precios de la industria textil.

El sector registró una subida de precios del 1,1% en 2021, frente al alza de 0,7% de 2020 y las bajadas del 0,3% de los dos ejercicios anteriores, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Igual que ocurrió con el resto de subsectores de la industria de la moda, la escalada de precios fue acelerando durante el año, marcando subidas por debajo del 1% durante buena parte del ejercicio, hasta llegar al 1% en septiembre, volverse a moderar en octubre y finalmente cerrar noviembre y diciembre con tasas del 1% y del 1,1%, respectivamente.

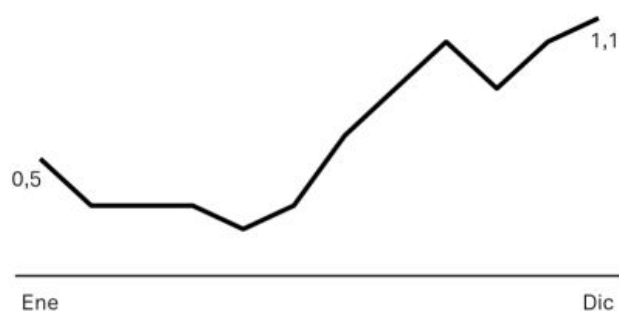
Por componentes, el motor de la inflación en la industria española de la confección fue la fabricación de prendas de vestir, con una subida de precios del 1,3% en 2021, mientras que las prendas de vestir de punto se encarecieron sólo un 0,3%.

Los resultados son opuestos a los registrados el año anterior, cuando la confección de prendas de vestir anotó una inflación del 0,3% y la de prendas de vestir de punto la más que duplicó, con una escapada de precios del 3,2% en el año del estallido de la pandemia.

La escalada de precios de la confección de prendas de vestir fue acelerando a lo largo del año

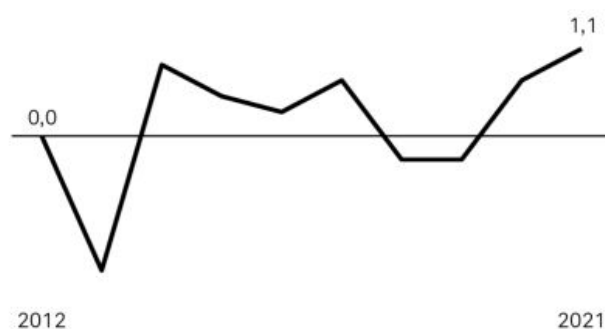
IPRI 2021. CONFECCIÓN

Variación anual.
En porcentaje.



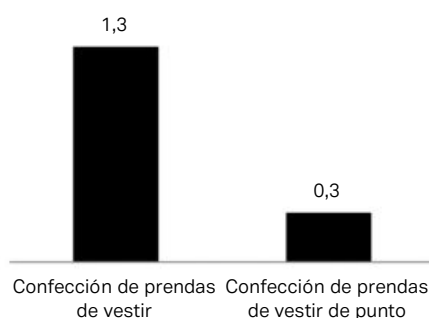
IPRI 2012-2021. CONFECCIÓN

Variación anual.
En porcentaje.



IPRI POR SUBSECTORES 2021. CONFECCIÓN

Variación anual.
En porcentaje.



Fuente: INE

PRECIOS

Industriales

Cuero y calzado

La industria del calzado, tradicionalmente menos inflacionista que la del textil y la confección, contuvo más sus precios durante el ejercicio 2021. En concreto, el Índice de Precios Industriales (Ipri) del cuero y el calzado aumentó un 0,9%, la mayor subida desde 2013, cuando el sector llegó a encarecerse un 1,9%. En los tres años anteriores, la inflación en el sector se había situado en el 0,7%.

La industria del calzado llegó a registrar tasas de inflación superiores al 1% e incluso al 2% antes de la Gran Recesión, pero desde 2009 se habían moderado sensiblemente, con tres excepciones: 2011, cuando los precios subieron un 2,2%, y 2012, cuando se incrementaron un 1,1%, y 2013, cuando el alza llegó al 1,9%.

La curva durante 2021 es más estable que la de los otros subsectores de la industria de la moda, y nunca llegó a superar la tasa del 1%. La menor subida fue la registrada en julio, del 0,2%, y la mayor, del 0,9%, con la que cerró el año. Por subcategorías, la tendencia se invirtió respecto a 2020: si, en el año de la pandemia, el cuero contrajo sus precios un 0,2% y la fabricación de calzado los incrementó un 1%, en 2021 la tendencia fue la inversa, con un incremento de precios del 1,2% en la industria del cuero y del 0,8% en el calzado.

La curva de la inflación de cuero y el calzado fue más estable que la de otros subsectores y no llegó a superar el 1%

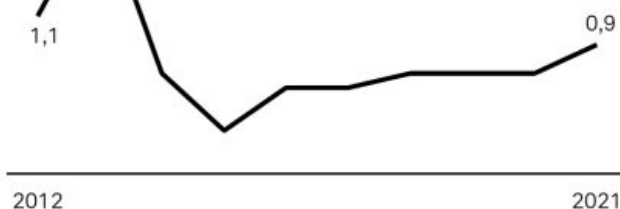
IPRI 2021. CUERO Y CALZADO VARIACIÓN ANUAL.

En porcentaje.



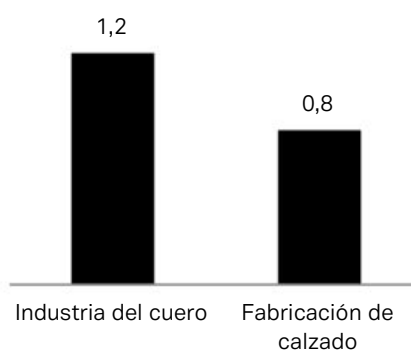
IPRI 2012-2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual.
En porcentaje.



IPRI POR SUBSECTORES 2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual.
En porcentaje.



Fuente: INE



PRECIOS

Exportaciones e importaciones

Textil

La inflación generalizada durante 2021 se tradujo también en un encarecimiento de las exportaciones industriales. El Índice de Precios de Exportación (Iprix) del textil se incrementó un insólito 6,7%, frente a la bajada del 1,8% anotada el año anterior. Durante el año, la aceleración de los precios fue galopante: el sector comenzó el año con un descenso en los precios de sus

exportaciones del 0,7% y del 0,2% en enero y febrero, pero en marzo la inflación llegó al 1% y desde entonces continuó acelerando hasta superar el 2% en junio, el 3% en julio, el 5% en agosto y el 6% en noviembre. Históricamente, la evolución del Iprix del textil había sido un poco errática, encadenando bajadas de hasta el 1,8% con subidas que llegar el 2% en 2012 o

incluso el 4% en 2010 y 2011.

Los precios de las importaciones, por su parte, dibujaron una escalada todavía más acusada durante 2021: comenzaron el año con una bajada del 3,1% y lo cerraron con una histórica subida del 8%. El alza se produce, además, después de un lustro deflacionista, que terminó con bajadas del 0,2% en 2019 y del 3,3% en 2020.

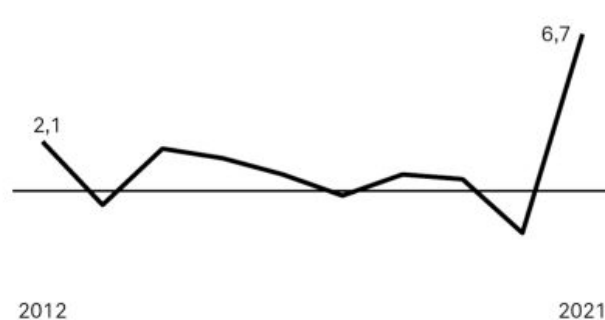
IPRIX 2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje.



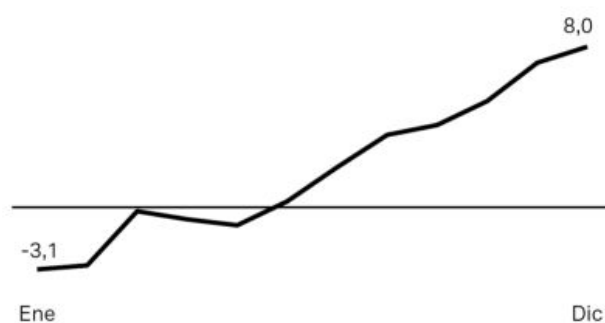
IPRIX 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje.



IPRIM 2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje.



IPRIM 2012-2021. INDUSTRIA TEXTIL

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

PRECIOS

Exportaciones e importaciones

Confección

El comercio exterior de confección también se encareció en 2021, aunque a ritmos muy inferiores que los del textil. En concreto, el Iprix de la industria de la confección anotó un alza del 2,2% en 2021, frente al descenso del 1,5% registrado en 2020 y en lo que supuso la mayor subida desde 2014, cuando la inflación llegó al 3,6%. Durante prácticamente toda la primera

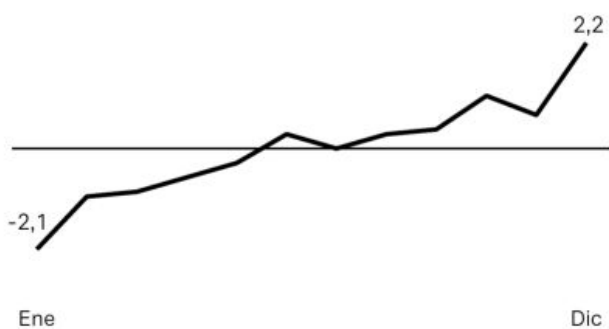
mitad del año, el Iprix de la confección se mantuvo en tasas negativas, pero aceleró en el último trimestre con subidas del 1,1% en octubre, del 0,7% en noviembre y del 2,2% en diciembre.

El Índice de Precios de Importación (Iprim), por su parte, se incrementó todavía más: las compras al extranjero de confección se encarecieron un 3,3%, después de un lustro deflacionista.

Durante prácticamente toda la primera mitad del año, el Iprix de la confección se mantuvo en tasas negativas

IPRIX 2021. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.



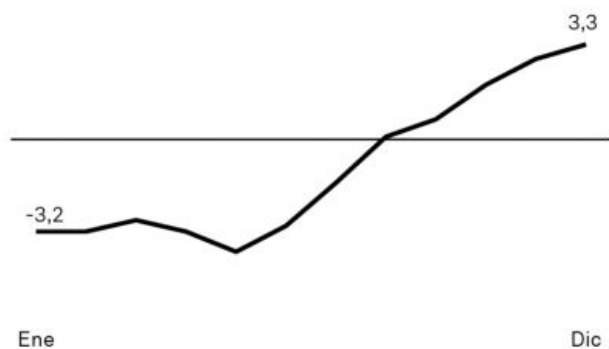
IPRIX 2012-2021. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.



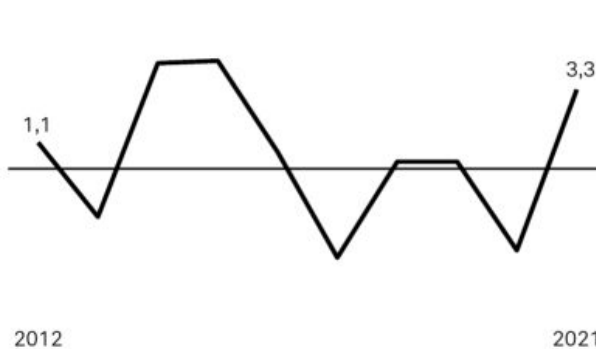
IPRIM 2021. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.



IPRIM 2012-2021. CONFECCIÓN

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

PRECIOS

Exportaciones e importaciones

Cuero y calzado

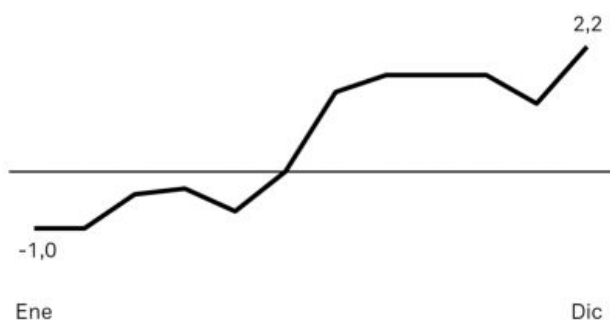
Tampoco las exportaciones e importaciones del calzado escaparon a la inflación generalizada. En 2021, el Iprix del cuero y el calzado se incrementó un 2,2%, después de anotar descensos casi cada año en los cinco ejercicios anteriores. La subida es la mayor desde 2014, el año en que se dio por terminada la Gran Recesión, cuando las exportaciones del sector se encarecieron un 2,6%:

Igual que el resto de indicadores, el Iprix del sector dibuja una curva ascendente mes a mes, tras comenzar 2021 encadenando cinco meses consecutivos en tasas negativas. El Iprim del sector, por su parte, anotó una subida interanual del 2% en 2021, la mayor desde 2015, cuando las compras al exterior de esta industria se catapultaron un 5,5%.

Las importaciones de cuero y calzado se encarecieron a su mayor ritmo desde 2015, según datos del INE

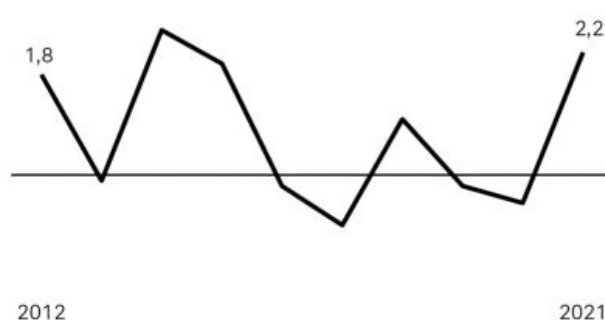
IPRIX 2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



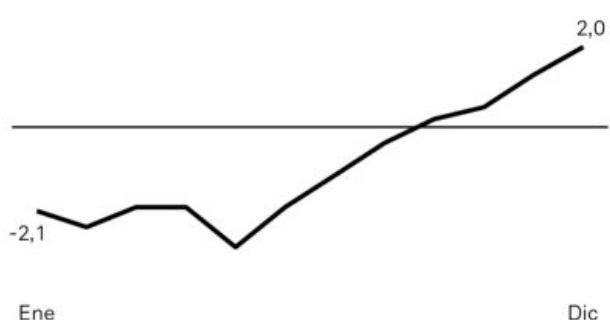
IPRIX 2012-2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



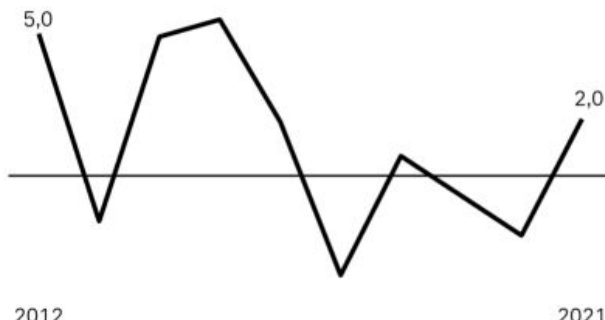
IPRIM 2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



IPRIM 2012-2021. CUERO Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE



4

COMUNIDADES AUTÓNOMAS

-
- 78... Comunidad Valenciana
 - 80... Cataluña
 - 82... Andalucía
 - 84... Galicia
 - 86... Comunidad de Madrid
 - 88... Castilla-La Mancha

COMUNIDADES AUTÓNOMAS

El ejercicio 2021 deja un nuevo *sorpasso* en el mapa de las comunidades autónomas más importantes para la industria de la moda. La Comunidad de Madrid recuperó la quinta posición por número de trabajadores, un puesto que le había arrebatado Castilla-La Mancha el año anterior. La primera plaza la sigue ostentando la Comunidad Valenciana, que alberga varios de los principales *hubs* productivos del calzado en España. La segunda posición es para Cataluña, que vuelve a ser también la número uno por facturación, rozando los 4.000 millones de euros de ingresos, según datos de 2020. Andalucía, que había superado a Galicia en el ranking en la anterior edición del informe, mantiene el bronce por fuerza laboral.

El único otro cambio en el ranking se da en la parte baja de la tabla, donde Asturias ha adelantado a Cantabria y se sitúa ahora tercera por la cola. Canarias, que escaló una posición en 2020, revalida la décimo cuarta posición, acercándose cada vez más a Navarra en número de trabajadores.


Teniendo en cuenta el número de empresas, la Comunidad Valenciana, también volvió a revalidar el oro, seguida de Cataluña y Andalucía. Completan el *top 5* Madrid (que aunque concentra menos empleo tiene más empresas que Galicia) y Castilla-La Mancha, según los últimos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Por facturación, el ranking lo lideran Cataluña, Comunidad Valenciana y Galicia, seguidas de Andalucía, que ha adelantado a Madrid.

Andalucía ha adelantado a Madrid en el ranking de principales comunidades autónomas para la moda

COMUNIDAD VALENCIANA

 33.600
 3.534
 4.605

REGIÓN DE MURCIA

 4.997
 328
 732

NAVARRA

 856
 115
 156

CATALUÑA

 31.039
 3.960
 4.161

LA RIOJA

 3.808
 457
 312




CANARIAS

 749
 31
 336

ANDALUCÍA

 10.516
 741
 2.542

ARAGÓN

 2.800
 240
 463

ASTURIAS

 649
 37
 213

GALICIA

 9.712
 1.500
 1.145


CASTILLA Y LEÓN

 2.075
 207
 553

CANTABRIA

 609
 108
 108

COMUNIDAD DE MADRID

 7.396
 735
 2.033

BALEARES

 1.677
 103
 381

EXTREMADURA


 346
 12
 196

CASTILLA-LA MANCHA

 7.250
 604
 1.201

PAÍS VASCO

 1.585
 123
 559

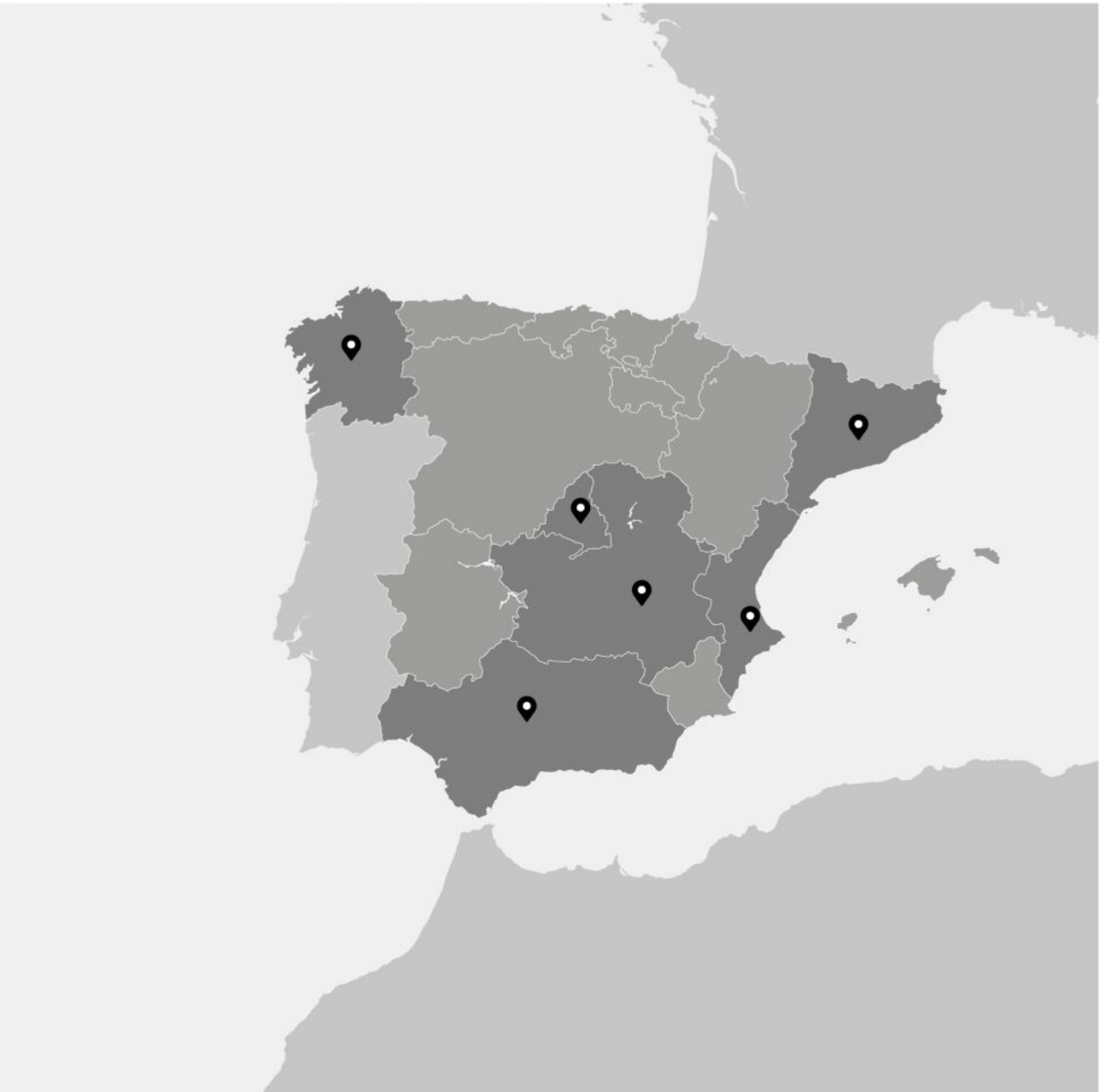
 TRABAJADORES

 FACTURACIÓN

 EMPRESAS

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

Fuente: INE y Seguridad Social



COMUNIDAD VALENCIANA

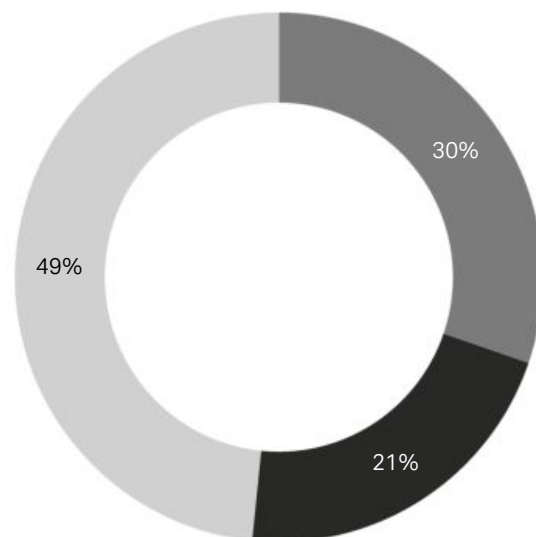
La Comunidad Valenciana vuelve a revalidar el oro como la comunidad autónoma más importante para la industria de la moda por número de empleados. La fuerza motora del sector en la región continúa siendo el calzado, con polos industriales clave como las alicantinas Elda, Elche y Petrer. Este segmento concentra casi la mitad del tejido empresarial en la autonomía, con una cuota del 48,4%, aunque ha perdido peso respecto al año anterior, cuando tenía una cuota del 49,9%.

Le sigue el textil, que ha arañado algo más de un punto, hasta el 30,3%, y la confección, que aporta el 21,3% del total de empresas de moda en la comunidad. Con todo, el número de compañías en la Comunidad Valenciana dedicadas al textil, la confección y el calzado se ha reducido en el último año, con un descenso del 4,9%, la mayor desde 2009, tras contraerse un 2,3% en 2020.

Pese a tener menos empresas, las exportaciones del sector de la Comunidad Valenciana se incrementaron notablemente en 2021, con un alza del 18,3%, tras contraerse un 16,2% en el año de la pandemia, según datos de Icxex España Exportación e Inversiones.

En empleo, los últimos datos disponibles del Instituto Nacional de Estadística (INE) corresponden a 2020, y arrojan un leve aumento del 2,7% pese al impacto que supusieron las restricciones por el Covid-19. De hecho, la subida fue la más alta desde 2015 y se produjo tras una contracción del 3,8% en 2019.

El calzado copa casi la mitad del tejido empresarial en la Comunidad Valenciana, aunque ha perdido peso



EMPRESAS POR SECTOR 2021

- TEXTIL
30,3%
- CONFECCIÓN
21,3%
- CUERO Y CALZADO
48,4%

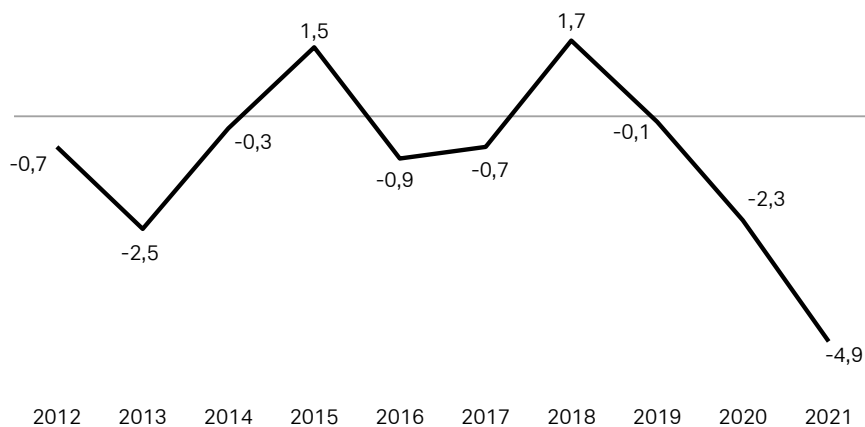
Fuente: INE

-4,9%

El número de compañías dedicadas al textil, la confección y el calzado en la Comunidad Valenciana volvió a descender.

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

Variación anual. En porcentaje.

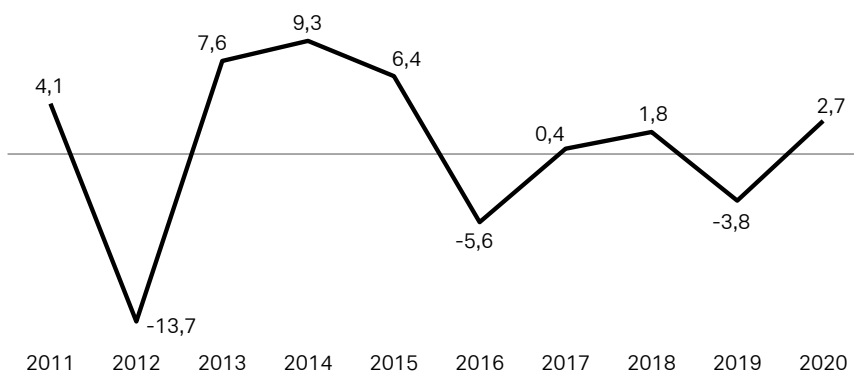


Fuente: INE

Pese a que el número de empresas de moda en la Comunidad Valenciana se redujo, el sector en su conjunto recuperó músculo exterior en 2021, con un alza del 18,1% en las exportaciones.

FACTURACIÓN 2011-2020.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO

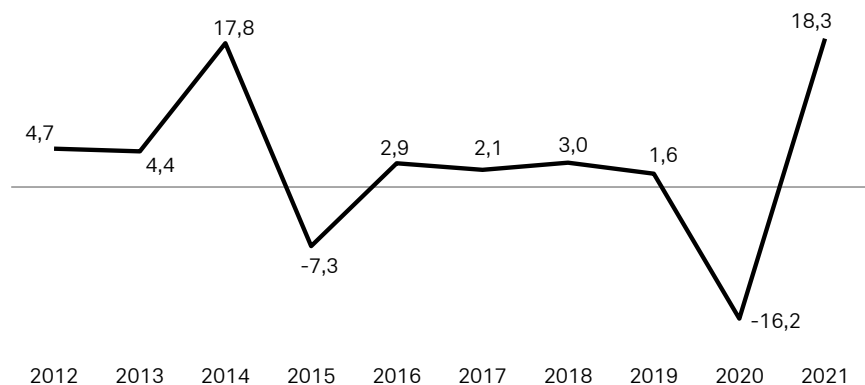
Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

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

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: ICEX

CATALUÑA

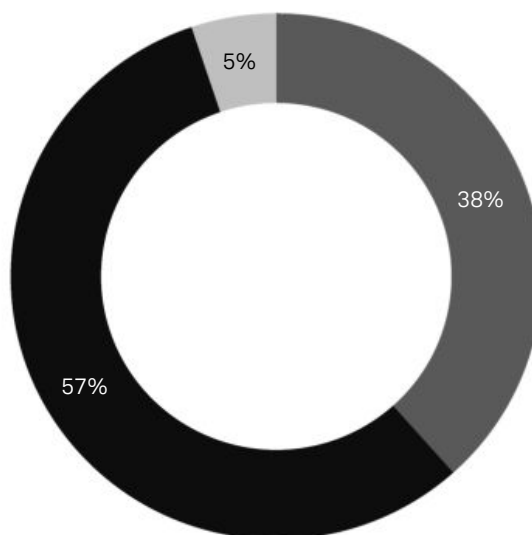
Cataluña, un *hub* productivo histórico del textil en España, mantiene también la segunda posición por volumen de empleados en el último ejercicio, y vuelve a situarse como la número uno por facturación agregada en las industrias del textil, la confección y el calzado.

El reparto de empresas por sectores se mantiene muy similar al año anterior: casi la mitad del tejido empresarial de moda en la región se dedica a la confección, algo más de un 38% está especializado en industria textil y apenas un 5% a calzado, un sector con menos tradición en Cataluña.

En total, en la comunidad autónoma hay 4.161 empresas dedicadas a la industria textil, según los últimos datos del Directorio central de Empresas, correspondientes al 1 de enero de 2021. El dato supone una contracción del 1,9% respecto al año anterior, con lo que ya encadena tres años consecutivos destruyendo tejido empresarial. También ha evolucionado a la baja la facturación, que llevaba ya varios ejercicios encadenando bajadas con tímidos ascensos. En 2020, el último año del que hay datos disponibles, los ingresos de las empresas de la industria de la moda en Cataluña retrocedieron un 2,3%, frente al descenso del 3,6% de 2019 y el leve incremento del 0,4% de 2018.

La única nota positiva son las exportaciones, que anotaron un fuerte rebote en 2021, con un alza del 23,5%, tras el descenso del 17,8% registrado en el año del estallido de la pandemia.

La confección es el sector mayoritario en la industria de la moda en Cataluña, con cerca del 50% de las empresas



EMPRESAS POR SECTOR 2021

- TEXTIL
38,4%
- CONFECCIÓN
56,4%
- CUERO Y CALZADO
5,2%

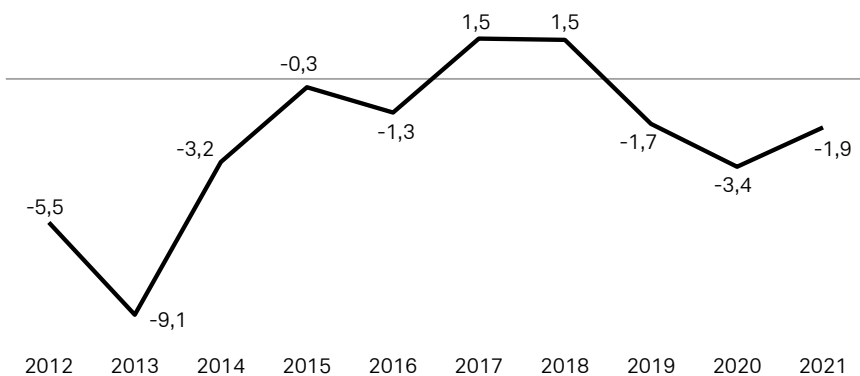
Fuente: INE

4.161

El tejido industrial catalán en la moda encadena tres años en descenso, hasta unas 4.000 empresas en 2021.

**EMPRESAS 2012-2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

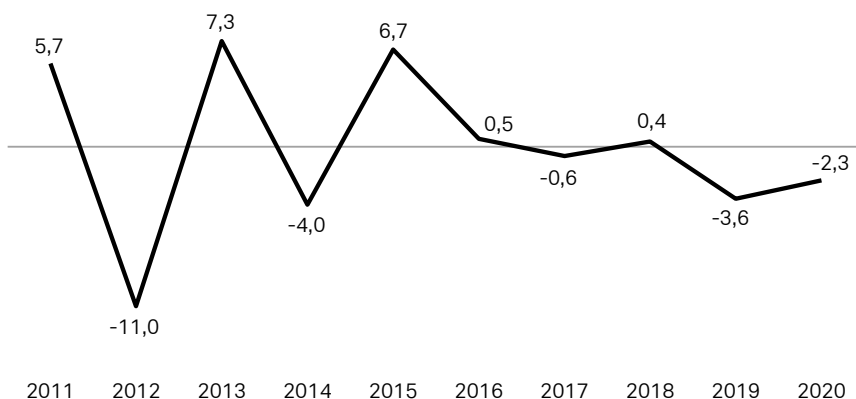
Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

**FACTURACIÓN 2011-2020.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

Variación anual. En porcentaje.

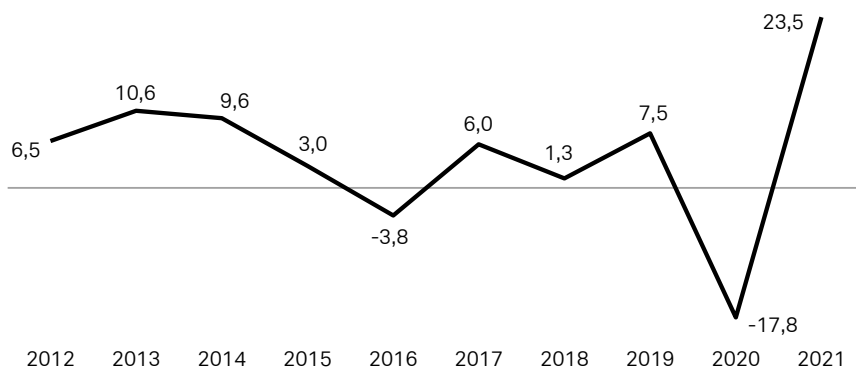


Fuente: INE

El tejido empresarial dedicado a la industria textil, de la confección y del calzado en Cataluña se contrajo en 2021 por cuarto año consecutivo, pero las exportaciones anotaron una fuerte recuperación

**EXPORTACIONES 2012-2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: ICEX

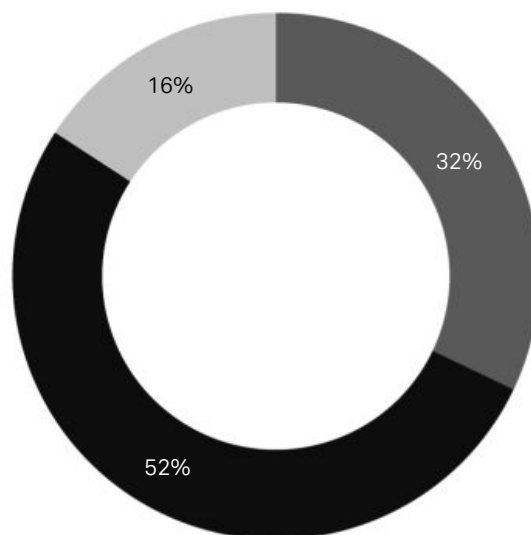
ANDALUCÍA

Andalucía consolida su posición en el bronce un año después de arrebatárselo a Galicia. En la comunidad autónoma hay 10.516 personas dedicadas a la industria textil, de la confección y el calzado, según datos correspondientes a 2020 de la última Estadística Estructural de Empresas del sector industrial, elaborada por el Instituto Nacional de Estadística (INE).

Andalucía es también la tercera por número de empresas, con una red de 2.542 compañías, pero la cuarta por facturación, con 741 millones de euros en 2020, el último año del que hay datos disponibles.

Más de la mitad de las empresas, un 52,1%, se dedican a la confección; otro 32,1%, al textil, y el 15,8% restante, al cuero y el calzado. En 2021, Andalucía continuó sumando nuevas compañías en el sector, con un alza del 2,1%, con lo que encadena ya siete años consecutivos de creación de empresas, una racha que no logró frenar ni el estallido de la pandemia.

También la facturación continuó al alza, en parte por el importante peso del sector textil, que mantuvo relativamente su actividad gracias a la producción de mascarillas y otros equipos de protección. En concreto, el negocio agregado de las empresas dedicadas a la industria de la moda en Andalucía se incrementó un 1,7% en 2020. Las exportaciones, por su parte, se contrajeron un 5,7% ese año, pero volvieron a repuntar en 2021, con un alza del 10,1%, según los últimos datos de Icx España Exportación e Inversiones.



EMPRESAS POR SECTOR 2021

- TEXTIL
32,1%
- CONFECCIÓN
52,1%
- CUERO Y CALZADO
15,8%

Andalucía se consolida en el bronce por número de empresas y también por empleados en la industria de la moda

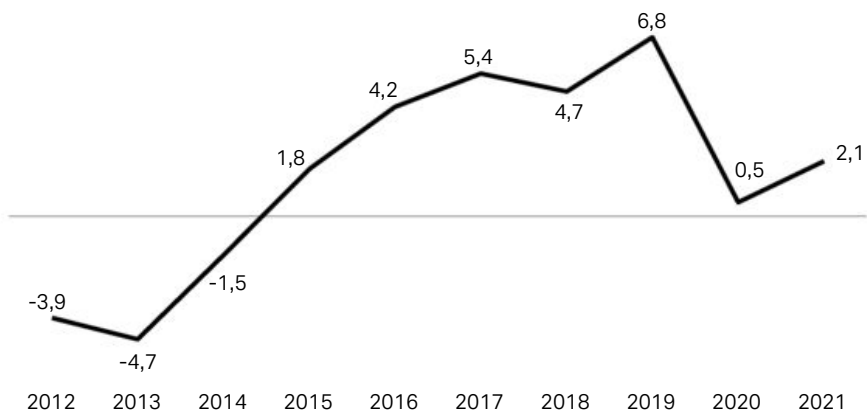
Fuente: INE

10.000

En Andalucía trabajan más de 10.000 personas en las industrias del textil, la confección, el cuero y el calzado.

**EMPRESAS 2012-2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

Variación anual. En porcentaje.

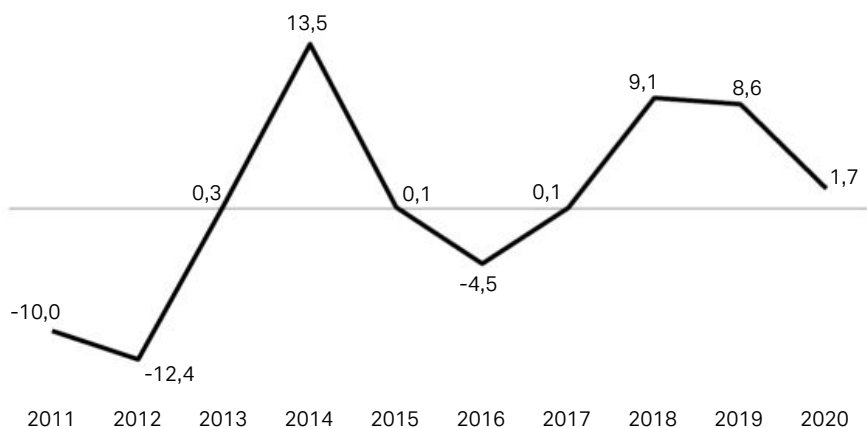


Fuente: INE

La facturación de la industria de la moda en Andalucía esquivó el golpe y continuó al alza en 2020, en parte por el importante peso del sector textil, que salvó el año gracias a la producción de mascarillas

**FACTURACIÓN 2011-2020.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

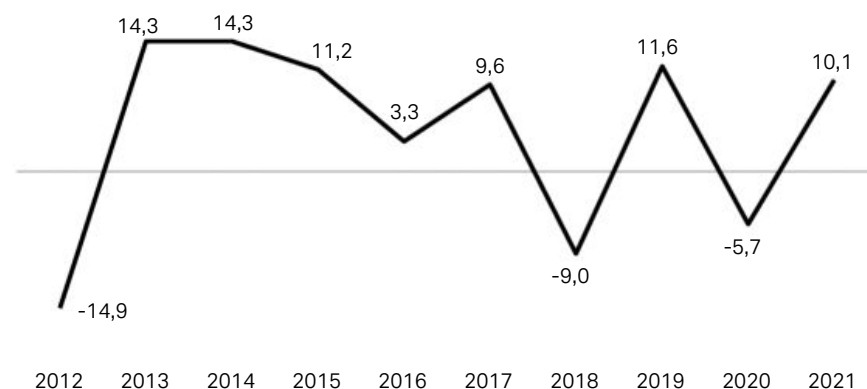
Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

**EXPORTACIONES 2012-2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: ICEX

GALICIA

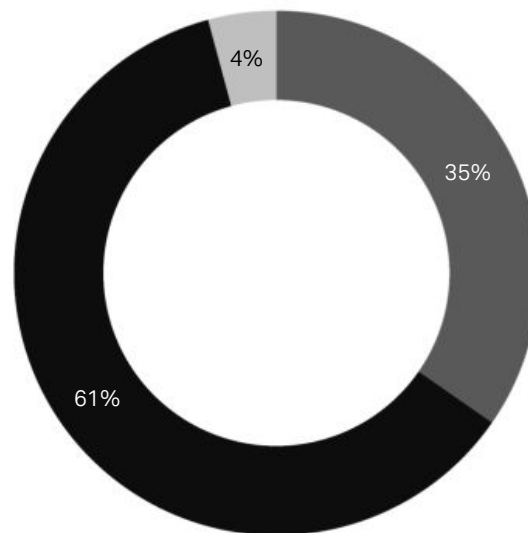
Galicia no ha logrado recuperar la tercera plaza en el ranking de comunidades autónomas más relevantes para la industria de la moda por número de trabajadores, pero sí se mantiene como la número tres por facturación. En términos de empresas, ocupa el quinto puesto, con 1.145 compañías, de las cuales el 61,1% se dedican a la confección de prendas de vestir, un 34,7% están especializadas en la industria textil y apenas un 4,2% tienen como actividad principal el cuero y el calzado.

El tejido industrial en la comunidad autónoma encadena ya dos años contrayéndose, tras reducirse un 6,1% en 2020 y un 2,8% en 2021, según los últimos datos del Directorio Central de Empresas (Dirce) del Instituto Nacional de Estadística (INE). De hecho, salvo en 2018 y 2019, cuando anotó tímidas subidas del 0,2%, el número de empresas en Galicia encadena ya más de dos décadas sin crecer.

El comercio exterior, en cambio, se recuperó con fuerza en 2021, anotando un crecimiento del 28,1%, después de haberse contraído un 25,2% en el año de la pandemia y recuperando la tendencia de alzas a doble dígito que había mantenido hasta 2017.

En términos de facturación agregada, donde los últimos datos datan de 2020, las empresas gallegas del textil, la confección y el calzado sufrieron menos que las de otras comunidades autónomas el golpe de la pandemia y contrajeron su negocio sólo un 3,3%, según los últimos datos del INE.

Galicia es la tercera comunidad autónoma más importante para el sector en términos de facturación



EMPRESAS POR SECTOR 2021

- TEXTIL
34,7%
- CONFECCIÓN
61,1%
- CUERO Y CALZADO
4,2%

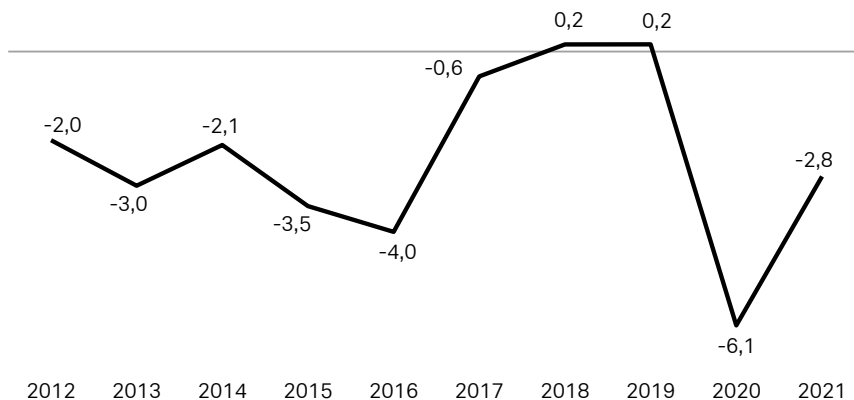
Fuente: INE

-2,8%

El número de empresas en Galicia volvió a caer y encadena ya más de dos décadas en descenso, salvo 2018 y 2019.

**EMPRESAS 2012-2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

Variación anual. En porcentaje.

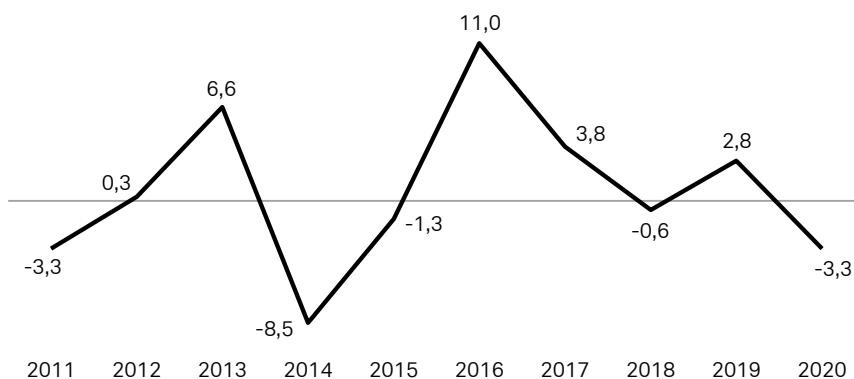


Fuente: INE

El tejido industrial del textil, la confección y el calzado en la comunidad gallega encadena ya más de dos décadas sin crecer, con las únicas excepciones de 2018 y 2019, cuando anotó tímidas subidas

**FACTURACIÓN 2011-2020.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

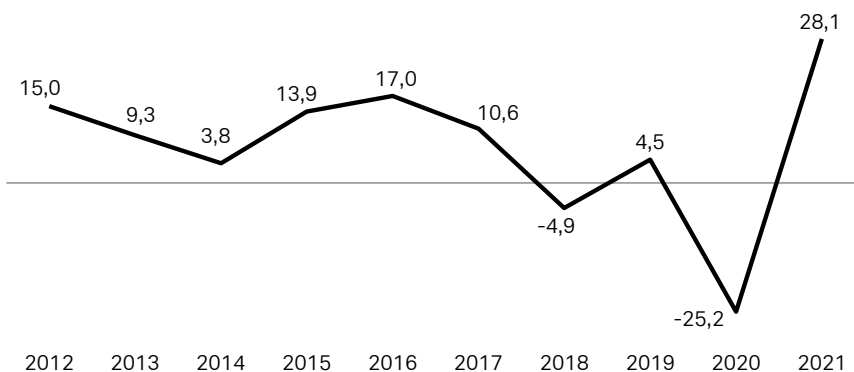
Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

**EXPORTACIONES 2012-2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: ICEX

COMUNIDAD DE MADRID

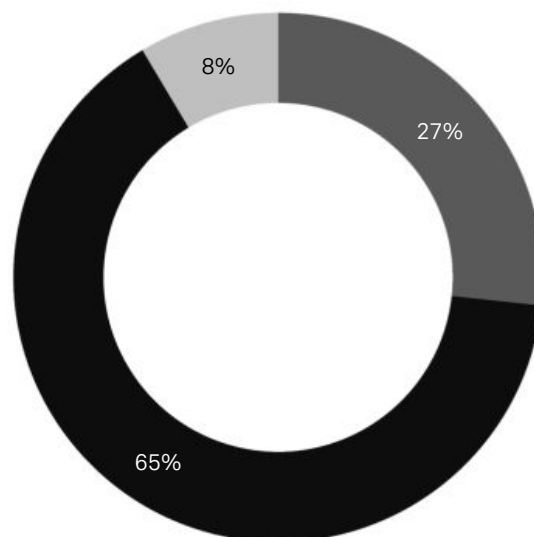
La Comunidad de Madrid recupera la quinta posición, tras superar a Castilla-La Mancha en número de trabajadores en el sector del textil, la confección y el calzado. En concreto, la comunidad que alberga la capital de España concentró en 2020 a 7.396 personas en los tres sectores, frente a los 7.250 empleados en Castilla-La Mancha. Madrid es también la quinta principal autonomía para el sector en términos de facturación, y la cuarta en número de empresas, con 2.033 compañías.

De ellas, la gran mayoría de las sociedades activas, un 64,7%, se dedican a la industria de la confección, aunque también hay otro 26,7% especializado en textil y un 8,6% está especializado en la industria del cuero y el calzado, según datos a 1 de enero de 2021.

Aún así, el puesto en el ránking por tejido empresarial podría estar en riesgo de mantenerse la tendencia de los últimos dos años: en 2020, Madrid perdió un 1,3% de su red de compañías y en 2021, otro 2,8%.

La facturación también arroja resultados negativos por impacto de la pandemia: después de tres años en ascenso, la cifra de negocio agregada de las empresas de la región se contrajo un 4,3%. Las exportaciones, en cambio, siguieron la tendencia detectada en otras autonomías y anotaron un fuerte rebote, del 26,3%, pese a que la caída en 2020 había sido moderada, de sólo el 3,8%, incluyendo las ventas al extranjero de textil, confección y calzado.

La Comunidad de Madrid recuperó la quinta posición por número de trabajadores, que había mantenido históricamente



EMPRESAS POR SECTOR 2021

- TEXTIL
26,7%
- CONFECCIÓN
64,7%
- CUERO Y CALZADO
8,6%

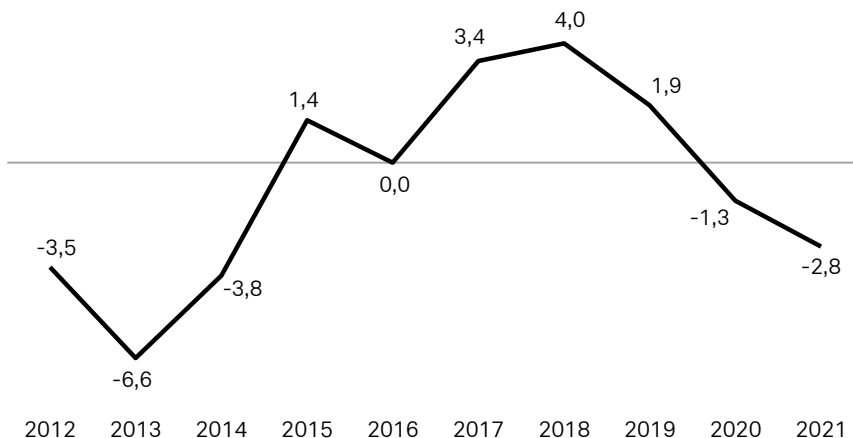
Fuente: INE

-2,8%

El número de empresas dedicadas a la industria de la moda en Madrid se contrajo un 2,8% en 2021.

**EMPRESAS 2012-2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

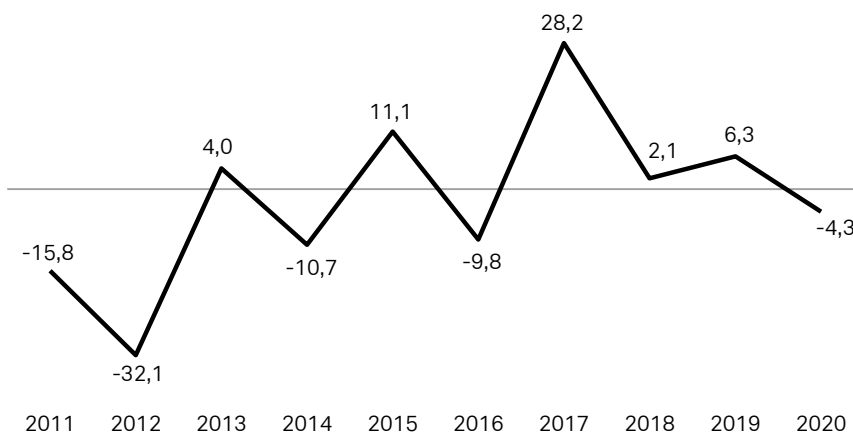
Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

**FACTURACIÓN 2011-2020.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

Variación anual. En porcentaje.

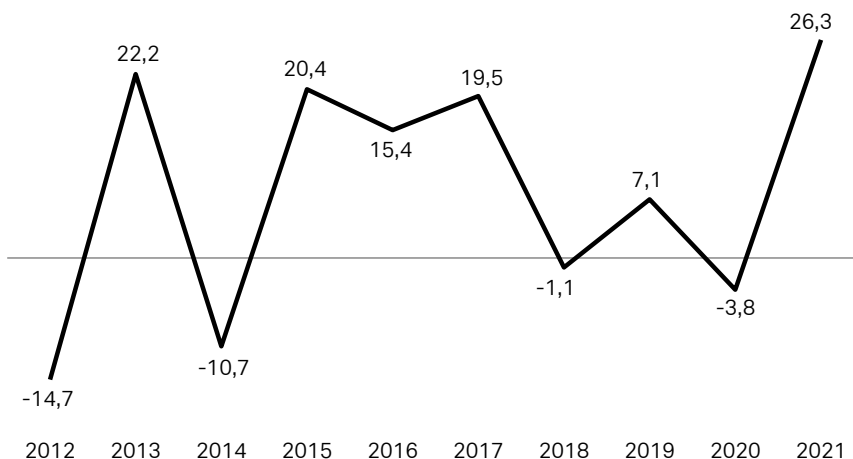


Fuente: INE

Las empresas madrileñas del sector de la moda rompieron su buena racha y redujeron su facturación un 4,3% en 2020 como consecuencia del estallido de la pandemia

**EXPORTACIONES 2012-2021.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO**

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: ICEX

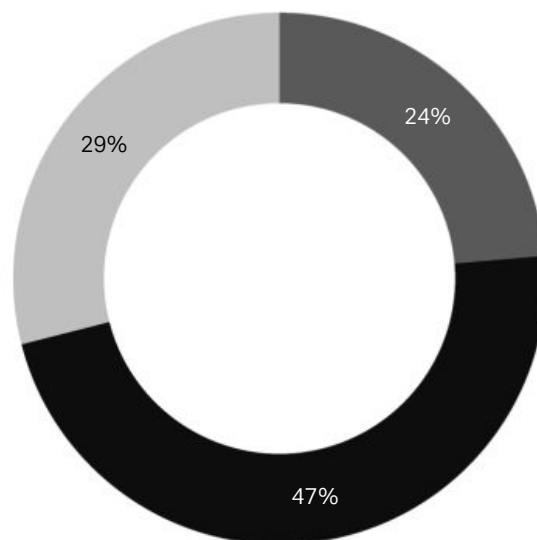
CASTILLA- LA MANCHA

Castilla-La Mancha pierde el avance registrado en 2020 y se sitúa en la sexta posición por importancia para la industria de la moda por volumen de empleados. En la comunidad autónoma trabajan 7.250 personas en el textil, la confección y el calzado, frente a los 7.396 empleados en Madrid. Castilla-La Mancha es algo menos relevante en términos de facturación, con unos ingresos agregados de 604 millones de euros, pero en número de empresas supera a Galicia, con 1.201 compañías dedicadas a estos tres subsectores industriales.

Además, cuenta con uno de los tejidos industriales más diversos dentro de las grandes comunidades relevantes para la industria de la moda en España: del total de empresas dedicadas al sector, algo menos de la mitad, un 47,4%, se dedican a la confección; un 29%, al calzado, y un 23,6%, al textil.

Con todo, la tendencia de crecimientos se ha enfriado en el último trienio, con tres descensos consecutivos. Sólo en 2021, el número de compañías se contrajo un 0,4%. La facturación también ha evolucionado a la baja, aunque mucho menos que en otras comunidades, gracias en parte a esa diversificación. En concreto, las compañías manchegas del sector contrajeron sus ingresos un 1,5% en 2020, según los últimos datos disponibles. En cambio, la recuperación de las exportaciones ha sido más moderada que en otras autonomías: tras desplomarse un 26,1% en 2020, subieron un 6,8% en 2021.

Castilla-La Mancha tiene uno de los tejidos industriales más diversificados en el sector de la moda



EMPRESAS POR SECTOR 2021

- TEXTIL
23,6%
- CONFECCIÓN
47,4%
- CUERO Y CALZADO
29,0%

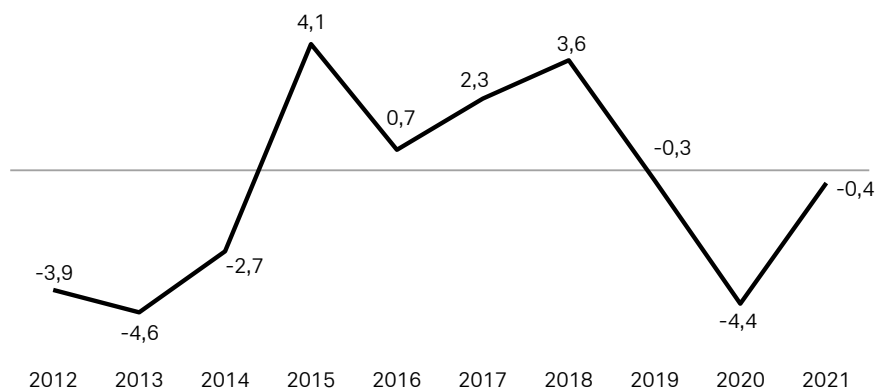
Fuente: INE

7.250

Castilla-La Mancha pierde la quinta posición en favor de Madrid, con 7.000 empleados en el sector en 2021.

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

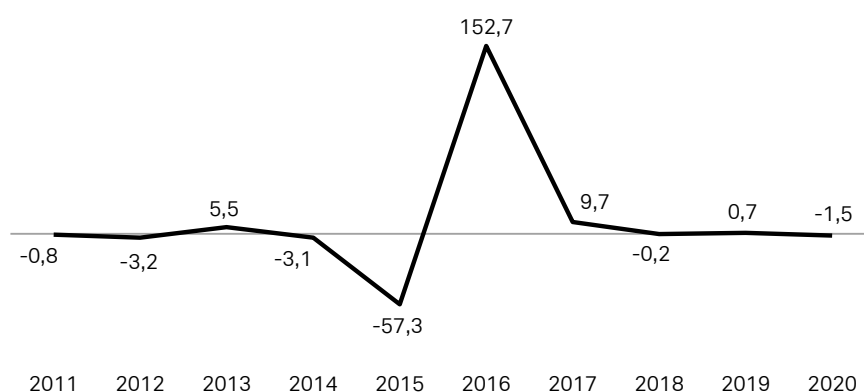
Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

FACTURACIÓN 2011-2020.
TEXTIL, CONFECCIÓN, CUERO
Y CALZADO

Variación anual. En porcentaje.

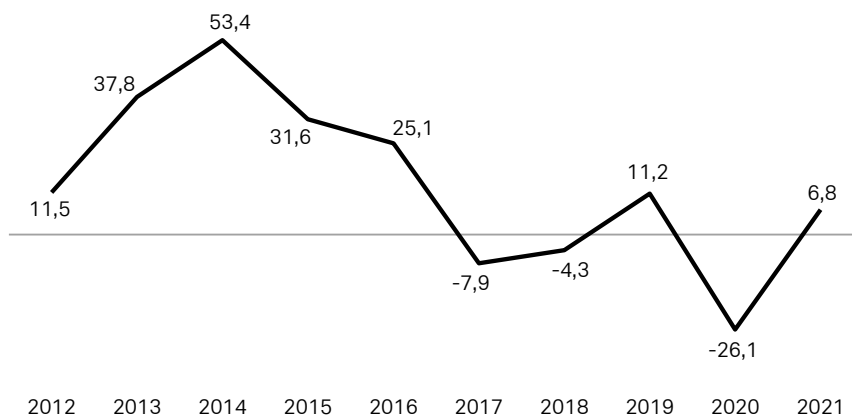


Fuente: INE

La recuperación de las exportaciones de moda de Castilla-La Mancha ha sido más moderada que la registrada en otras autonomías, con un crecimiento del 6,8% en 2021

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

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: ICEX

5

COMERCIO TEXTIL

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

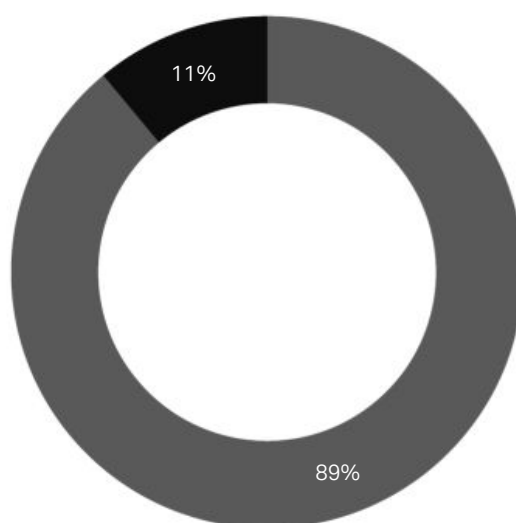
DISTRIBUCIÓN MAYORISTA Y MINORISTA

Las restricciones impuestas para frenar el avance de la pandemia supusieron un fuerte zarpazo a la facturación del comercio en 2020, el último año del que hay datos disponibles en el Instituto Nacional de Estadística (INE). La cifra de negocio agregada del sector (incluyendo comercio al por mayor y al por menor) se contrajo un 7,1% en 2020, hasta 726.551 millones de euros.

El golpe fue todavía mayor en el sector de la moda, aunque varía mucho en los diferentes subsectores. El comercio al por mayor se vio menos impactado que el retail, que perdió más de un tercio del año debido a las restricciones. En cualquier caso, todos los distintos segmentos del comercio de moda sufrieron más que el conjunto del comercio.

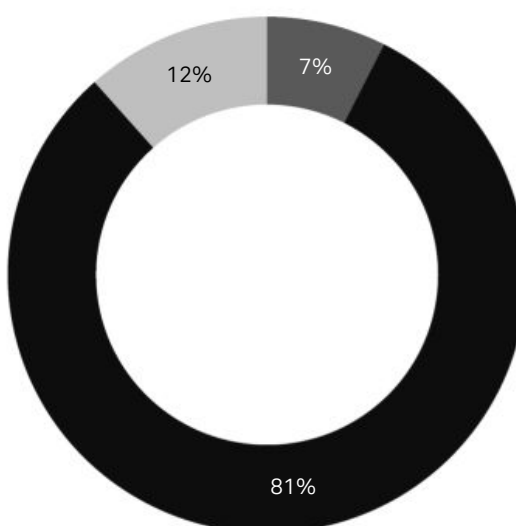
Dentro de la moda, el menos afectado fue el comercio al por mayor de textiles, que contrajo su facturación un 9% en el año de la pandemia, mientras que el comercio al por mayor de prendas, mucho más importante en volumen, se desplomó un 21,7%. Las caídas fueron más agudas dentro del comercio al por menor, aunque de nuevo el textil fue el segmento que menos sufrió. En concreto, las tiendas especializadas en textiles redujeron su facturación un 12,2%, hasta 1.408 millones de euros. En cambio, los comercios de ropa, con diferencia los más importantes por facturación, contrajeron sus ingresos un 26,2%, hasta 15.271 millones de euros. El sector más afectado fue el calzado: las zapaterías desplomaron sus ventas un 31,8% en 2020, hasta 2.184 millones de euros.

El comercio al por menor de calzado fue uno de los más afectados, con un descenso del 31,8%



FACTURACIÓN POR TIPO DE PRODUCTO 2020. COMERCIO MAYORISTA

- PRENDAS DE VESTIR Y CALZADO
89,0%
- TEXTILES
11,0%



FACTURACIÓN POR TIPO DE PRODUCTO 2020. COMERCIO MINORISTA

- TEXTILES
7,5%
- PRENDAS DE VESTIR
81,0%
- CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO
11,6%

Fuente: INE

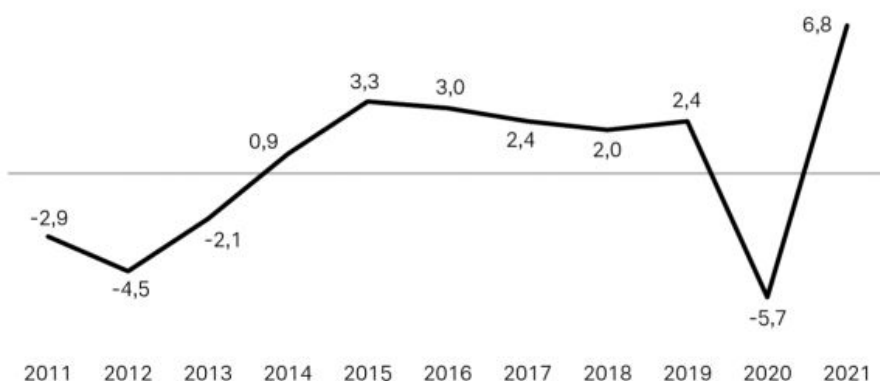
Los datos de comercio revelan el fuerte rebote registrado por las ventas minoristas tras un año marcado por las restricciones al retail físico derivadas de la pandemia. El Índice de Comercio al por Menor (ICM) general, que incluye también establecimientos que se vieron beneficiados durante el Covid-19, como los supermercados, se contrajo un 5,7% en 2020, lo que fue la bajada más notoria en diez años, y subió un 6,8% en 2021, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

La categoría de equipo personal, donde se incluyen los artículos de moda, había crecido en los últimos años por encima del ICM general, salvo 2018, cuando anotó un alza de apenas el 0,2%. Con la llegada del Covid-19, fue uno de los sectores más afectados y las ventas se desplomaron un 27,3%, la mayor caída de la serie histórica. En 2021, todavía marcado por las restricciones intermitentes, las ventas rebotaron, pero no lo suficiente para recuperar el terreno perdido, con un alza del 21,2%. La evolución estuvo muy condicionada por los dos primeros meses del año, en los que la base comparable era todavía pre-Covid: en enero, las ventas de equipo personal se desplomaron un 30,8% y en febrero anotaron otro descenso del 29,7%. Después, comenzaron una racha de alzas a doble dígito que se vio muy condicionada por las sucesivas olas de la pandemia, oscilando entre subidas del 9,9% en julio y de más del 40% en noviembre, e incluso aumentos a triple dígito en abril.

Las ventas de comercio de equipo personal se recuperaron, pero no lo suficiente para compensar el desplome de la pandemia

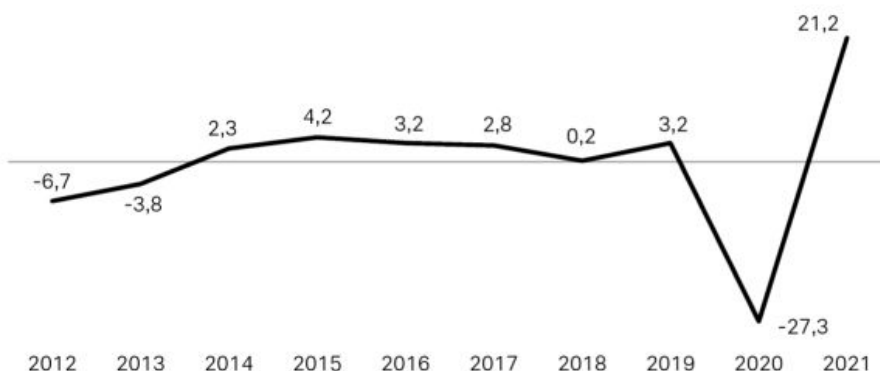
ÍNDICE DE COMERCIO AL POR MENOR 2012-2021. GENERAL

Variación anual. En porcentaje.



ÍNDICE DE COMERCIO AL POR MENOR 2012-2021. EQUIPO PERSONAL

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: INE

FACTURACIÓN, EMPLEO Y PUNTOS DE VENTA

-16,2%

Tras el histórico descenso registrado en 2020, la facturación del comercio textil volvió a contraerse en 2021, con un descenso del 16,2%.

El comercio específico de moda continúa lejos de la recuperación. Tras el fuerte desplome registrado en 2020, el comercio textil anotó otro descenso del 16,2% en 2021, según datos de la Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex). La patronal argumentó el nuevo descenso por el peso de los dos primeros meses del año (cuando se anotaron fuertes contracciones debido a que la base comparable no estaba aún afectada por la pandemia), sumado al efecto de la borrasca Filomena, que paralizó Madrid durante prácticamente una semana.

En términos absolutos, la facturación del comercio textil se situó en 8.902 millones de euros, lo que supuso el mínimo de la serie histórica, que se remonta a 1997. En total, la pandemia se salda con una pérdida del 50,8% del negocio del sector, lo que equivale a 9.000 millones de euros en dos años. El zarpazo es considerablemente mayor al de la Gran Recesión: en 2013, el año más duro de la crisis financiera, las ventas de moda se redujeron un 31%, lo que equivalía a unos 7.000 millones de euros menos.

La mala evolución en términos de ventas se refleja también en el empleo y la red de estable-

cimientos especializados en moda. El número de trabajadores en el comercio textil se contrajo de nuevo en 2021, con un descenso del 5%, hasta 164.846 trabajadores, y la red de tiendas, que se había mantenido relativamente estable en los últimos años pese a los ajustes realizados por las grandes cadenas, retrocedió un 5,2%, hasta 44.672 puntos de venta.

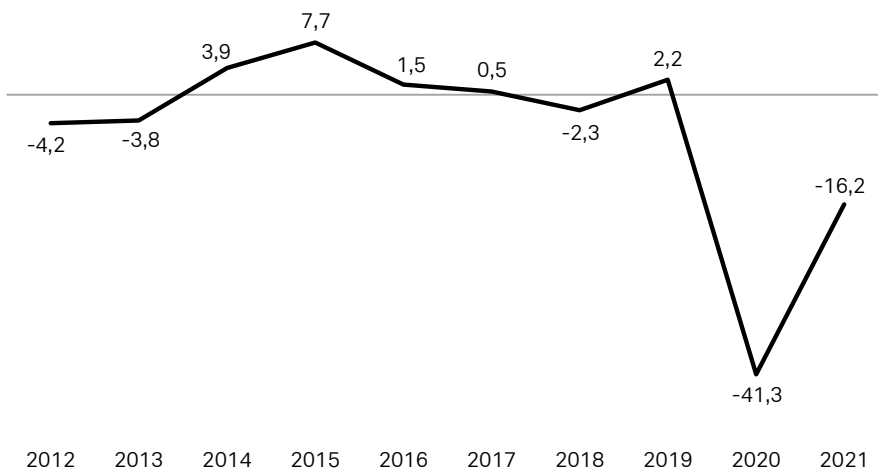
Desde 2019, el sector ha destruido el 30% de su red comercial, el equivalente a 17.000 tiendas, y eliminado el 18% de su plantilla, con 9.000 trabajadores menos, dejando ambos indicadores en mínimos históricos.

EL COMERCIO TEXTIL EN ESPAÑA 2021

FACTURACIÓN	8.902	MILLONES DE EUROS
NÚMERO DE EMPLEADOS	163.846	TRABAJADORES
FACTURACIÓN/EMPLEADO	54.332	EUROS
PUNTOS DE VENTA	44.672	COMERCIOS

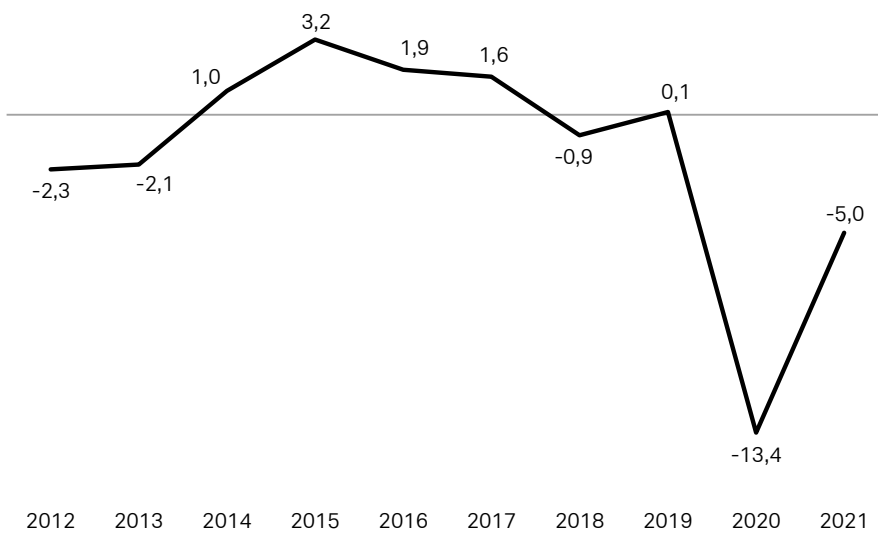
**FACTURACIÓN 2012-2021.
COMERCIO TEXTIL**

Variación anual. En porcentaje.



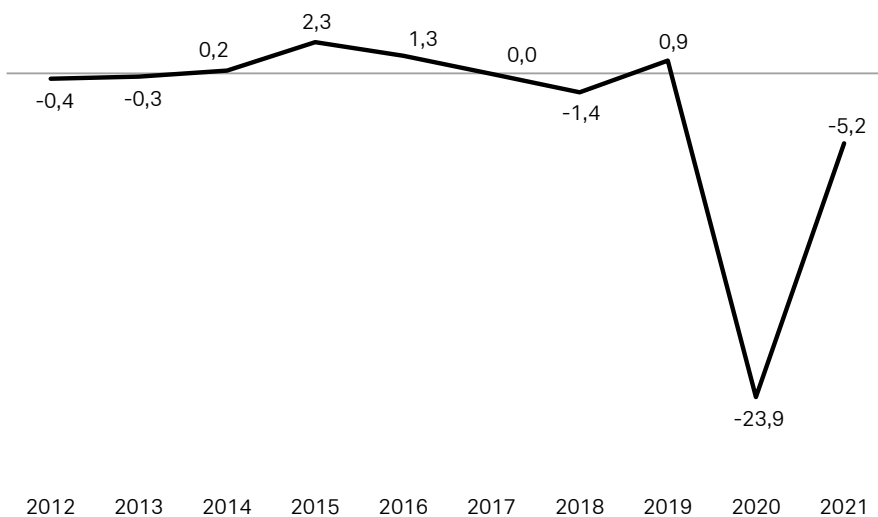
**NÚMERO DE TRABAJADORES
2012-2021. COMERCIO TEXTIL**

Variación anual. En porcentaje.



**PUNTOS DE VENTA 2012-2021.
COMERCIO TEXTIL**

Variación anual. En porcentaje.



Fuente: Acotex

COMUNIDADES AUTÓNOMAS

La Comunidad de Madrid continúa liderando el ránking de las comunidades autónomas más importantes para el comercio textil en términos de facturación. La región aportó en 2021 el 17,1% de las ventas totales del sector, aunque perdió ligeramente peso respecto al año anterior, cuando suponía el 17,3% del negocio, según datos del informe *El comercio textil, en cifras*, elaborado por la Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex).

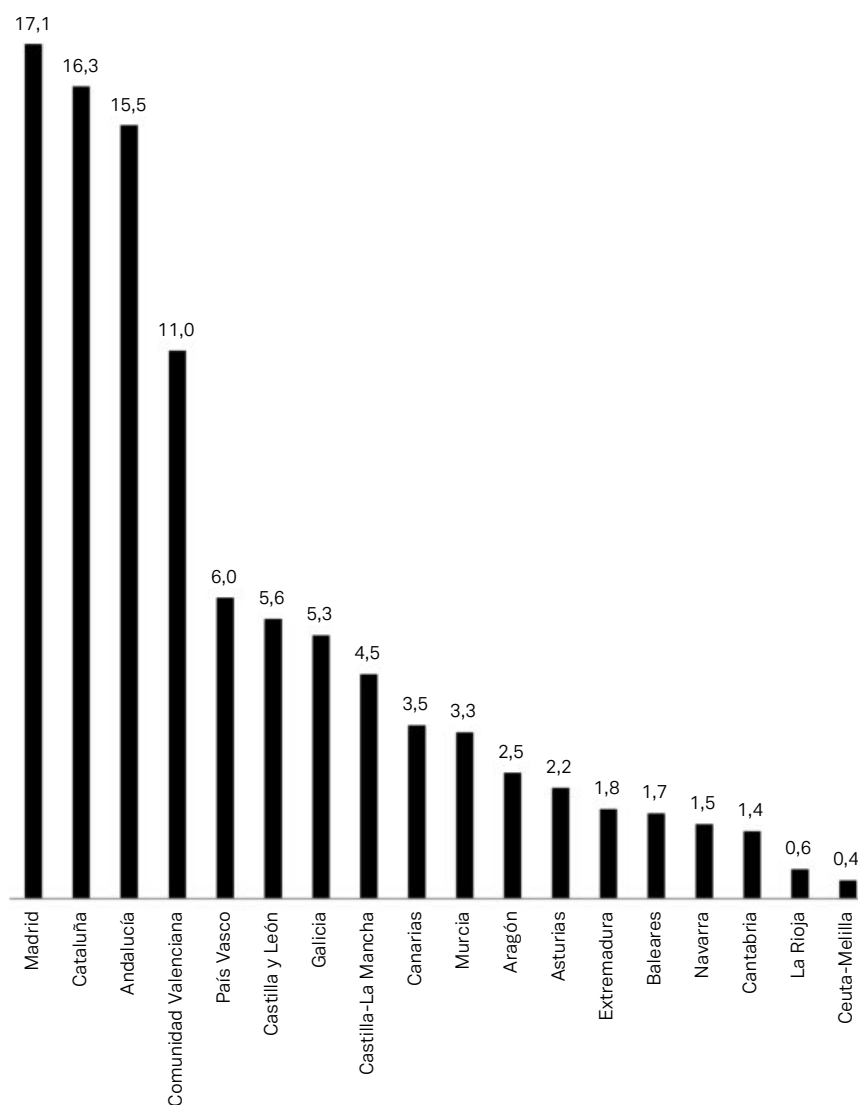
Completan el podio Cataluña, que también ha perdido dos décimas de cuota, hasta el 16,3%, y Andalucía, que aportó el 15,5% del negocio total del sector en España, igual que el año anterior. Comunidad Valenciana, con un 11%, y País Vasco, Castilla y León y Galicia, todas ellas ya por debajo del 10%, son las siguientes en la lista.

El único *sorpasso* se da en la segunda mitad de la tabla, donde Extremadura ha adelantado en el ránking a Baleares. La comunidad extremeña copó el 1,8% de las ventas totales del comercio textil en España, mientras que Baleares, que continuó sufriendo en 2021 por las limitaciones impuestas al turismo internacional, aportó el 1,7%. Además, se consolidó el único cambio que se había dado en 2020, cuando Castilla-La Mancha escaló hasta la octava posición, superando a Canarias.

Castilla-La Mancha mantiene la octava posición que en 2020 arrebató a Canarias, influenciada por el turismo

FACTURACIÓN POR COMUNIDAD AUTÓNOMA EN 2021. COMERCIO TEXTIL

En porcentaje sobre el total.



Fuente: Acotex



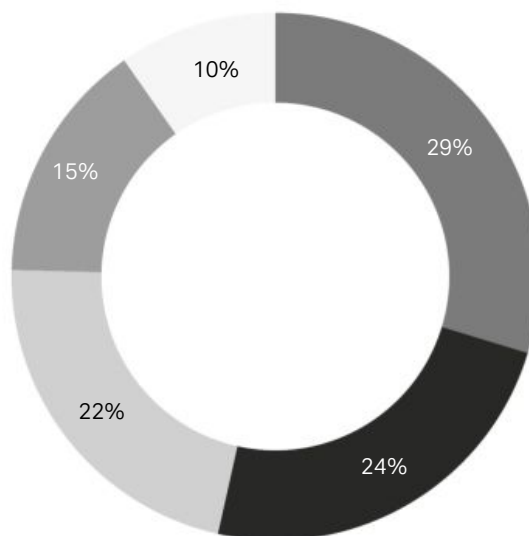
FORMATOS COMERCIALES

El descenso generalizado en las ventas no evitó que en 2021 continuaran acelerándose la tendencia en términos de formatos de distribución que ya ha dominado el sector durante décadas. Las cadenas, que hace una década aportaban menos del 30% del negocio del sector, siguieron ganando peso, llegando al 38,1% del total. Mientras, el multimarca, que fue durante años rey imbatible de la distribución de moda en España, continuó con la tendencia bajista, marcando un nuevo mínimo de sólo el 9,9%, según datos del informe *El comercio textil, en cifras*, elaborado por la Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex). Una década atrás, cuando el canal tradicional había comenzado ya a perder peso, aportaban el 21,9% de la facturación total del sector.

También siguieron perdiendo peso los grandes almacenes, que se vieron particularmente afectados por las restricciones debido al gran tamaño de sus establecimientos. En 2021, este tipo de comercios concentraron el 8,9% del conjunto de las ventas de moda en España, frente al 9,3% del año anterior, aunque por encima del mínimo histórico del 8,4% registrado en 2017.

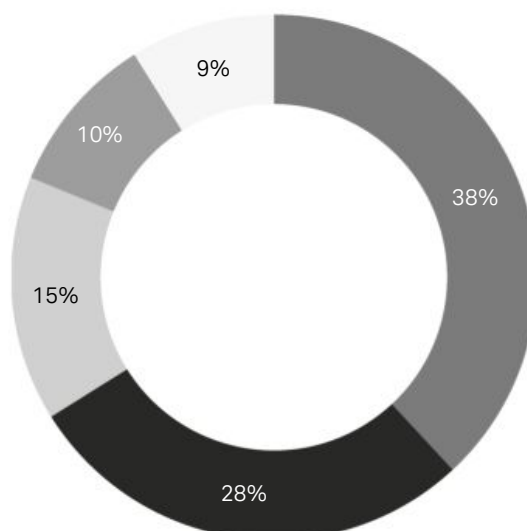
El canal outlet, que fue el gran ganador durante la Gran Recesión, consolidó su cuota del 15,1%, arañando incluso un par de décimas respecto a 2020 y manteniendo el peso que ha ostentado durante la última década. También aguantaron los supermercados, con un 28% del total.

El canal multimarca continuó con la tendencia bajista y marcó un nuevo mínimo de sólo el 9,9% de las ventas



CUOTAS DE MERCADO POR FORMATOS COMERCIALES 2012

- CADENAS ESPECIALIZADAS 29,7%
- HIPERMERCADOS Y OTRAS SUPERFICIES 23,8%
- TIENDAS MULTIMARCA 21,9%
- FACTORY/OUTLET 14,9%
- GRANDES ALMACENES 9,7%



CUOTAS DE MERCADO POR FORMATOS COMERCIALES 2021

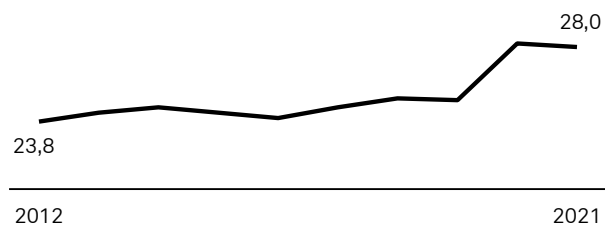
- CADENAS ESPECIALIZADAS 38,1%
- HIPERMERCADOS Y OTRAS SUPERFICIES 28,0%
- FACTORY/OUTLET 15,1%
- TIENDAS MULTIMARCA 9,9%
- GRANDES ALMACENES 8,9%

Fuente: Acotex

Los grandes almacenes continuaron perdiendo peso, el canal outlet y los súper consolidaron su cuota y las cadenas se mantienen en el oro

CUOTA DE MERCADO 2012-2021. HIPERMERCADOS Y OTRAS SUPERFICIES

En porcentaje.



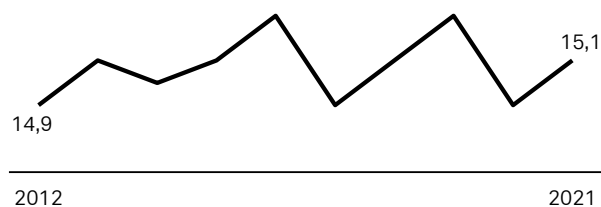
CUOTA DE MERCADO 2012-2021. CADENAS ESPECIALIZADAS

En porcentaje.



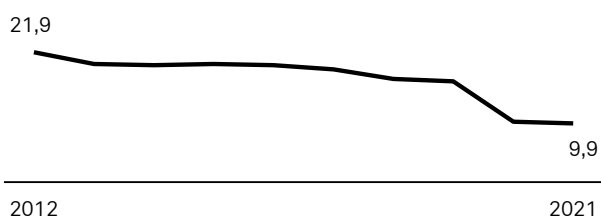
CUOTA DE MERCADO 2012-2021. FACTORY/OUTLET

En porcentaje.



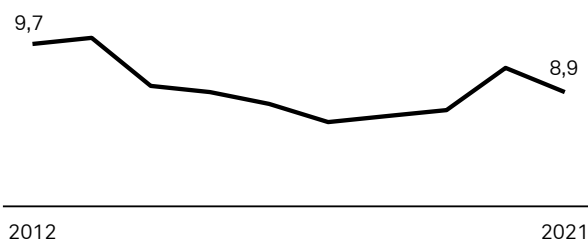
CUOTA DE MERCADO 2012-2021. TIENDAS MULTIMARCA

En porcentaje.



CUOTA DE MERCADO 2012-2021. GRANDES ALMACENES

En porcentaje.



Fuente: Acotex

El Covid-19 ha acelerado el cambio en el 'mix' de canales en el comercio de moda que llevaba produciéndose desde hacía varios años.

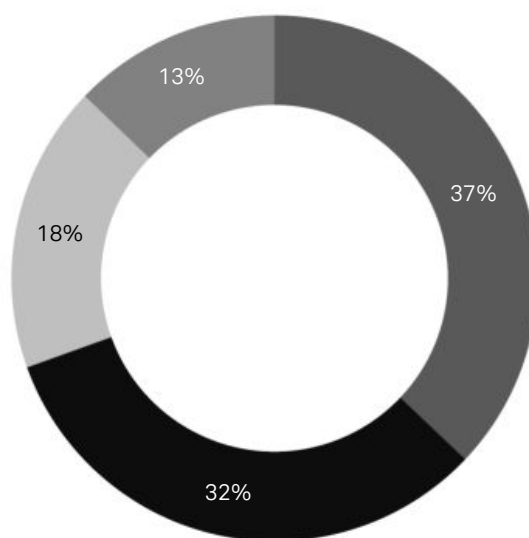
FACTURACIÓN SUBSECTORES

Los dos años de pandemia dejan también un cambio en el equilibrio entre los diferentes subsectores del comercio de moda, y que se asemeja al registrado durante la Gran Recesión. La mujer perdió en 2021 peso sobre el conjunto de las ventas del sector en España y marcó un mínimo de sólo el 34% del total. La relevancia de la mujer, históricamente la gran cliente de la moda, lleva ya cuatro años consecutivos en descenso y está cada vez más lejos del 38% de cuota que llegó a alcanzar antes de la crisis financiera de 2007.

En cambio, la moda infantil, que aguanta mejor las crisis ya que parte de la compra es de reposición, escaló hasta el 15%, el máximo desde que hay registros, después de haberse mantenido relativamente estable en los años anteriores, con una cuota que rondaba el 13%.

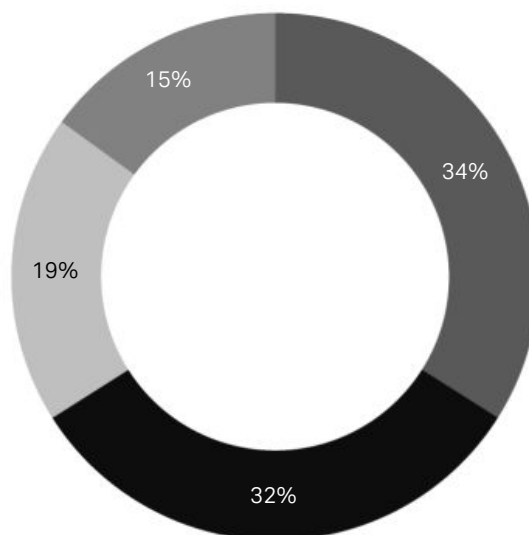
El hombre, por su parte, repuntó cuatro décimas porcentuales, hasta el 32%, en línea con el peso que tenía antes del estallido de la pandemia. El hogar, uno de los grandes ganadores del año del confinamiento y el único subsector que había ganado relevancia en 2020, redujo su peso hasta el 19,6% con la reanudación progresiva de la actividad, aunque se mantiene en máximos de las últimas décadas. Hasta 2008, en plena Gran Recesión, el sector encadenaba varios años con una cuota que rondaba el 20%, según datos de la Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex).

La mujer está muy lejos del 38% de cuota sobre el total de las ventas que llegó a tener en 2007



FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2012. COMERCIO TEXTIL

- MUJER 37,1%
- HOMBRE 32,4%
- HOGAR 17,7%
- NIÑO 12,8%



FACTURACIÓN POR SUBSECTORES 2021. COMERCIO TEXTIL

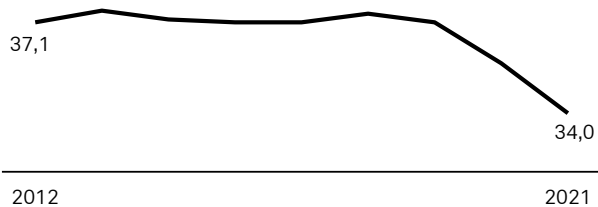
- MUJER 34,0%
- HOMBRE 32,0%
- HOGAR 19,0%
- NIÑO 15,0%

Fuente: Acotex

El hombre arañó cuota de mercado en 2021 y ha recuperado el peso que tenía antes del estallido de la pandemia del Covid-19

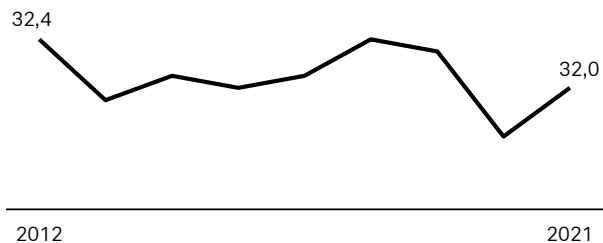
**CUOTA DE MERCADO 2012-2021.
MUJER**

En porcentaje.



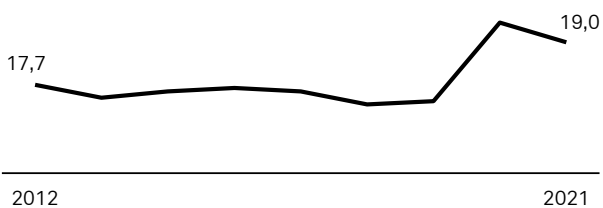
**CUOTA DE MERCADO 2012-2021.
HOMBRE**

En porcentaje.



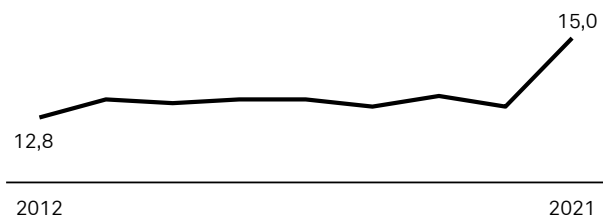
**CUOTA DE MERCADO 2012-2021.
NIÑO**

En porcentaje.



**CUOTA DE MERCADO 2012-2021.
HOGAR**

En porcentaje.



Fuente: Acotex

6

ECOMMERCE

105... Evolución de las ventas de moda

106... Origen y destino

107... Perfil del consumidor online

108... Valor y volumen

ECOMMERCE

Con la normalización progresiva de la actividad en 2021, la moda logró mantener su reinado como el producto más vendido a través de Internet, un puesto que logró en 2020 gracias a las restricciones a los viajes, que tradicionalmente habían liderado las ventas online en España.

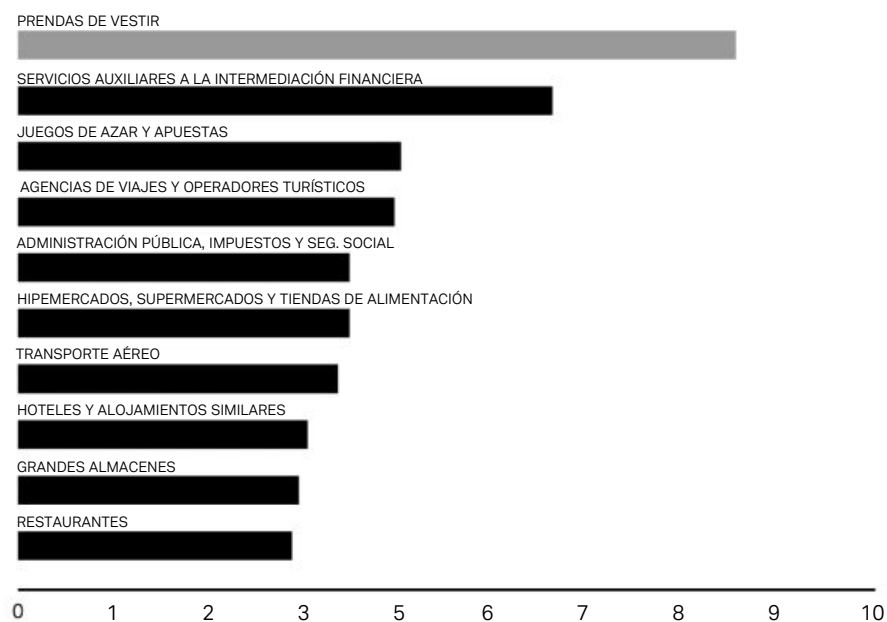
El 8,4% de las ventas de ecommerce realizadas en el país fueron de prendas de vestir, según la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc).

La moda se encuentra lejos de la segunda categoría más popular en Internet en 2021, los servicios auxiliares a la intermediación financiera, que representaron un 6,3% del total. Los juegos de azar y de apuestas completan el podio con una cuota del mercado online del 4,5%.

Las agencias de viajes, que en 2019 eran los primeros, siguieron perdiendo cuota, hasta el 4,4%. Lo mismo pasó con el transporte aéreo, que era el segundo de la lista antes del Covid-19 y que ahora es el cuarto por la cola, con una cuota del 3,8%. Por detrás se encuentran los restaurantes y los grandes almacenes.

VENTAS A TRAVÉS DE INTERNET 2021

En porcentaje sobre la facturación total del ecommerce.



Fuente: CNMC

8,4%

El 8,4% de las ventas a través de comercio electrónico realizadas en el país en el ejercicio 2021 fueron de prendas de vestir.

ECOMMERCE

Evolución de las ventas de moda

Un año después de la explosión del comercio electrónico y pese al levantamiento progresivo de las restricciones al comercio físico, las ventas online de moda continuaron creciendo en 2021. En concreto, el ecommerce de prendas de vestir avanzó un 7,7%, hasta 4.666 millones de euros, si bien se trata de la subida más moderada tras una década de ascensos a doble dígito.

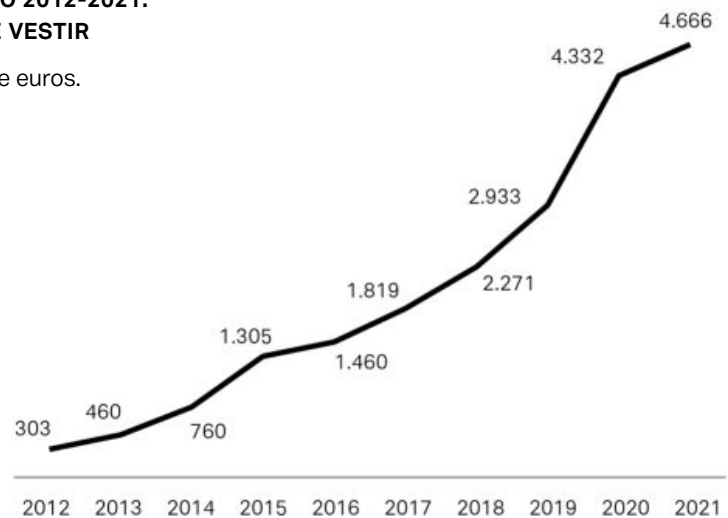
En cambio, el volumen de negocio del comercio electrónico de calzado y artículos de cuero, que se había catapultado un 45,5% en 2020, se contrajo un 1,4% en 2021, hasta 566 millones de euros, según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmv). En ambos casos, el gran desarrollo del ecommerce se había dado en 2014, con subidas superiores al 47% en el caso del calzado y al 70% en el de las prendas de vestir.

Para ambos, 2021 fue el peor año en términos de evolución de las ventas online. Hasta ahora, la peor evolución registrada por el ecommerce de prendas de vestir se había dado en 2016, cuando se habían incrementado un notable 11,9%. Para el comercio electrónico de calzado, en cambio, el peor año había sido 2019, cuando parecía haberse confirmado la desaceleración con un crecimiento de sólo el 1,3%.

Pese al levantamiento de las restricciones al comercio, las ventas de moda online continuaron al alza en 2021

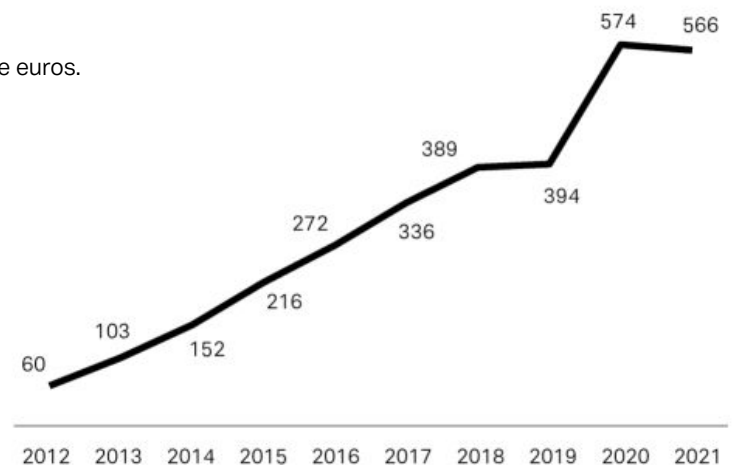
VOLUMEN DE NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO 2012-2021. PRENDAS DE VESTIR

En millones de euros.



VOLUMEN DE NEGOCIO DE COMERCIO ELECTRÓNICO 2012-2021. CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO

En millones de euros.



Fuente: CNMC

ECOMMERCE

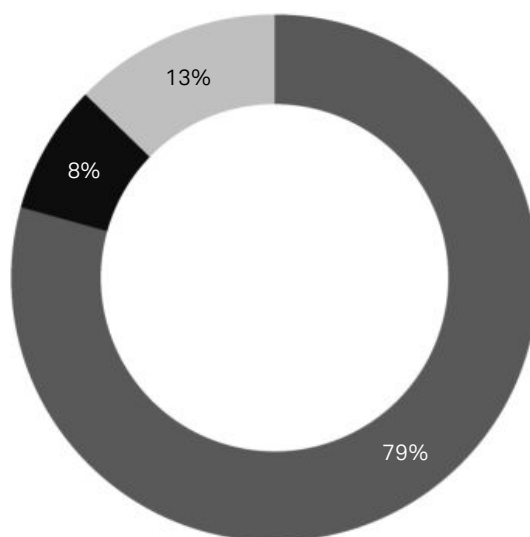
Origen y destino

Las marcas y *pure players* extranjeros continúan siendo los reyes del e-commerce de moda en España. En 2021, las compras realizadas desde España en sitios web alojados fuera del país concentraron el 79,3% del total del e-commerce del sector, lo que equivale a unos 3.702 millones de euros. Con respecto a 2020, las ventas de españoles en plataformas del exterior continuaron ganando peso, ya que ese año representaron el 62,1% del total.

Las compras dentro de España volvieron a ser las segundas por volumen, copando el 12,7% del e-commerce de ropa en España, aunque perdieron peso respecto a 2020, cuando concentraban un 22,8% del total del mercado. Las ventas del exterior (ciudadanos extranjeros) con España (en plataformas españolas) continúan siendo muy inferiores, con una cuota del 7,9% sobre el total, lo que equivale a unos 370,3 millones de euros.

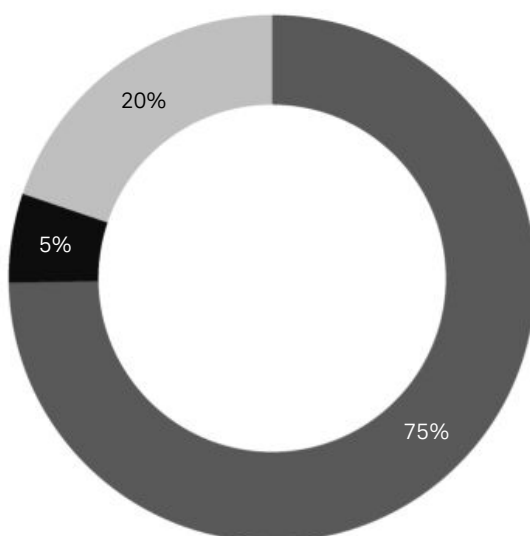
En el cuero y el calzado, el reparto es similar: las compras desde España con el exterior representaron un 74,7%, casi un punto más que en 2020, cuando concentraban el 73,9%. Las ventas del exterior con España continuaron perdiendo peso, pasando del 6,3% al 5,5%, y las compras online de calzado dentro del territorio nacional registraron un 19,8% de cuota, la misma que en 2020, según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc).

Las ventas de españoles en plataformas del exterior continuaron ganando peso, hasta el 62% del total



FACTURACIÓN POR ORIGEN Y DESTINO 2021. PRENDAS DE VESTIR

- DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR 79,3%
- DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA 7,9%
- DENTRO DE ESPAÑA 12,7%



FACTURACIÓN POR ORIGEN Y DESTINO 2021. CALZADO Y ARTÍCULOS DE CUERO

- DESDE ESPAÑA CON EL EXTERIOR 74,7%
- DESDE EL EXTERIOR CON ESPAÑA 5,5%
- DENTRO DE ESPAÑA 19,8%

Fuente: CNMC

ECOMMERCE

Perfil del consumidor online

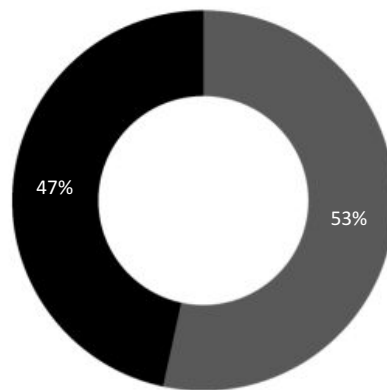
Las mujeres continúan siendo las compradoras más habituales de ropa a través de Internet. En 2021, el 53,4% de las mujeres mayores de quince años residentes en España realizaron alguna compra online de esta categoría, frente al 39,9% de los hombres.

Ambas tasas han ido creciendo progresivamente en los últimos años, con un salto particularmente importante en el año de la pandemia: en el caso de las mujeres, la cuota pasó del 37,2% en 2019 al 50,6% en 2020, mientras que en los hombres aumentó del 27,5% al 37,6%.

En 2021, el crecimiento se ha ralentizado levemente, con alzas de 2,8 puntos en la cuota de mujeres compradoras y de 2,3 puntos en la de hombres.

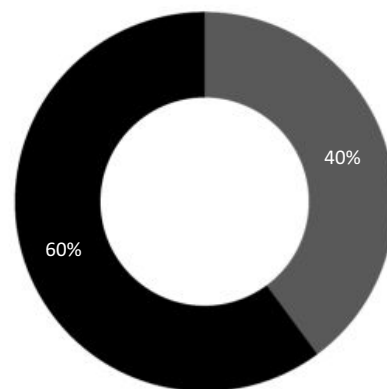
El gasto medio online de moda también continuó creciendo, hasta situarse en 194,72 euros, frente a los 177,95 euros del año anterior.

La subida es, de nuevo, menor a la del año anterior: en términos relativos, el gasto medio en ropa a través de Internet se incrementó un 9,4%, frente a la subida del 18,4% del ejercicio precedente. Respecto a 2019, el aumento en el último año ha sido del 14,5%, lo que equivale a unos 43,25 euros.



MUJERES COMPRADORAS SOBRE LA POBLACIÓN TOTAL 2021. MODA ONLINE

- COMPRADORAS
53,4%
- NO COMPRADORAS
46,6%

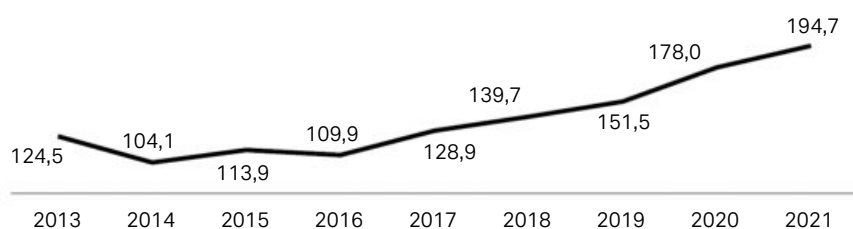


HOMBRES COMPRADORES SOBRE LA POBLACIÓN TOTAL 2021. MODA ONLINE

- COMPRADORES
39,9%
- NO COMPRADORES
60,1%

GASTO MEDIO ANUAL ONLINE EN MODA 2013-2021.

En euros por persona compradora de moda.



Fuente: Kantar

ECOMMERCE

Valor y volumen

Tras gran salto registrado en el año del estallido de la pandemia, las ventas realizadas a través del comercio electrónico en España han seguido ganando relevancia para la moda, aunque a un ritmo más moderado.

En concreto, el peso del canal online sobre el total de ventas de moda en España (incluyendo prendas de vestir, calzado, accesorios y textil hogar) pasó del 20,6% en 2020 al 20,8% en 2021, según datos de Kantar recogidos en el *Informe de la moda online en España 2022*.

Esto se produjo a pesar de la relativa normalización de la actividad comercial física en el conjunto de España durante 2021 tras el levantamiento de las restricciones por la pandemia, y supone que, de cada cinco euros gastados por los consumidores residentes en España en productos de moda, un euro corresponde a compras por Internet.

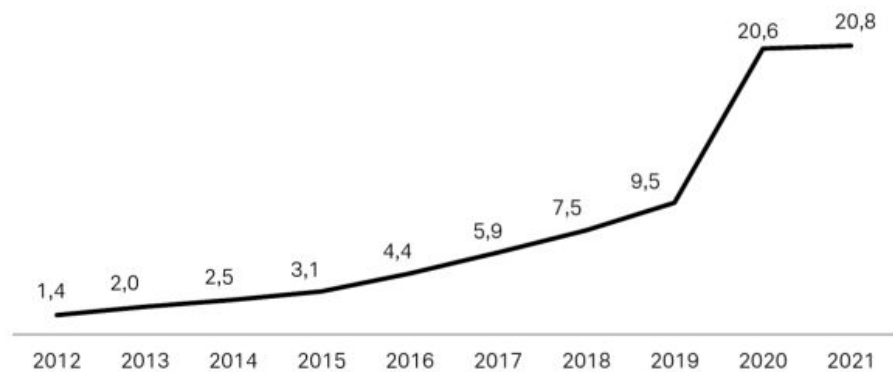
En términos de volumen de productos adquiridos, en cambio, el ecommerce de moda sí retrocedió en 2021 en comparación al extraordinario 2020. La cuota en número de artículos de moda vendidos a través de Internet se contrajo medio punto, pasando del 16,1% de 2020 al 15,6% de 2021.

Aún así, es un nivel muy superior al registrado antes del estallido de la pandemia: en 2019, las ventas online alcanzaron un 6,7% del total de artículos de moda comprados en España.

El peso del canal online sobre el total de las ventas de moda se situó en 2021 en el 20,8% en términos de valor

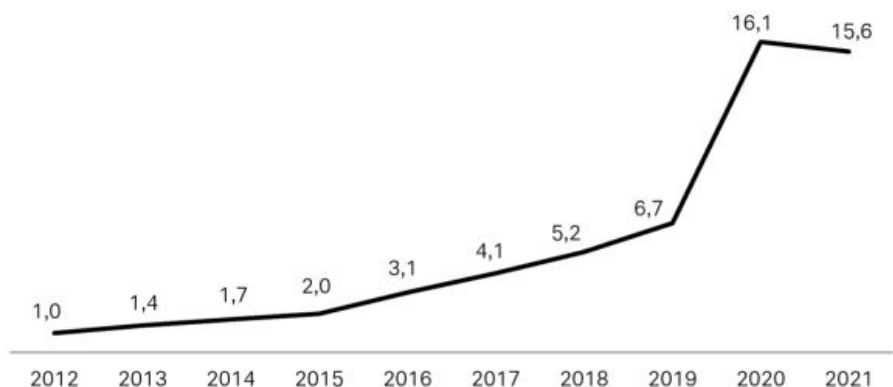
PESO DEL ECOMMERCE SOBRE LAS VENTAS DE MODA EN ESPAÑA 2013-2021

Porcentaje sobre el valor total.



PESO DEL ECOMMERCE SOBRE LAS VENTAS DE MODA EN VOLUMEN EN ESPAÑA 2013-2021

Porcentaje sobre el volumen total de prendas.



Fuente: Kantar

Por categorías, la mayoría continuaron incrementando su cuota online en 2021, con la progresiva vuelta a la normalidad del comercio y tras un 2020 que también afectó de forma diversa a los distintos subsectores.

La única excepción fue el textil hogar, el gran beneficiado de la pandemia, que pasó de una cuota del 19,3% en 2020 al 12,9% en 2021. Con esta contracción, la categoría perdió la plata en el ranking de categorías con mayor penetración online y se situó en la última posición. En cambio, el ecommerce de calzado ganó más peso, pasando de un 25% del total de las ventas del sector en 2020 al 27,1% en 2021 y situándose de nuevo como la categoría con una mayor penetración online dentro de la moda. Los accesorios protagonizaron el mayor incremento, pasando del 14,5% al 21,1%, mientras que en las prendas de vestir la cuota se situó en el 19%, un valor 1,3 puntos inferior al de 2020, según datos de Kantar.

Buena parte de este crecimiento en todos los sectores se debió al aumento en el número de compradores de moda online, que en 2021 superó un nuevo umbral, el de los trece millones de compradores, según datos del INE recogidos por el *Informe de la moda online en España 2022*. En 2020, sólo 10,6 millones de personas (teniendo en cuenta un universo de 35,2 millones de residentes de más de 16 años) habían comprado ropa por Internet en los últimos tres meses.

El crecimiento se debió al aumento del número de compradores de moda online, con una penetración del 46,8%

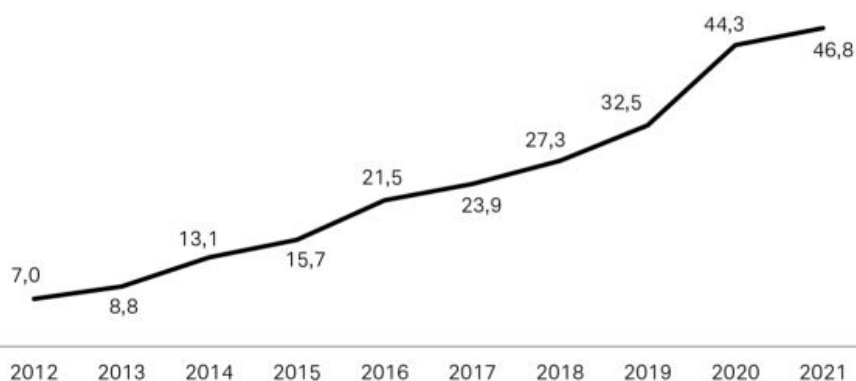
PESO DEL ECOMMERCE SOBRE EL TOTAL DE VENTAS DE MODA EN ESPAÑA EN 2021. POR CATEGORÍAS

En porcentaje sobre el valor total.



PENETRACIÓN DE LAS VENTAS ONLINE DE MODA SOBRE LA POBLACIÓN TOTAL EN ESPAÑA 2013-2021

Porcentaje sobre la población de 15 años o más.



Fuente: Kantar

7

EL NEGOCIO DE LA MODA EN LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

112... PIB

114... Empleo

116... Exportación/Importación

118... Metodología

2,7%

Es lo que aporta el sector de la moda al Producto Interior Bruto (PIB) español en términos de valor añadido bruto.

La moda comienza a recuperar el terreno perdido. Después de que la pandemia redujera el peso del sector en el Producto Interior Bruto (PIB) español a mínimos históricos, con la progresiva recuperación de la normalidad en 2021 la moda ha vuelto a elevar su importancia en la economía.

En concreto, la cuota del conjunto de la industria de la moda en el PIB se elevó hasta el 2,7%, frente al 2,4% de 2020, aunque todavía por debajo del 2,8% que aportaba antes de la pandemia. La recuperación se debe al fuerte repunte del valor añadido bruto del sector, superior al crecimiento registrado por el PIB español, que, según los últimos datos revisados del Instituto Nacional de Estadística (INE) avanzó un 5,5% en 2021.

Durante el último año, las restricciones intermitentes continuaron afectando de forma

severa a segmentos como el comercio o la industria, a excepción de la textil, que aguantó mejor el golpe gracias a la producción de mascarillas.

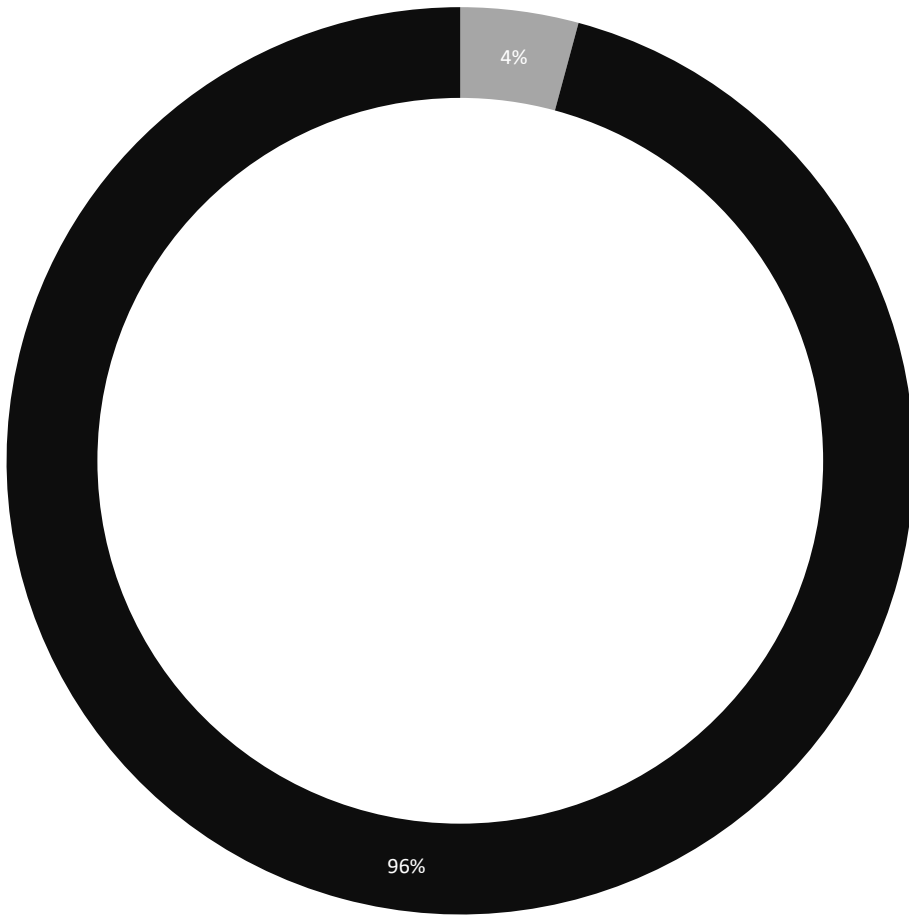
Desde que comenzó a realizarse el cálculo en el presente informe en 2014, el máximo peso que la moda llegó a copar en el PIB se registró en 2015, 2016 y 2017, con un peso del 2,9% en los tres ejercicios. En 2018, se moderó hasta el 2,8%, dato que se repitió también al año siguiente.

Uno de los motores que permitieron a la moda recuperar relevancia sobre el conjunto de la economía fue la robusta recuperación de la industria textil, de la confección y el calzado, que rebotó más de lo que lo hizo la industria española en su conjunto. El peso del valor añadido bruto generado por la industria de la moda con respecto al del conjunto de la

industria manufacturera en España fue del 4,2%, mostrando una notable recuperación frente al 3,7% del año anterior y recuperando la cuota previa al estallido de la pandemia.

En cambio, otros componentes del valor añadido bruto continuaron lastrando la importancia de la moda. Es el caso de la distribución, donde la moda ha tenido tradicionalmente un peso muy relevante y que en 2021 continuó viéndose particularmente afectada por las restricciones que persistieron, aunque de forma intermitente, durante el ejercicio. En concreto, el peso del valor añadido bruto generado por la distribución de moda sobre el total de la distribución mayorista y minorista en España también se recuperó, pero sin llegar a los datos de 2019. La cuota se situó en 2021 en el 11,1%, frente al 9,7% de 2020 y el 13% que la moda aportaba al comercio en 2019.

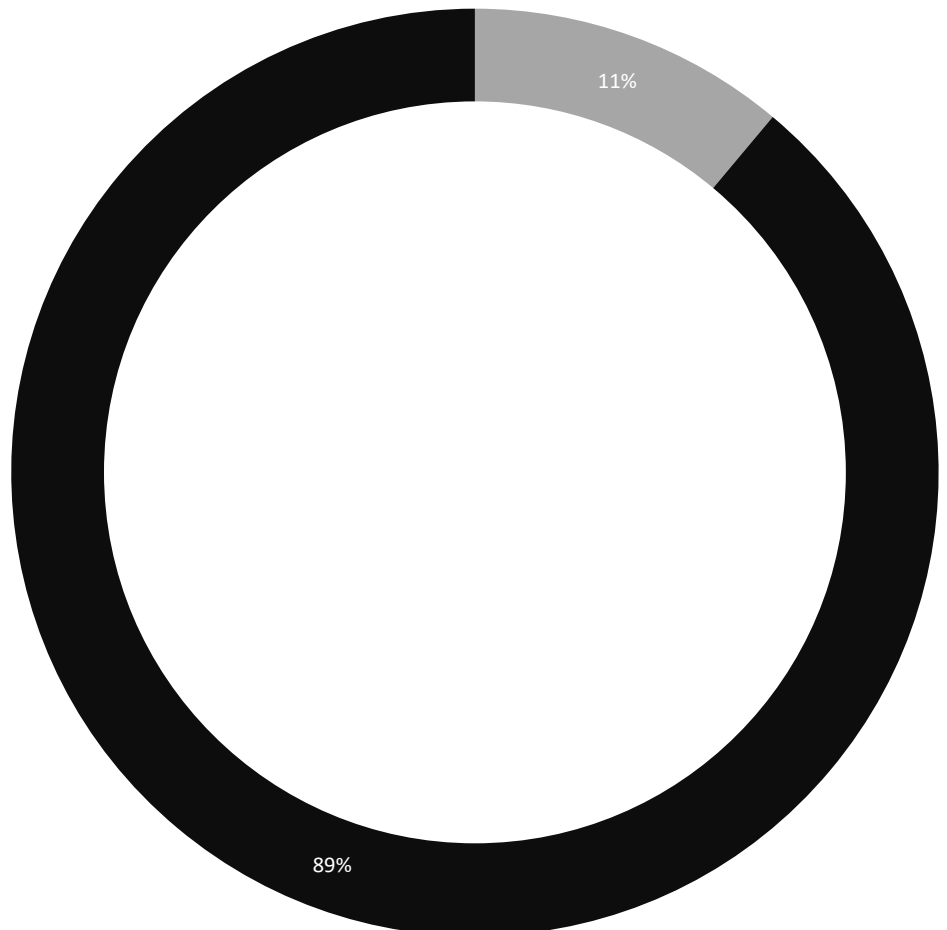
**PESO DE LA MODA
EN LA INDUSTRIA
EN ESPAÑA. 2021**



- MODA
4,2%
- RESTO
95,8%

**PESO DE LA MODA
EN LA DISTRIBUCIÓN
MAYORISTA Y MINORISTA
EN ESPAÑA. 2021**

- MODA
11,1%
- RESTO
88,9%



La moda recuperó su peso en la industria española, hasta el 4,2%, pero su cuota en el comercio no recuperó niveles pre-Covid-19

EMPLEO

La evolución del peso de la moda sobre el conjunto del empleo vuelve a dibujar una curva contraria a la del resto de indicadores. Si, en 2020, la cuota se incrementó una décima, debido a que el empleo en otros sectores cayó más que en la moda, en 2021 sucedió justo lo contrario: pese a la recuperación generalizada en el sector, su importancia en el conjunto del empleo se redujo hasta el 3,9%, marcando un mínimo histórico desde que comenzó a elaborarse el cálculo en este informe en 2014 y reduciéndose en dos décimas respecto al 4,1% que aportaba en 2020.

En el año de la pandemia, el peso de la moda en el empleo había aumentado, recuperando el porcentaje de 2018 tras caer en 2019. Los años en los que la moda tuvo mayor peso en el conjunto del mercado laboral en España fueron 2014 y 2017, concentrando el

4,3% de la plantilla del conjunto de sectores económicos en el país. El nuevo descenso registrado en 2021 se debe a que, si bien el sector recuperó parte de su plantilla, el conjunto del empleo en España se recuperó a mayor velocidad.

El comercio es, en buena medida, responsable de esta contracción en la cuota del sector. La aportación del comercio especializado en moda al conjunto del empleo en el comercio mayorista y minorista en España se redujo del 17,5% de 2020 al 17,3% en 2021, frente a la cuota superior al 18% que ostentaba antes de la pandemia.

Las continuas restricciones impuestas a las tiendas físicas, que afectaron particularmente al sector de la moda, considerado no esencial, lastraron la recuperación de la fuerza laboral del sector en relación a la del

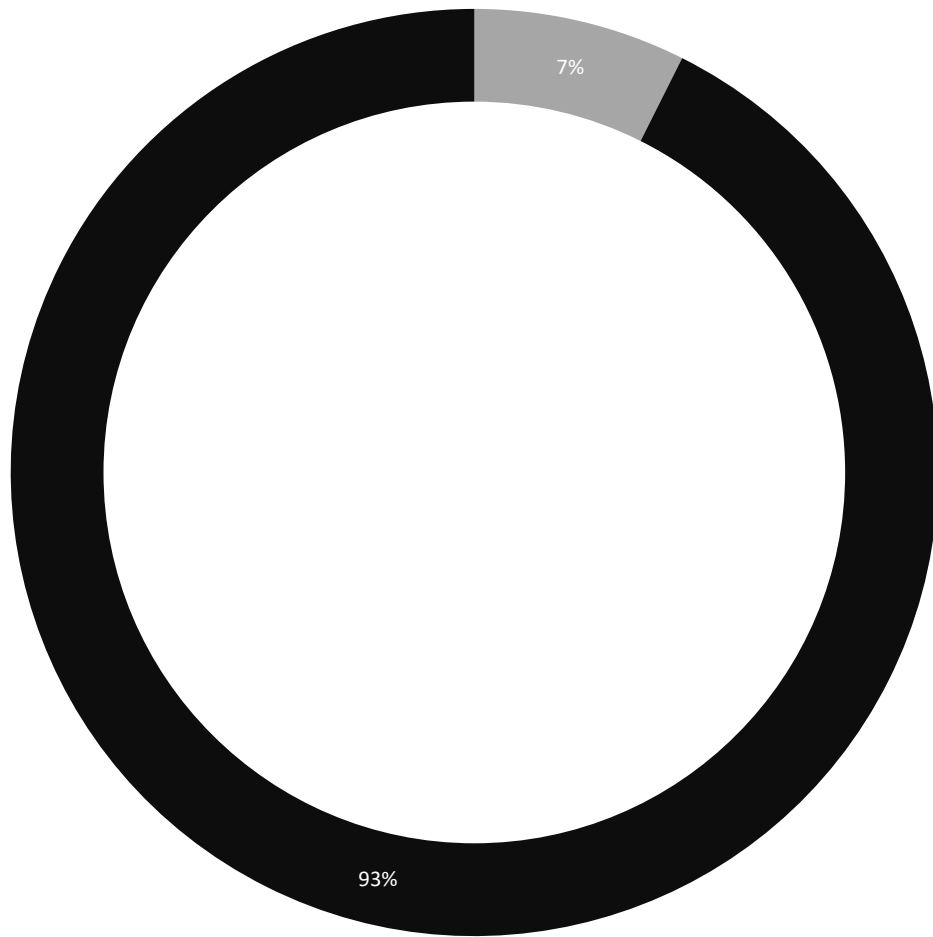
conjunto del mercado laboral.

Como ya ocurrió el año anterior, las cifras de 2020 no desagregan entre los afiliados a la Seguridad Social en activo y los afectados por los Expedientes de Regulación Temporal de Empleo (Erte) a cierre del ejercicio, cuando cientos de miles de empleados continuaban suspendidos de empleo, especialmente en el sector del comercio.

Por su parte, la relevancia de la moda en el empleo industrial sí recuperó el terreno perdido y llegó al 7,4%, cuatro décimas más que en 2020 y por encima incluso del 7,3% que aportaba antes del estallido de la pandemia. Aun así, el peso de la industria textil, de la confección y del calzado en el conjunto del mercado laboral industrial sigue lejos de su máximo histórico del 8,1% que marcó en 2017.

3,9%

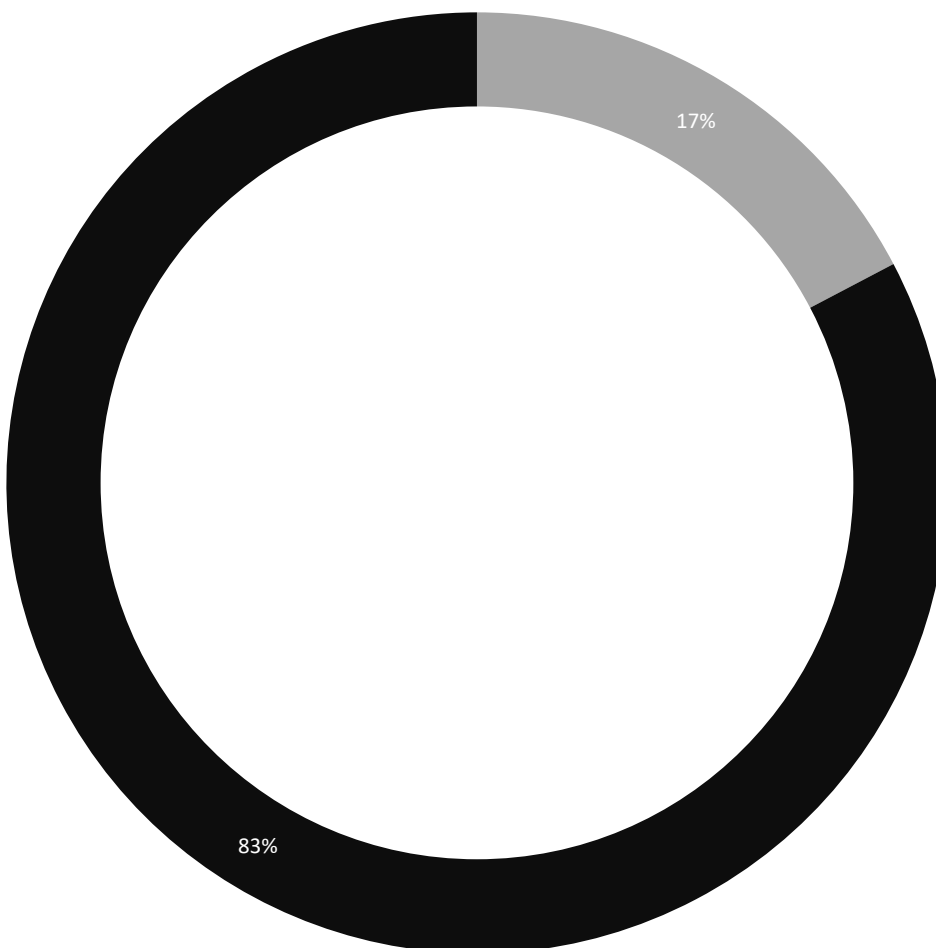
Es el peso del sector de la moda en el conjunto del empleo en España en 2021.



PESO DE LA MODA EN EL EMPLEO DE LA INDUSTRIA EN ESPAÑA. 2021

- MODA
7,4%
- RESTO
92,6%

La relevancia de la moda en el empleo industrial se elevó hasta el 7,4%, y en el comercio se redujo al 17,3%



PESO DE LA MODA EN EL EMPLEO DE LA DISTRIBUCIÓN MAYORISTA Y MINORISTA EN ESPAÑA. 2021

- MODA
17,3%
- RESTO
82,7%

EXPORTACIÓN IMPORTACIÓN

La reapertura progresiva de los diferentes mercados internacionales motivó que el sector de la moda retomara con fuerza su músculo exportador en 2021. De hecho, la recuperación registrada en el sector fue superior a la anotada por el conjunto del comercio exterior español, lo que permitió que la moda aumentara notablemente su peso en el conjunto de las exportaciones.

En 2021, los artículos de moda (incluyendo prendas de vestir, calzado, complementos, cosmética, perfumería, relojería y joyería, entre otros) supusieron el 8,5% del total de bienes españoles vendidos al extranjero, en términos de valor. La cuota es cuatro décimas superior a la registrada en 2020, cuando se situaba en el 8,1%, pero continúa por debajo del 8,9% que llegó a alcanzar en 2019, después de tres años consecutivos de subidas. De hecho, la cuota de 2021 es más cercana a la

que tenía el sector en 2014, cuando la moda concentraba el 8,4% del total de exportaciones españolas. En 2015, el porcentaje escaló hasta el 8,7% y en 2016 marcó el máximo histórico, llegando al 9%.

A partir de 2017, sin embargo, el peso de la moda en el conjunto de las exportaciones del país empezó a encadenar descensos, hasta el 8,8% ese año y el 8,7% en 2018. En 2019, volvió a arañar dos décimas, pero en 2020 anotó el mayor descenso desde que comenzaron a recopilarse estos datos en el Informe Económico de la Moda en España, con una caída de ocho décimas porcentuales debido a la paralización del comercio internacional por la pandemia y la contracción de la demanda de moda en todo el mundo.

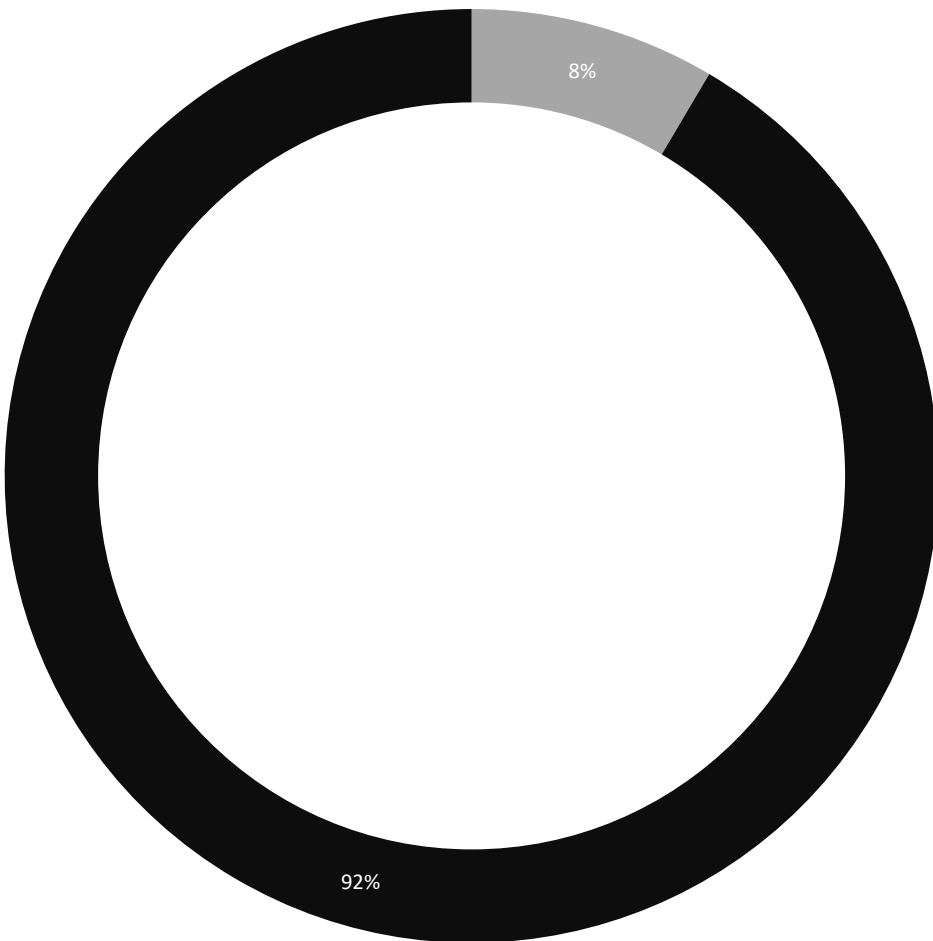
En términos absolutos, las ventas al exterior del sector se dispararon un 27,6%, hasta 27.049

millones de euros, rompiendo por primera vez la barrera de los 27.000 millones de euros y alcanzando un nuevo máximo histórico. Respecto a 2019, las exportaciones de moda se incrementaron un 3,9%.

Por su parte, las importaciones españolas de artículos de moda se incrementaron un 14,6%, hasta 26.847 millones de euros, pero continuaron un 8,3% por debajo de los niveles de antes del estallido de la pandemia. Esa más tímida recuperación motivó que su importancia sobre el conjunto de las importaciones españolas de bienes se contrajera por segundo año consecutivo, hasta el 7,8%, frente al 8,5% de 2020 y el 9,1% de 2019, cuando las importaciones de moda marcaron su máximo histórico en términos absolutos. Con todo, el peso sobre el total había llegado a marcar cotas más altas: en 2016 se registró el máximo de la serie, con una cuota del 9,6%.

8 / 5 %

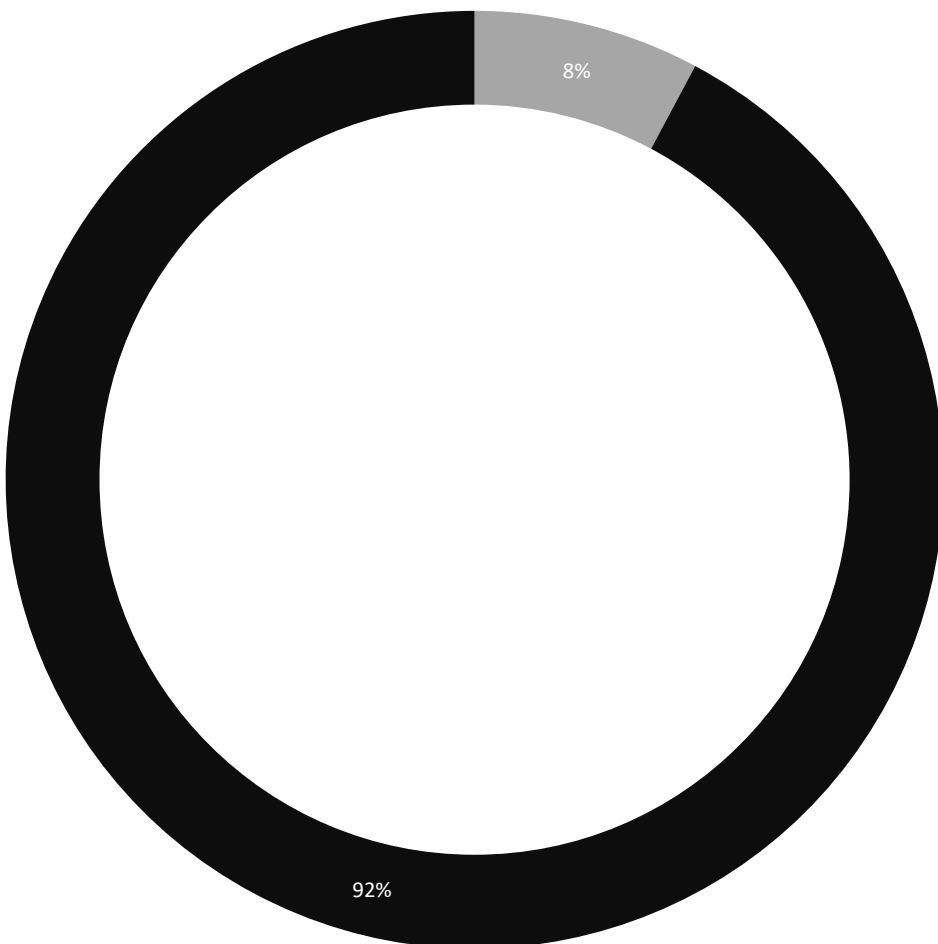
Es el porcentaje que representaron los artículos de moda sobre el conjunto de las exportaciones españolas de bienes en 2021.



**PESO DE LA MODA
EN LAS EXPORTACIONES
ESPAÑOLAS.
2021**

- MODA
8,5%
- RESTO
91,5%

La moda recuperó su importancia en el comercio exterior en términos de exportaciones, pero su cuota sobre las importaciones siguió en descenso



**PESO DE LA MODA
EN LAS IMPORTACIONES
ESPAÑOLAS.
2021**

- MODA
7,8%
- RESTO
92,2%

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 novena vez en la edición de 2022 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 2021), sino también obtener un mecanismo con el que seguir, un ejercicio tras otro, el progreso de esta y otras variables de análisis.

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

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

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

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

del servicio Estacom de Ices España Exportación e Inversiones, los boletines estadísticos del Ministerio de Industria, 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 (2020 en la mayoría de los casos) al año 2021, 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.

PATROCINA

Klarna.
For Business

Klarna Bank AB es un proveedor global de pagos y un banco con licencia cuyo objetivo es revolucionar la experiencia de compra y de pago. Klarna se fundó en 2005 en Estocolmo (Suecia) con el propósito de hacer posible que los comercios vendieran y los consumidores compraran online, de manera sencilla y *smooth*. Al frente de la empresa, con presencia global en diecisiete mercados principales, se encuentra hoy el cofundador y consejero delegado Sebastian Siemkatski.

COLABORA

 **CITYC**
Centro de Información Textil y de la Confección

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

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.

