



**Universidad**  
Zaragoza

## Trabajo Fin de Grado

Análisis de la industria de la moda en España como  
sector económico.

Grado en Marketing e Investigación de Mercados

Autora  
Elena Plana Aguilar

Director  
Jorge Infante Díaz

Facultad de Economía y Empresa

2023/2024

## **TÍTULO**

Autora: Elena Plana Aguilar

Director: Jorge Infante Diaz

Grado: Marketing e Investigación de Mercados

## **RESUMEN**

La moda es un aspecto muy importante de nuestra vida cotidiana. Lo que antiguamente era una prenda para protegerse del frío, ahora es una forma de expresión personal. La evolución de la moda se ha visto impulsada por diferentes cambios, en gran parte gracias a la constante innovación y avances tecnológicos que han marcado la historia hasta la actualidad.

Este TFG analiza la industria de la moda como sector económico en España mediante informes y cifras, así como su paso por la historia y las innovaciones que se han tenido que hacer frente debido a los avances tecnológicos. Además de ello, también se analiza la importancia que está teniendo la economía circular en el sector textil.

## **PALABRAS CLAVE**

Moda, España, economía, distribución, e-commerce, sostenibilidad

## **ABSTRACT**

Fashion is a very important aspect of our daily life. What used to be a garment to protect you from the cold is now a form of personal expression. The evolution of fashion has been driven by different changes, largely thanks to the constant innovation and technological advances that have marked history to the present.

This TFG aims to analyze the fashion industry as an economic sector in Spain through reports and figures, as well as its history and innovations that have had to face due to technological advances. In addition, the importance of the circular economy in the textile sector will be discussed.

## **KEYWORDS**

Fashion, Spain, economy, distribution, e-commerce, sustainability

**ÍNDICE**

INTRODUCCIÓN.....	5
1. CONCEPTO COMO SECTOR ECONÓMICO DE LA MODA.....	7
1.1. ¿QUÉ ES LA MODA?.....	7
2. EL SECTOR DE LA MODA EN CIFRAS.....	16
2.1. UNA VISIÓN EN SU CONJUNTO DEL SECTOR.....	16
2.1. SECTOR TEXTIL.....	21
2.2. SECTOR DE LA CONFECCIÓN.....	22
2.3. SECTOR DEL CUERO Y CALZADO.....	24
3. EL COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR DE LA MODA.....	26
3.1. COMERCIO EXTERIOR.....	26
3.2. EL COMERCIO INTERIOR.....	28
4. ECOMMERCE.....	30
4.1. CUOTA DE MERCADO DE LOS PRODUCTOS.....	31
4.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR ONLINE.....	32
5. ECONOMÍA CIRCULAR.....	36
CONCLUSIONES.....	39
BIBLIOGRAFÍA.....	41

**ÍNDICE DE IMÁGENES**

Imagen 1. Vitrina Velada musical, Museo del Traje.....	9
Imagen 2. Vitrina Majismo. Museo del Traje.....	10
Imagen 3. El dandi del siglo XIX.....	10
Imagen 4. Movimiento Hippie.....	12
Imagen 5. Movimiento Punk.....	12
Imagen 6. Vestido y abrigo (1972), Elio Berhanyer. Museo del Traje.....	14

**ÍNDICE DE GRÁFICOS**

Gráfico 1. Evolución del número de empresas 2013-2022. Textil, Confección y Cuero y Calzado.....	16
Gráfico 2. Empresas por estrato de asalariados 2022. Textil, Confección y Cuero y Calzado.....	17
Gráfico 3. Locales por estrato de asalariados 2022. Textil, Confección y Cuero y Calzado.....	17
Gráfico 4. Empresas por forma jurídica 2022. Textil, Confección y Cuero y Calzado... 18	
Gráfico 5. Evolución del número de afiliados a la Seguridad Social en el sector textil, confección y cuero y calzado desde 2013 a 2022 en términos porcentuales.....	19
Gráfico 6. Comparación de afiliados a la Seguridad Social 2021-2022.....	19
Gráfico 7. Comparación de los trabajadores por sector en 2021-2022 en términos porcentuales.....	20
Gráfico 8. Evolución anual del IPI 2022 en valores porcentuales.....	21
Gráfico 9. Evolución anual del IPI 2022 en valores porcentuales.....	23
Gráfico 10. Evolución anual del IPI 2022 en valores porcentuales.....	24
Gráfico 11. Evolución de las exportaciones de la Industria Textil Española expresado en millones de euros.....	26
Gráfico 12. Evolución de las importaciones de la Industria Textil Española expresado en millones de euros.....	28
Gráfico 13. Peso del ecommerce de las ventas de moda por categorías en España 2022 en términos porcentuales sobre el valor total.....	32
Gráfico 14. Mujeres compradoras sobre la población total en 2021 y 2022 en términos	

porcentuales.....	33
Gráfico 15. Hombres compradores sobre la población total en 2021 y 2022 en términos porcentuales.....	33
Gráfico 16. Número de usuarios de Internet en millones que compran online en España en 2023, por grupos de edad.....	34

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Comparación de indicadores 2017-2022.....	21
Tabla 2. Principales exportaciones en 2022 en términos porcentuales.....	27
Tabla 3. Principales importaciones en 2022 en términos porcentuales.....	29

## **INTRODUCCIÓN**

El siguiente trabajo tiene como objetivo principal estudiar la industria de la moda en España, centrándose en la importancia que tiene como sector económico y cultural.

El sector de la moda es una industria que es capaz de abarcar una amplia gama de actividades, las cuales van desde el simple hecho de vestirse hasta la satisfacción de aspectos intangibles relacionados con la personalidad, la vivencia de ciertas sensaciones como sentirse admirado, elegante o incluso realizado personalmente. Además, el sector de la moda es uno de los más importantes dentro de la economía española.

La elaboración de este trabajo parte de la interpretación de los conocimientos adquiridos durante el grado en Marketing e Investigación de Mercados y plasmarlos en un trabajo, a través de la información recogida por diferentes fuentes. Con ello, pretendía elaborar un estudio sobre un tema de interés y actualidad como es la moda. Como consecuencia, quería hacer hincapié también en la fuerte evolución que ha tenido este sector, ya sea desde un punto comercial, tecnológico y ecológico.

Este sector está en una continua modernización y transformación, adaptándose a los cambios del mercado y a las nuevas expectativas de los consumidores. La capacidad de evolucionar y reinventarse, gracias al actual entorno tecnológico y sostenible que aseguran una relevancia significativa en la economía de un país. Así mismo, se busca no solo proporcionar una visión de que es el sector de la moda en España, sino también ofrecer perspectivas de futuro y oportunidades que se le presentan al sector.

El trabajo se ha estructurado en cuatro grandes bloques. En primer lugar se ha realizado un breve estudio de la evolución de la moda a lo largo de la historia, desde que las prendas servían para expresar cultura, poder y valores sociales hasta convertirse en una mera tendencia a través de la cual podemos expresarnos sin tener la necesidad de hablar, así como un análisis de todos los aspectos en los que se ha asentado este sector.

En segundo lugar, a través de una serie de gráficas y tablas se hará un profundo estudio sobre el desarrollo del sector y de los indicadores que le afectan. Este estudio divide la industria de la moda en tres sectores: textil, confección y cuero y calzado. También, se

analizará el comercio exterior de la moda, es decir, la importancia de las exportaciones e importaciones dentro del territorio español y lo que ello ha provocado en nuestro país.

En tercer lugar, se hablará de la importancia que ha tenido el ecommerce o lo que conocemos por “comercio electrónico” ya que ha tenido un fuerte impacto durante estos dos últimos años en el sector de la moda española. Observamos su cuota de mercado y los diferentes perfiles del consumidor online.

Por último, el trabajo profundiza en la tendencia creciente hacia la sostenibilidad y la economía circular en la moda, examinando cómo los enfoques políticos y éticos están empezando a moldear las prácticas empresariales.

## **1. CONCEPTO COMO SECTOR ECONÓMICO DE LA MODA**

### **1.1. ¿QUÉ ES LA MODA?**

La moda, más allá de ser un simple fenómeno de elección de vestimenta, constituye un reflejo de la identidad personal, económica, social y política de los individuos. Se define como un medio a través del cual las personas expresan sus gustos personales, intereses y estilos de vida, adoptando un estilo personal o siguiendo las últimas tendencias. (Silván Ferrero, 2023).

Está lejos de ser considerada un tema banal o frívolo, posee una profundidad sociológica y estética que revela las sensibilidades de una época, los cambios sociales y las expresiones particulares en un momento histórico. Actúa como un documento que educa el gusto y la sensibilidad, moldea la forma en que percibimos, sentimos y experimentamos el mundo, así como nuestras posibilidades de expresión. Es un indicador que refleja el poder de transformación personal y la libertad del individuo, constituyendo un fenómeno de dimensiones masivas y globales que involucran a una amplia porción de la población.

La industria de la moda en España se ha consolidado como un sector económico de gran relevancia, tanto por su aportación al Producto Interno Bruto (PIB) como por su capacidad de generar empleo. El sector es conocido por estar muy fragmentado y por su gran capacidad para hacer frente a los desafíos, como lo demuestran las cifras de los últimos años, pues observamos su habilidad para adaptarse a las demandas del actual panorama global. Este está marcado por la digitalización y la creciente necesidad de sostenibilidad por parte de los consumidores (Jiménez Serranial, 2022).

Esta industria no solo abarca la fabricación de ropa, sino también complementos, bisutería, relojes, gafas, perfumes y cosméticos, constituyendo el centro de la industria los productos textiles, la confección, y cuero y calzado (García Torres, 2020).

La industria de la moda es un campo dinámico que ha experimentado una evolución constante en términos de diseño y tecnología. Los diseñadores exploran nuevas formas, materiales y técnicas para crear productos únicos. En cuanto a la tecnología podemos decir que ha transformado la moda, desde el diseño asistido por ordenadores hasta la

impresión 3D. Además, la personalización y experiencia del cliente también son aspectos importantes, ya que con las aplicaciones de realidad aumentada pueden permitir a sus consumidores probarse virtualmente la ropa antes de comprarla.

Tras esta breve introducción sobre el concepto de la moda, a continuación, se hablará de su historia con el objetivo de contextualizar este trabajo de fin de grado.

## **1.2. BREVE REPASO DE LA HISTORIA Y EVOLUCIÓN DEL MERCADO DE LA MODA**

El nacimiento de la moda se remonta a los inicios de la historia de la humanidad, es decir, en la Antigüedad como evidencian los frescos de Pompeya y Herculano.

A pesar de esto, la moda que conocemos hoy en día tiene sus raíces en la época medieval y evolucionó significativamente durante los siglos XVI y XVII, adoptando progresivamente las características de la "moda moderna".

A continuación, repasaremos los hitos más importantes de la moda de cada década, centrándonos en los aspectos determinantes para la evolución y desarrollo de este sector económico tomando como referencia para la obtención de la información el libro *Breve Historia de la Moda: desde la Edad Media hasta la Actualidad* de Giorgio Riello (2016).

### **Edad Media y Edad Moderna. Los orígenes de la moda: la corte y la ciudad.**

Se trata de una época donde la corte española tenía mucha influencia en la sociedad. Esta tenía un papel fundamental en la creación y difusión de las tendencias de moda, donde la nobleza y los cortesanos ejercían una gran importancia en la definición de estilos y códigos de vestimenta.

Se destaca cómo la moda en España no solo era una cuestión de indumentaria, sino que estaba estrechamente ligada a la cultura, el poder y los valores sociales. Elementos como los modales y la etiqueta en la sociedad cortesana se convirtieron en herramientas de distinción social y en expresiones de refinamiento y educación. El color negro en la moda renacentista y barroca se enfatiza, con su simbolismo de elegancia y sobriedad

siendo especialmente relevante en la corte española, donde incluso se establecieron normativas para su uso.

Durante los siglos XVI y XVII, la moda española, caracterizada por su elegancia sobria, contrastaba con la ostentación de otras cortes europeas, como la francesa. A pesar de esto, su influencia en el desarrollo de nuevas tendencias, estilos en la indumentaria y etiqueta social fue notable en toda Europa .

### **Siglo XVIII. La novedad avanza: revolución de la moda**

La moda del siglo XVIII se democratizó, extendiéndose desde la aristocracia hasta la sociedad urbana en general. El consumo de moda se volvió fundamental en la vida diaria, definiendo identidades personales y sociales.

Gracias al Museo del Traje en Madrid podemos analizar la colección de vestimenta de este siglo, destacando la transición en la moda durante los reinados de Felipe V y Fernando VI, marcada por la influencia francesa.

#### **Imagen 1. Vitrina Velada musical, Museo del Traje.**



Fuente: Leira Sánchez.

En esa época, la vestimenta masculina estaba compuesta por casaca, chupa y calzón, con detalles como camisas, medias de seda y sombreros tricornio. A mediados del siglo, su vestimenta se estiliza y simplifica, adoptando influencias inglesas con trajes más prácticos. En el caso de las mujeres podemos ver que llevaban camisas largas, enaguas, corsés y armazones para dar forma a las faldas. Durante los reinados mencionados, la moda femenina preferida en España fue la combinación de casaca y basquiña, aunque también se destacaron las influencias francesas como la robe "à la française".

Pero se desarrolló un interés por la moda castiza española, con la influencia del fenómeno "majismo" el gusto de las clases altas por vestirse y actuar al modo de las gentes del pueblo de Madrid, y es frecuente encontrar elementos populares incorporados a los vestidos de moda francesa (Leira Sánchez).

### **Imagen 2. Vitrina Majismo. Museo del Traje.**



Fuente: Leira Sánchez

### **La gran renuncia del siglo XIX: el hombre sin moda.**

La moda masculina desde el siglo XVIII hasta el XIX, se centra en la adaptación del traje de tres piezas y la transición hacia un estilo más práctico y sobrio.

Además, encontramos la teoría de la “gran renuncia” masculina a la moda ornamental, pues empieza a destacar el papel del dandi como figura representativa de un nuevo estilo masculino, enfocado en la discreción y la perfección estética. Debían vestir trajes que estuvieran confeccionados a la perfección en colores moderados como es el negro, verdes oscuros o tonos pasteles. El lujo y la singularidad estuvieron relacionados con la estética masculina, aspectos que utilizaron como rasgo diferenciador. Mantenían siempre perfecta la barba, peinado, bigote, y se aromaban.

### **Imagen 3. El dandi del siglo XIX.**



Fuente: Pinterest.

**La moda y la invención del tiempo libre.**

Podemos ver que se va explorando la libertad, el tiempo libre y los cambios sociales en la moda. Esta se convirtió en un símbolo de feminidad en el siglo XIX, aunque este fenómeno generó debates sobre la igualdad de género.

En la transición de estos siglos la Revolución Francesa impactó en la moda, dando lugar a trajes masculinos más sobrios y simples y vestidos femeninos enteros de telas blancas y vaporosas, más neoclásicos, inspirados en la antigua Grecia y Roma. Esta época marcó un cambio radical en la moda, reflejando las ideas de libertad y democracia de la Revolución (Leira Sánchez).

La investigación tecnológica también desempeñó un papel importante, con el desarrollo de fibras sintéticas que revolucionaron el vestuario.

**El “siglo de la moda”, de la moda a la alta costura: creatividad.**

Desde la alta costura hasta las tendencias de moda de masas, el siglo XX en España fue testigo de una fascinante evolución impulsada por figuras icónicas y movimientos revolucionarios. Tanto es así que se denominó el “siglo de la moda”.

Durante los años 30, Cristóbal Balenciaga (1895-1972) destacó en España, donde fundó casas de moda en San Sebastián y Madrid. A pesar de los desafíos políticos, abrió una tercera casa en Barcelona en 1935. Sin embargo, en 1936 debido a la Guerra Civil española se tuvo que ir a París, donde debutó con éxito en 1937, dejando una huella duradera en la moda europea.

También, durante este periodo podemos encontrar a otros diseñadores como Worth, pionero de la alta costura que revolucionó la relación entre moda y lujo; y Poiret y Schiaparelli, quienes desafiaron los estándares convencionales con su audacia y originalidad. Todos estos diseñadores sentaron las bases para el desarrollo de la industria textil en España.

Después de varias tendencias en la moda, se produjo un notable regreso al clasicismo. En 1954, la dirección de Perfumes Chanel persuadió a Coco Chanel para que volviera a dirigir la casa de moda con conceptos de elegancia atemporal, cerrada desde 1939. A

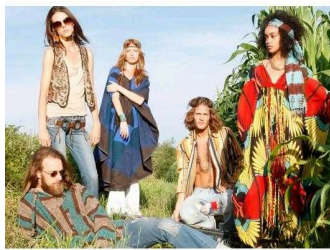
pesar de la duda inicial, su primera colección no fue un éxito hasta que Chanel, a los 72 años, creó un traje adaptable y elegante en tweeds escoceses ligeros, con detalles de colores variados. Este traje, fácilmente reconocible e imitable, ganó fama mundial por su estilo distintivo. A diferencia de otras casas de alta costura, Chanel no se preocupaba por ser copiada, confiando en la calidad de sus diseños para marcar la diferencia.

### **Segunda mitad del siglo XX. Espacio para los jóvenes: la moda informal y la influencia juvenil.**

A lo largo del siglo XX, la relación entre la moda y las subculturas juveniles en España tuvo una evolución significativa. La moda se convirtió en un espacio crucial para que los jóvenes expresaran su identidad, especialmente después de la Segunda Guerra Mundial, cuando surgió el concepto de "teenager". Desde entonces, los jóvenes utilizaron la moda como una herramienta para desafiar las normas establecidas y construir una identidad propia, influenciada por el deporte, la música y la sociedad.

Las subculturas juveniles, como el movimiento hippie y el punk, utilizaron la moda como medio de expresión y resistencia, evolucionando con el tiempo. Algunas, como la cultura gay, pasaron a ser parte de la corriente principal.

#### **Imagen 4. Movimiento Hippie**



Fuente: Moda Movimiento Hippie.

#### **Imagen 5. Movimiento Punk**



Fuente: Carlos Monty, 202.1

La relación entre las subculturas y la industria de la moda fue compleja. A menudo, la moda adoptaba elementos de las subculturas para comercializarlos a un público más amplio.

Durante esta época Manuel Pertegaz destacó como uno de los principales modistos del país, conocido por su innovación y calidad. Seguidamente, el Corte Inglés y Galerías Preciados, notaron un crecimiento exponencial en las décadas siguientes, convirtiéndose en líderes internacionales en la venta de moda española.

### **España años 60. La moda nueva.**

La incorporación de las nuevas generaciones a la vida cultural y laboral española, las primeras que pueden viajar al extranjero y estudiar lejos de las cerradas universidades nacionales, el turismo y la influencia de los medios de comunicación cada vez menos herméticos y sometibles, provocaron el gran cambio que un régimen envejecido.

En lo que respecta a la moda, por primera vez en mucho tiempo, la confección española generó nombres que renovaron la oferta estilística y propusieron un decidido acercamiento a los fenómenos estéticos y culturales occidentales.

En esta época abrieron sus puertas casas de costura que procuraron dotar a las nuevas generaciones de elementos de estilo acordes con su tiempo. Entre otros, cabe citar a Carmen Mir (1903-1986), modernizando los años 60 y 70; Pedro Rovira (1921-1978), que fundó su casa de costura en 1948, y llegó a lanzar en los 60 líneas propias de prêt-à-porter; Josep Ferré (1920), que presentó desde 1959 la gran novedad del traje-pantalón; o Herrera y Ollero, una casa fundada en 1945, que incorporó a finales de la década de 1960 las claves materiales y estilísticas con las que Paco Rabanne estaba revolucionando el mundo de la moda.

No obstante, el nombre más destacado de esa década fue Elio Berhanyer, quien, nacido en Córdoba en 1933 y fundó su casa de moda en Madrid en 1960. Se caracteriza por sus creaciones femeninas y masculinas, así como por sus accesorios, influenciados por el Op-art y las formas geométricas. Fue uno de los primeros creadores españoles que firmó con su nombre ropa y accesorios, utilizando su marca como recurso decorativo y publicitario (Vaquero Argüelles).

**Imagen 6. Vestido y abrigo (1972), Elio Berhanyer. Museo del Traje.**

Fuente: Vaquero Argüelles.

**La internacionalización actual de la moda.**

La industria de la moda se ve muy influenciada por la globalización. Pues, la expansión de marcas de lujo y la popularización de la moda rápida son un papel clave para la economía española.

Además, la mayoría de estilos de modas ya están inventados, por lo tanto, la única manera que tienen las marcas de seguir en el sector es restaurar prendas de otras décadas o incluso de otros siglos modernizarlos con nuevos tejidos y materiales. Es decir, las modas siempre vuelven.

En este periodo destacan los avances tecnológicos y cambios en la percepción del cuerpo. La industria enfrenta críticas sobre estándares de belleza poco realistas. Aunque, se observa un movimiento hacia una moda más ética y sostenible, con un enfoque de transparencia en la cadena de suministro y condiciones laborales justas.

España ha destacado como líder en el crecimiento del sector retail (venta al detalle o minorista) en Europa, impulsado principalmente por grandes cadenas de moda como Inditex, Puig, Mango y Tendam. Según los últimos informes, las compañías han aumentado sus ingresos un 19,4% en 2022, hasta superar los 42.000 millones de euros, según datos de la última edición de El Mapa de la Moda, patrocinada por Big Commerce.

Inditex es el líder mundial del sector, que sobrepondera en el ránking, reportado un crecimiento notable en ventas del 12% entre el 1 de noviembre y el 8 de diciembre de 2022. Seguidamente, el grupo de cosmética, perfumería y moda Puig se reafirma en los

grandes grupos españoles de la moda tras adelantar a Mango en 2022 con un alza del 40%. Aun así, Mango anticipó cifras récord, exactamente facturó 2.688 millones de euros. Y Tendam reportó un aumento de 12% en sus ingresos totales entre marzo y agosto de 2022 (Los diez mayores grupos de moda de España, 2023).

Este dinamismo en el sector no solo refleja un crecimiento en las ventas, sino también la capacidad de adaptación de estas empresas a las tendencias de consumo y eventos comerciales significativos, como el Black Friday, que han coincidido con una climatología favorable, impulsando aún más las compras (Modaes, 2023).

## 2. EL SECTOR DE LA MODA EN CIFRAS

A día de hoy, el comercio de la moda, su sector y todo lo que le atribuye, sumaban un 2,8% del PIB nacional, lo que deja ver que es una parte fundamental y muy significativa en la economía española. Con el dato de este año podemos ver que la moda ha ido recuperando su presencia en la economía española regresando a los datos de antes de la pandemia. En 2020, con el estallido del coronavirus la cuota del sector sobre el PIB se situó en el 2,4%, el dato más bajo de toda la serie. En 2019, el peso de la moda española en la economía ascendió al 2,8% (un ratio que en 2022 volvió a alcanzarse).

En concreto, las industrias de textil, confección y cuero y calzado contribuyeron a una cifra de negocio de 14.765 millones de euros al finalizar el año.

### 2.1. UNA VISIÓN EN SU CONJUNTO DEL SECTOR

En el número de empresas, la industria consiguió frenar el descenso que se venía produciendo los últimos dos años y la cifra apenas retrocedió un 0,3%, la menor caída desde el inicio de la pandemia. Como podemos observar en el gráfico 1 tras la pandemia las cifras han ido descendiendo llegando a tener en 2020 y 2021 un descenso del 1,9% algo que no se veía desde 2014 (Informe Económico de la Moda en España, 2022).

**Gráfico 1. Evolución del número de empresas 2013-2022. Textil, Confección y Cuero y Calzado.**

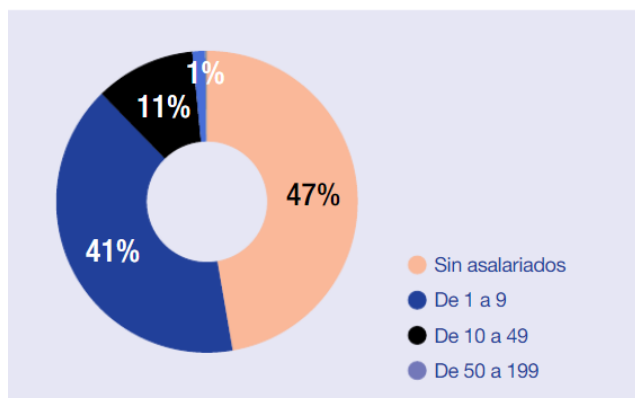


Fuente: Informe Económico de la Moda en España modaes, 2023.

Es relevante destacar que el 47% de las empresas textiles no tiene trabajadores que perciban un sueldo a comienzos del año 2022 con respecto al 46,1 % que registró el año 2021. Ante esto, el 41% de ellas disponía de 1 a 9 trabajadores, el 11% registra entre 10

y 49 personas, y únicamente el 1% de empresas textiles dispone de 50 a 199 trabajadores (Informe Económico de la Moda en España, 2023) (Informe Económico de la Moda en España, 2022).

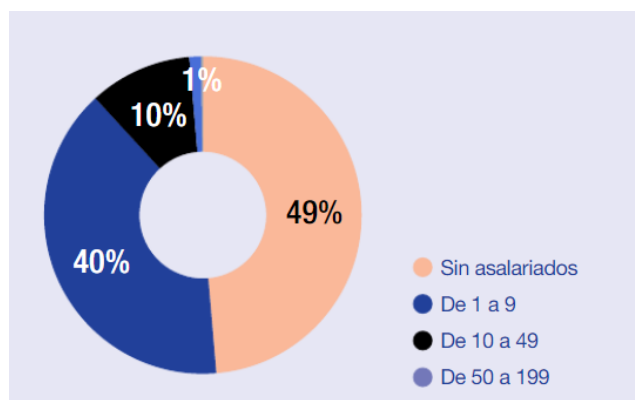
**Gráfico 2. Empresas por estrato de asalariados 2022. Textil, Confección y Cuero y Calzado.**



Fuente: Informe Económico de la Moda en España modaes, 2023.

En cuanto a los locales textiles, observamos que solo el 49% no tienen trabajadores que perciban una remuneración en 2022 en relación con un 46,8% que registró en 2021. Seguidamente, el 40% de ellas disponía de 1 a 9 trabajadores, el 10% registra entre 10 y 49 personas, y únicamente el 1% de locales textiles dispone de 50 a 199 trabajadores.

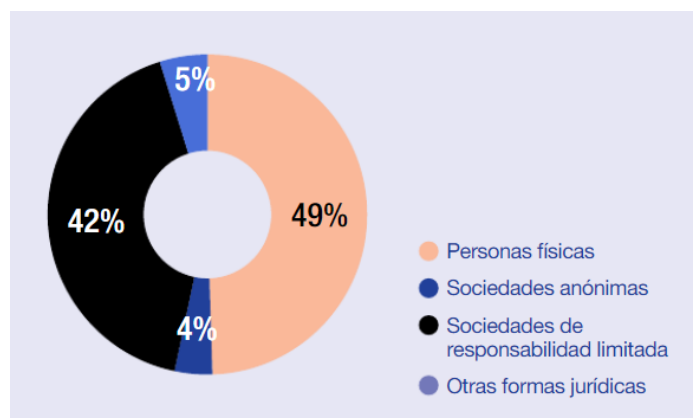
**Gráfico 3. Locales por estrato de asalariados 2022. Textil, Confección y Cuero y Calzado.**



Fuente: Informe Económico de la Moda en España modaes, 2023

El sector textil español se caracteriza por que, en el año 2022, la actividad empresarial representaba, un 49% las personas físicas que ejercían esta actividad, un 42% eran sociedades limitadas frente al 4% de sociedades anónimas. El resto, un 5% en otros (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

**Gráfico 4. Empresas por forma jurídica 2022. Textil, Confección y Cuero y Calzado.**



Fuente: Informe Económico de la Moda en España modaes, 2023

El sector textil llevaba desde el año 2014 hasta 2018 generando puestos de trabajo en España. Fue en estos últimos años debido a la pandemia, cuando el país registró una caída del 3% en 2019 y otra del 7,8% en 2020 en el sector textil, confección, y por supuesto, también en el del cuero y el calzado. Esta caída del 4,8% con respecto al año anterior, supone un número de 137.358 trabajadores afiliados a la Seguridad Social. En valores absolutos, en 2019 se registran 4.181 afiliados menos en este sector con respecto al año 2018, que era 141.539.

En 2021 podemos ver un aumento muy significativo del número de afiliados con un 3,6%. Sin embargo, no durará mucho ya que en 2022 el número de trabajadores en la industria de la moda volvió a caer tras el año de alza con un 1%. Todo esto se produjo durante el primer año de la pandemia, más afectado por cierres e interrupciones en la producción.

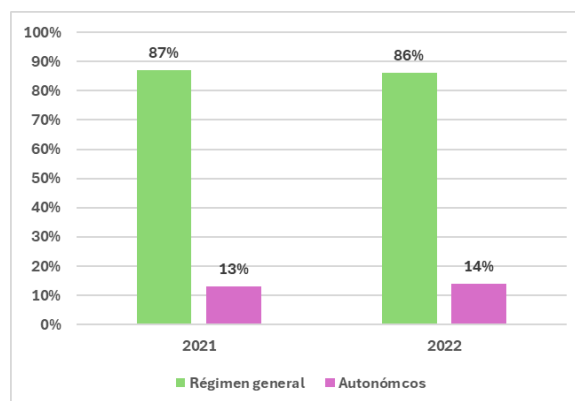
**Gráfico 5. Evolución del número de afiliados a la Seguridad Social en el sector textil, confección y cuero y calzado desde 2013 a 2022 en términos porcentuales.**



Fuente: Informe Económico de la Moda en España modaes, 2023

A pesar de ello, a finales del 2022, se registraba que el 14% de los miembros afiliados contribuían a la Seguridad Social en régimen de autónomos, mientras que en 2021 se notificó un 1% menos, un 13% (Informe Económico de la Moda en España, 2023) (Informe Económico de la Moda en España, 2022).

**Gráfico 6. Comparación de afiliados a la Seguridad Social 2021-2022.**

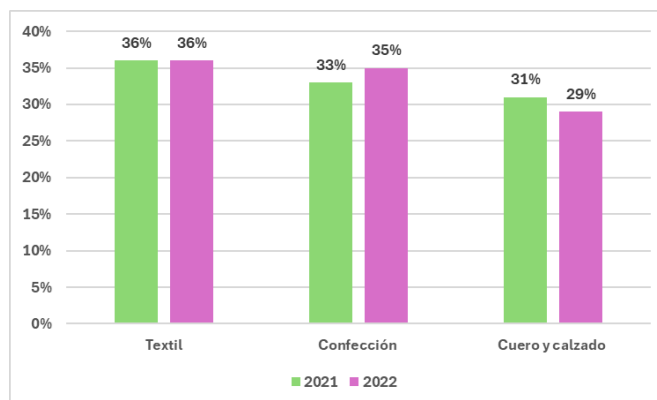


Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por el Informe Económico de la Moda en España Modaes, 2021 y 2022.

Además, el sector textil es el sector con más personas asalariadas, en concreto, un total de un 37%. Podemos apreciar que se ha mantenido respecto al año 2021. A esto se le añade también que el sector de la confección presenta una subida en cuanto al número de trabajadores; en 2021 se contabilizaba un 33%, no obstante, el mes de diciembre se cierra con un 35%. Por el contrario, el sector del cuero y calzado presenta una caída en

cuanto al número de trabajadores con un 31% en 2021 y un 29% en 2022, es decir, disminuye un 2% (Informe Económico de la Moda en España, 2023) (Informe Económico de la Moda en España, 2022).

**Gráfico 7. Comparación de los trabajadores por sector en 2021-2022 en términos porcentuales.**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por el Informe Económico de la Moda en España Modaes, 2021 y 2022.

Según los datos recogidos y facilitados por el Centro de Información Textil y de la Confección (Cityc)<sup>1</sup> sobre el sector textil y confección se puede observar que, en primer lugar, la cifra de negocios desde el año 2017 se ha mantenido hasta el año 2019 situándose en 5.796 millones de euros, que más tarde, en el periodo 2020 la cifra de negocios se debilita, aunque a partir de 2021 podemos ver como va experimentando un consecutivo crecimiento, en términos porcentuales, registra un 10% menos. En cuarto lugar, las importaciones experimentan un descenso desde el año 2017 hasta el 2019, en el año 2020 tienen un ligero aumento, pero vuelven a caer en 2021 y aumentarán en 2022. Por el contrario, las exportaciones, experimentan un crecimiento paulatino desde el año 2017 hasta el 2022, se aprecia una variación en 2021 del 11,5% respecto al 2020. Por último, en la balanza comercial se revela un saldo negativo o déficit como consecuencia de que el valor de las importaciones supera al de las exportaciones. Se aprecia una variación de más del 100% del año 2021 con respecto al 2022.

<sup>1</sup> Cityc: Organismo sin ánimo de lucro que tiene como objetivo proporcionar a los principales grupos de interés del sector textil-confección los elementos informativos necesarios para su desarrollo.

**Tabla 1. Comparación de indicadores 2017-2022.**

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	% 21/20
<b>Empresas</b>	3.608	3.783	3.799	3.633	3.591	3.569	-0,6%
<b>Empleo (000)</b>	46.021	47.154	47.081	45.818	46.642	47.117	1,0%
<b>Cifra de negocios (mill €)</b>	5.927	5.927	5.796	5.304	6.046	6.651	10,0%
<b>Importaciones (mill €)</b>	4.511	4.414	4.414	5.750	4.922	5.798	17,8%
<b>Exportaciones (mill €)</b>	4.262	4.252	4.375	3.651	4.467	4.982	11,5%
<b>Balanza Comercial (mill €)</b>	-249	-162	-39	-2.099	-455	-817	>100%

Fuente: Centro de Información Textil y de la Confección (Cityc), 2023

## 2.1. SECTOR TEXTIL

A inicios del año 2022 se produce un aumento en la producción de la industria textil anotando en el mes de febrero un 19% del Índice de Producción Industrial (IPI)<sup>2</sup>. En cambio, no durará mucho, puesto que en los siguientes meses se producirá una reducción continuada anotando a finales de año su peor dato, un declive que puso a la industria textil en un -12,8% (Informe Económico de la Moda, 2023).

**Gráfico 8. Evolución anual del IPI 2022 en valores porcentuales.**

Fuente: Informe Económico de la Moda en España modaes, 2023

En cuanto a todos los sectores que engloba la industria textil, podemos destacar que en todos y cada uno de ellos su actividad durante 2022 ha sido negativa. Los sectores de la industria textil que podemos mencionar son:

- Preparación e hilado de fibras.
- Fabricación de tejidos textiles.

<sup>2</sup> IPI: Mide la evolución mensual de la actividad productiva de las ramas industriales, es decir, de las industrias extractivas, manufactureras y de producción y distribución de energía eléctrica, agua y gas y, por primera vez para la base 2010, también la división 36: Captación, depuración y distribución de agua, de la sección E de la CNAE-2009.

- Acabado de textiles.
- Fabricación de otros productos textiles.

El subsector que se vio más perjudicado de los anteriormente mencionados fue el de preparación e hilado de fibras. A inicios de año tuvo unas cifras positivas pero a partir de mayo se produce un descenso hasta llegar a diciembre con un 30% (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

El de fabricación de tejidos textiles fue el segundo subsector más afectado, comenzó el año 2022 con cifras positivas 3,9% y acabó con negativas 21,1% del IPI. Noviembre registró su caída más baja y en diciembre podemos observar un ligero aumento con mejores datos, pero también negativo. En cambio, durante la actividad económica los únicos meses que se mantuvieron positivos fueron enero, febrero, junio y agosto (Informe Económico de la moda en España, 2023).

En el acabado de textiles pese a su incremento del IPI en mayo de 2022 de más del 4.9%, se produce un descenso consecutivo de cifras negativas en lo que queda de año acabando en diciembre con una cifra negativa del 7.1% (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

Y, por último, en cuanto al de fabricación de otros productos textiles la caída fue del 6.8% a finales de año, con independencia de que en la mayoría de los meses el IPI cierra en cifras positivas. Este es el subsector más importante, pues fue el único que creció con un incremento interanual del 5,8% (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

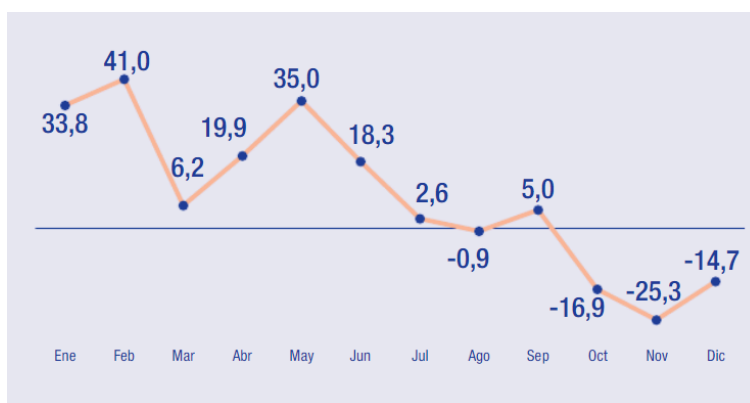
## **2.2. SECTOR DE LA CONFECCIÓN**

El sector de la confección en España comenzó con un fuerte aumento del IPI en febrero de un 41% , mientras que, cerró su actividad económica con un descenso situándose el IPI en un -14,7%. A lo largo del año 2022, surgieron una serie de subidas y bajadas. Tras su pequeño aumento en febrero, en marzo se produce una fuerte bajada situándose en un 6,2% , aumentando consecutivamente en abril al 19,9% y en mayo al 35%. Por el contrario, desde el mes de mayo hasta agosto, en la industria de la confección surgen una serie de caídas, ubicándose en agosto la primera cifra negativa del año con un 0,9%. Todo ello, se ve mejorado con una leve subida en septiembre alcanzando un IPI del 5%,

a pesar de ello, en los tres meses siguientes, este se encontraría en cifras negativas, 16,9%, 25,3% y 14,7% respectivamente.

Pese a haber terminado el año a la baja, la confección logró incrementar en un 6,3% su producción industrial en 2022, volviendo a cifras más moderadas después de los saltos sin precedentes provocados por las bajas bases comparables causadas por la pandemia (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

**Gráfico 9. Evolución anual del IPI 2022 en valores porcentuales.**



Fuente: Informe Económico de la Moda en España modaes, 2023

Dentro del sector de la confección, a su vez podemos hacer una clasificación:

- Confección de prendas de vestir.
- Fabricación de artículos de peletería.
- Confección de prendas de punto.

En cuanto a los subsectores de la industria de la confección, la confección de prendas de vestir remontó en 27,6% en 2021. Sin embargo, en comparación con el año anterior se anotó un descenso anual en su IPI en 2022 del 21,8%, suponiendo una cifra del 5,8%. El sector de la confección de prendas de vestir de punto, que llevaba cuatro años consecutivos a la baja, tuvo una subida en el IPI del 22,3% en 2021, pero se produjo una leve caída del 9,2% en 2022, anotando un 13,2%. Por último, es importante mencionar que el Instituto Nacional de Estadística (INE)<sup>3</sup> lleva varios años sin presentar datos sobre el subsector de artículos de peletería y se desconocen los motivos. Lo único que

<sup>3</sup>Organismo público español encargado de la coordinación general de los servicios estadísticos de la Administración General del Estado y la vigilancia, control y supervisión de los procedimientos técnicos de los mismos.

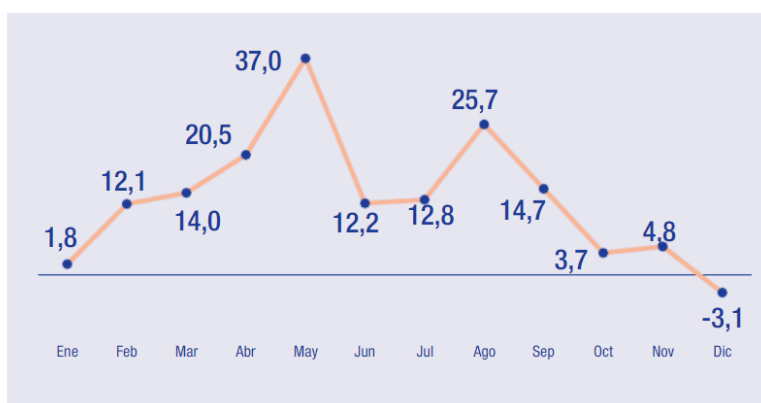
se puede mencionar al respecto, es que la producción en este sector cayó un 10,2% al cierre del año 2012 (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

### 2.3. SECTOR DEL CUERO Y CALZADO

El 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, por el año del estallido de la pandemia volvió a desencadenar una caída anual del 28,1% (Informe Económico de la Moda en España, 2022).

En el año 2022, la producción industrial del cuero y calzado anotó el mayor incremento en su producción industrial de la última década, repitiendo el hito que ya alcanzó en 2021, y registrando un 1,8% en enero, aumentó en los siguientes meses un 12,1%, 14% y 20,5%, hasta que se disparó un 37% en mayo. En junio, la actividad del sector tuvo un salto más moderado del 12,2%, seguido de julio, con una evolución prácticamente nula, pues el IPI escaló un 0,6%; en agosto, dio un salto del 25,7%; sin embargo, en septiembre descendió un 14,7% y siguió descendiendo con una disminución interanual del 3,7% en octubre; en noviembre, un ligero aumento del 4,8%, acabando el año con su peor cierre del ejercicio una cifra negativa del 3,1% (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

**Gráfico 10. Evolución anual del IPI 2022 en valores porcentuales.**



Fuente: Informe Económico de la Moda en España modaes, 2023.

Por subsectores, la actividad de la industria del cuero experimentó en 2022 una bajada situándose con un 7%, después de aumentar un 10,5% en 2021. Pero a pesar de esta

bajada no llegamos a tener las mismas cifras de la pandemia, pues en 2020 se desplomó un 24,3% y rompió con una racha de tres años seguidos de crecimiento. La actividad de la industria del calzado fue el subsector más importante en 2022, registró el mayor incremento de hasta el 16,1% (Informe Económico de la Moda en España, 2023) (Informe Económico de la Moda en España, 2022).

### 3. EL COMERCIO EXTERIOR DEL SECTOR DE LA MODA

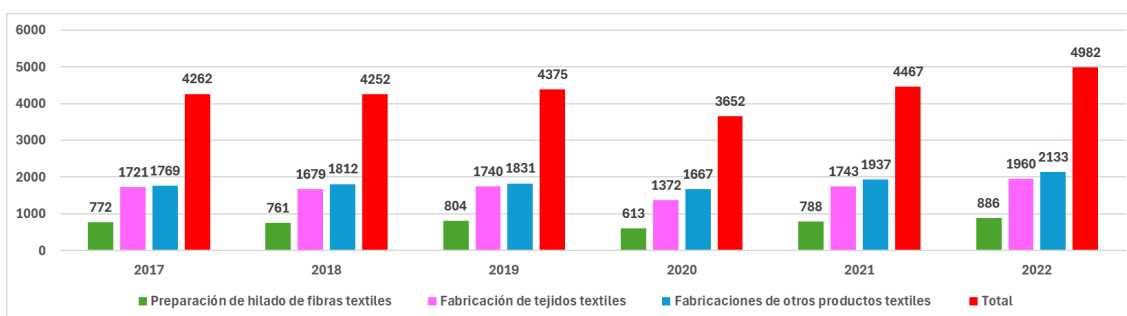
#### 3.1. COMERCIO EXTERIOR

El sector de la moda sigue siendo un eslabón muy importante en la economía del país, tanto que, en el año 2020 y tras un duro golpe causado por el Covid-19, aportó el 2,8% al PIB, una décima menos que el año anterior. Este sector aporta al PIB español más que el sector primario que se situó en 2020 en un 2,6%, pero por debajo del sector de la banca y seguros con un 3,6% y el de la construcción que cerró el año con una aportación del 5,8% (Informe Económico de la Moda en España, 2020).

Seguidamente, según los datos de Ices España Exportación e Inversores, las exportaciones españolas de textil, confección y cuero y calzado remontaron un 23,5% en 2021, hasta 21,601 millones de euros (Informe Económico de la Moda en España, 2022).

A continuación, podemos observar el gráfico 9 y ver como en el año 2022 se produce un aumento en cifras de los tres subsectores de la industria textil con respecto al año anterior, 2021. Como obviedad, este aumento se traduce como una leve recuperación tras el estallido de la pandemia.

**Gráfico 11. Evolución de las exportaciones de la Industria Textil Española expresado en millones de euros.**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por el Centro de Información Textil y de la Confección (Cityc), 2023.

En relación con la Tabla 2, los diez países favoritos para el sector de la moda española son Marruecos, Francia, Italia, Portugal, Alemania, Bélgica, Reino Unido, Polonia, Estados Unidos y Turquía durante el año 2022. Son estos países donde las exportaciones españolas centran sus mayores cifras de ingresos. El país que tiene un porcentaje superior sobre el total de exportaciones es Marruecos con un 25,7%, sin embargo, es el tercer país con mayor crecimiento este año 22,5%. Los países en los que se aumentaron las exportaciones durante 2022 fueron Turquía con un 41,6% más, representando solo un 2% del total; seguido de Bélgica con un 36,9%, Marruecos, Italia con un porcentaje de 17,3%, Reino Unido 12,9%, continuó Estados Unidos 11,8%, Francia con un 10,6% y siendo un 11,6% del total, después Alemania con un 8,1% y, por último, Portugal con un 7,7% mayor con respecto al año anterior y un 8% sobre el total. Por lo contrario, el país en el que las exportaciones españolas se vieron más afectadas fue Polonia con un 6,9% menos. En cambio, durante, durante 2021 el orden de países sufrió una pequeña variación. La primera posición la ocupaba Francia en vez de Marruecos, esto hizo desplazar todo el ranking a una posición por debajo a la del año anterior y sustituyó a Polonia en la quinta posición dejando en su lugar a Alemania.

**Tabla 2. Principales exportaciones en 2022 en términos porcentuales.**

<b>Principales Clientes 22</b>	<b>% 22/21</b>	<b>%/TOTAL</b>
<b>Marruecos</b>	22,5%	25,7%
<b>Francia</b>	10,6%	11,6%
<b>Italia</b>	17,3%	9,0%
<b>Portugal</b>	7,7%	8,0%
<b>Alemania</b>	8,1%	7,4%
<b>Bélgica</b>	36,9%	4,2%
<b>Reino Unido</b>	12,9%	2,8%
<b>Polonia</b>	-6,9%	2,6%
<b>Estados Unidos</b>	11,8%	2,0%
<b>Turquía</b>	41,6%	2,0%

Fuente: Centro de Información Textil y de la Confección (Cityc), 2023.

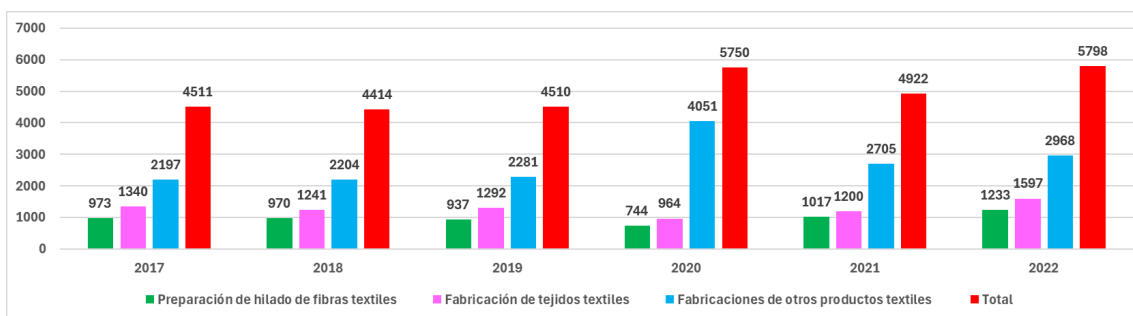
### 3.2. EL COMERCIO INTERIOR

En cuanto a 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 (Informe Económico de la Moda en España, 2022).

En 2022 las importaciones seguirán el mismo ritmo de crecimiento. Sin embargo, en el último trimestre del año nos encontramos en tasas negativas, pero anotaron un repunte interanual del 12,9% y alcanzaron 4.766 millones de euros de ventas (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

Analizando la evolución de las importaciones de la Industria Textil Española expresado en millones de euros vemos que las importaciones crecieron más que las exportaciones, de ahí que la balanza de pagos presente alguna cifra negativa. Alcanzamos en España un total de 5.798 millones de euros por subsectores en la industria textil, es decir, un aumento de 876 millones de euros con respecto al año anterior.

**Gráfico 12. Evolución de las importaciones de la Industria Textil Española expresado en millones de euros.**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos publicados por el Centro de Información Textil y de la Confección (Cityc), 2023.

Los principales países importadores para España son China cuyas importaciones crecieron muy poco el año pasado con un 9,6% en 2022 representando éste un 27,2% del total de las importaciones, seguido de Turquía que, en cambio, se aumentaron más llegando a un 42,4% en 2022 pero aun así solo representan un 10,9% del total. Por otro lado, tenemos a Pakistán que aunque esté en la cuarta posición con un total de 6,5% es

el que más ha crecido este año con un 69,6% más. También, analiza los países que representan menos importaciones del total que son Corea del Sur y Bélgica que sus importaciones son de 46,1% y 16% respectivamente frente al año 2021, lo que conlleva que figure Corea del Sur un 2,6% y Bélgica un 1,9% del total de las importaciones. Pero a pesar de sus malas cifras respecto al total de importaciones, no son los países que menos han aumentado sus importaciones pues estos puestos lo ocupan Francia con un aumento del 1,9% y Alemania con una leve subida del 0,2%.

**Tabla 3. Principales importaciones en 2022 en términos porcentuales.**

<b>Principales Proveedores 21</b>	<b>% 22/21</b>	<b>%/TOTAL</b>
<b>China</b>	9,6%	27,2%
<b>Turquía</b>	42,4%	10,9%
<b>Italia</b>	15,8%	10,5%
<b>Pakistán</b>	69,6%	6,5%
<b>India</b>	25,5%	5,8%
<b>Portugal</b>	33,5%	5,8%
<b>Alemania</b>	0,2%	5,2%
<b>Francia</b>	1,9%	3,9%
<b>Corea del Sur</b>	46,1%	2,6%
<b>Bélgica</b>	16,0%	2,2%

Fuente: Centro de Información Textil y de la Confección (Cityc), 2023.

#### 4. ECOMMERCE

El comercio electrónico, o ecommerce, es una forma de compraventa en línea que ha permitido a las empresas expandirse, reducir costes y llegar a nuevos mercados con facilidad. Impulsado por la pandemia de COVID-19, este sector está en auge, con un aumento significativo en el número de consumidores que realizan compras por internet (Bello, 2022). La magnitud de los ingresos generados por estos clientes ha permitido que las empresas crezcan y que adopten las ventas online como parte integral de su éxito.

El ejercicio económico de 2023 sobre el comercio electrónico ha detenido su crecimiento en el negocio español de la moda tras haber tenido un aumento considerable durante la pandemia (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

Según las estadísticas de comercio electrónico de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)<sup>4</sup>, que tienen acceso a información aportada por entidades de medios de pago, analizaron un estancamiento económico en el volumen de negocio registrado online en torno a prendas de vestir, hasta 4.4685 millones de euros. Cabe destacar que ante la recuperación durante estos últimos años del turismo y los viajes (sector muy importante en el ecommerce), las prendas de vestir pierden también su impacto en el conjunto de las ventas online en España, del 8,4% en 2021 al 6,9% en 2022. Sin embargo, en el sector de la moda el ecommerce sigue siendo un canal de ventas importante para la mayoría de las empresas de la industria (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

El Informe de la Moda online en España 2023 de Kantar, nos pública la cuota de mercado de las ventas online en España en productos de moda representando el 21,1% en 2022, en valor, un aumento de tres décimas con respecto al año anterior. Por otro lado, en términos de volumen, el ecommerce llegó al 16,9% de las ventas totales en el país, lo que equivale a un crecimiento de 1,3 puntos porcentuales en comparación con 2021 (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

---

<sup>4</sup> CNMC: Es un organismo público con personalidad jurídica propia que promueve y preserva el buen funcionamiento de todos los mercados en interés de los consumidores y de las empresas.

A pesar de estos avances, la penetración del ecommerce en el mercado de la moda sigue siendo algo inferior al 50%, lo que indica que aproximadamente la mitad de los compradores de moda realizaron al menos una compra en línea en 2022 (Informe Económico de la Moda en España, 2023).

#### 4.1. CUOTA DE MERCADO DE LOS PRODUCTOS

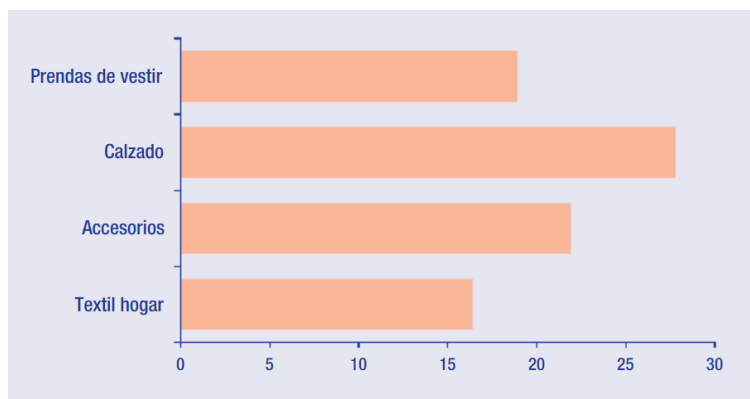
Dentro del sector de la moda, se puede hacer una clara distribución por productos. Esta distribución se puede dividir en cuatro categorías:

- **Prendas de vestir:** Sin duda esta categoría es la más significativa del sector de la moda puesto que es en la que más productos y más variedad se pueden adquirir.

La categoría de prendas de vestir pasó de una cuota del 19,3% en 2020 al 12,9% en 2021. Durante 2022 se colocó en una cuota de mercado online que cerró alrededor de 18%, la tercera categoría en el peso del ecommerce en la venta de moda. Como podemos observar ha habido un auge respecto al año anterior.

- **Calzado:** Es la categoría en la cual el crecimiento se ha visto más acentuado. Durante el año 2022, la categoría del calzado ha supuesto un 27,8% sobre el valor total a través del comercio electrónico, mientras que, durante el año anterior, 2021, la cuota de mercado se situaba en un 21,1%.
- **Accesorios:** Generalmente, la categoría accesorios es en la que el comercio electrónico ha tenido menos influencia debido a la importancia que el resto de las categorías tienen en el sector, como, por ejemplo, la de las prendas de vestir o la del calzado. Por el contrario, en 2021 la importancia del comercio electrónico adquirió más importancia situándose en la mayor categoría del ecommerce sobre el total, concretamente cerró la actividad económica en un 27,1%. En el año posterior, 2022, perdió un poco de influencia colocándose en la segunda posición alrededor de un 22% .
- **Textil hogar:** La cuota de mercado del textil hogar fue la categoría menos destacada del sector de la moda debido a que, durante el 2022, su consumo online se situaba respectivamente en un 16%. Sin embargo, en 2021, su cuota de mercado sobre el valor total cerraba en un 19,3% del volumen de negocio, tres puntos por encima que el año posterior.

**Gráfico 13. Peso del ecommerce de las ventas de moda por categorías en España 2022 en términos porcentuales sobre el valor total.**



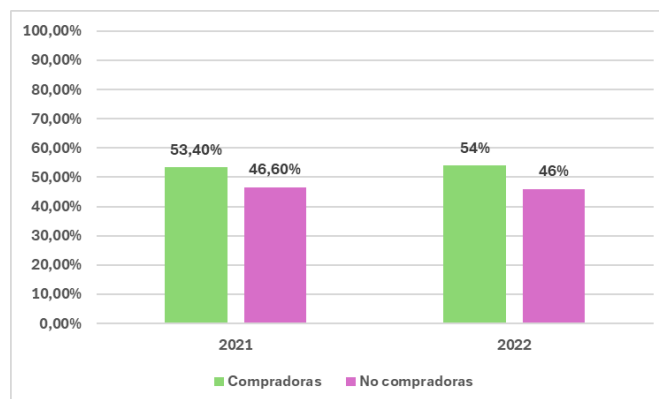
Fuente: Informe Económico de la Moda en España modaes, 2023.

#### 4.2. PERFIL DEL CONSUMIDOR ONLINE

La propagación del ecommerce o lo que conocemos como comercio electrónico como consecuencia de su popularidad durante el año 2020, no tiene excepción alguna independiente del lugar en el que una persona resida en España. La difusión de la moda a través de internet tuvo un fuerte auge en todos los segmentos de la población, es decir, entre hombres y mujeres, entre residentes y no residentes de España, entre personas de diferentes rangos de edad, en personas con distintos niveles educativos y en diferentes clases sociales y económicas. A continuación, analizaremos el incremento entre mujeres y hombres y diferentes rangos de edad.

En cuanto a 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 54% de las mujeres en 2022, es decir, podemos apreciar un leve aumento. Solo el 46% de las mujeres no realizan compras a través de Internet.

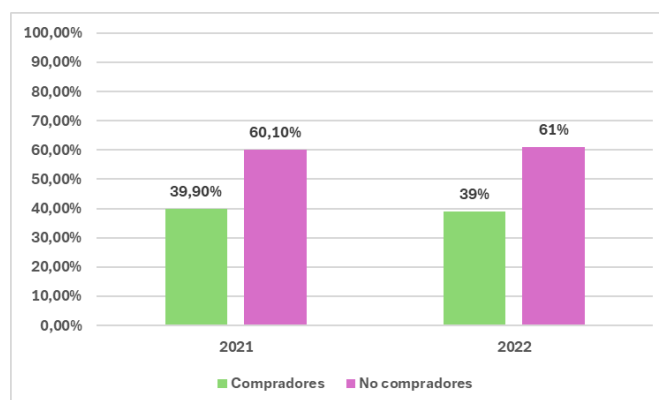
**Gráfico 14. Mujeres compradoras sobre la población total en 2021 y 2022 en términos porcentuales.**



Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por el Informe Económico de la Moda en España Modaes, 2021 y 2022.

Por otro lado, los hombres siguen siendo los que menos compras realizan a través de Internet. En 2021, el 39,9% de los hombres mayores de quince años residentes en España llevaban a cabo alguna compra online en comparación con el 39% en 2022, prácticamente igual. Son alrededor del 60% de los hombres sobre la población total los que no realizan compras online tanto en 2021 como en 2022.

**Gráfico 15. Hombres compradores sobre la población total en 2021 y 2022 en términos porcentuales.**



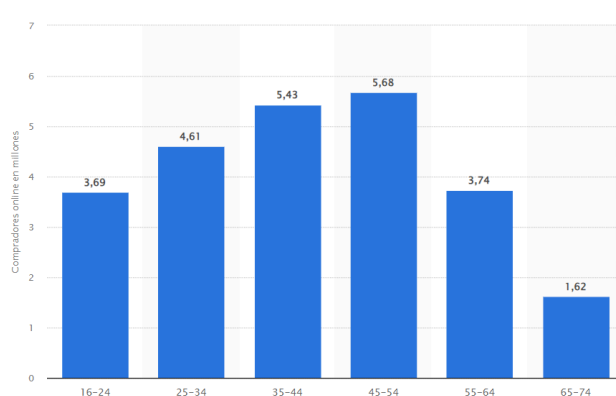
Fuente: Elaboración propia a partir de los datos recogidos por el Informe Económico de la Moda en España Modaes, 2021 y 2022.

Cabe destacar que 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%. Sin embargo, a partir del 2021 como ya hemos podido observar en las gráficas anteriores, el crecimiento se ha ralentizado levemente (Informe Económico de la Moda en España, 2022).

Según el Statista el perfil del comprador español en 2023 en línea revela que, en su mayoría, son usuarios de entre 35 y 54 años, probablemente residentes en áreas urbanas con más de 100.000 habitantes. Aunque, cabe destacar que los jóvenes también están activamente involucrados en el comercio electrónico, con un significativo número de personas de entre 16 y 34 años realizando compras en línea. Por otro lado, la población entre los rangos de edad de 65 y 74 años son los que menos realizan compras online siendo un total de 1,64 millones de compradores.

**Gráfico 16. Número de usuarios de Internet en millones que compran online en España en 2023, por grupos de edad.**



Fuente: Statista, 2023

En términos de gasto medio, la mayoría de los internautas españoles destinan entre 25 y 100 euros a sus compras en línea. Esto se refleja en los métodos de pago preferidos, donde las tarjetas de débito y PayPal dominan el mercado. La comodidad de comprar desde casa y en cualquier momento es uno de los principales impulsores de esta preferencia, junto con la conveniencia de evitar desplazamientos.

La importancia de los dispositivos móviles en el comercio electrónico está en constante crecimiento. Aunque los ordenadores de sobremesa siguen siendo populares, los smartphones están ganando terreno rápidamente. En 2023, casi el 80% de los españoles

realizaron compras en línea a través de dispositivos móviles. Esta tendencia se ve respaldada por el uso de plataformas como Instagram, que se ha convertido en la segunda red social más utilizada para compras en línea en España, después de Facebook (Orús, Abigail).

## 5. ECONOMÍA CIRCULAR

La economía circular en la industria de la moda está cambiando la forma en que diseñamos, producimos, consumimos y gestionamos los productos asociados a la ropa. Este enfoque busca crear un sistema cerrado que minimice el uso de recursos, la generación de residuos, las emisiones de gases de efecto invernadero y el consumo de energía. En este sentido, la transición de un modelo lineal de "usar y desechar" a uno circular donde cada prenda tiene una vida útil prolongada y donde los materiales se reutilizan constantemente. Todo ello es crucial para la sostenibilidad ambiental (García, 2023).

El modelo de moda rápida, que ha dominado la industria durante décadas, está siendo cuestionado tanto por reguladores como por consumidores conscientes del impacto ambiental. Las tiendas de ropa aumentan este modelo ofreciendo productos de baja calidad, diseñados para una vida útil corta y precios bajos, lo que facilita el consumo excesivo y el desperdicio. Sin embargo, este modelo enfrenta un cambio radical impulsado por nuevas legislaciones y una mayor conciencia pública sobre sus efectos nocivos. Según datos de la Comisión Europea, el europeo medio descarta alrededor de 11 kilos de ropa al año, contribuyendo significativamente a las emisiones de gases de efecto invernadero y al consumo excesivo de recursos como el agua y la energía (BBVA, 2023).

En el marco legislativo, tanto europeo como nacional, se han establecido leyes sólidas para apoyar esta transformación. Por un lado, la Unión Europea ha implementado regulaciones que definen y promueven la economía circular, como el Reglamento del Parlamento Europeo y del Consejo del 18 de junio de 2020. Este reglamento establece *“un sistema económico en el que el valor de los productos, materiales y demás recursos de la economía dura el mayor tiempo posible, potenciando su uso eficiente en la producción y el consumo, reduciendo de este modo el impacto medioambiental de su uso, y reduciendo al mínimo los residuos y la liberación de sustancias peligrosas en todas las fases del ciclo de vida, en su caso mediante la aplicación de la jerarquía de residuos”*. Por otro lado, en España podemos observar los primeros pasos hacia una regulación de la economía circular con la Ley 7/2022 de residuos y suelos contaminados para prohibir la destrucción de excedentes de producción en la industria de la moda y fomentar su reutilización y reciclaje (entre ellos, la donación).

Además, dentro del sector, la Responsabilidad Ampliada del Productor (RAP)<sup>5</sup> es una ley que está ganando importancia. Esta responsabilidad implica que los productores deben considerar la gestión de los residuos generados por sus productos. Bajo un RAP se establecen obligaciones de preventa (diseño de productos con menor impacto ambiental, utilización de materiales procedentes de residuos, etc.), postventa (asunción de la gestión de residuos, sistemas de depósito que garanticen la devolución de productos usados, etc.) y para con el consumidor (oferta de información, ampliación de plazos de garantía, etc.). Para que se cumplan todos estos requisitos se pueden construir Sistemas Colectivos de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP)<sup>6</sup>, estas tendrán forma de asociaciones o de otra entidad sin ánimo de lucro, y podrán suponer que los productores paguen una tasa a cambio de que sea el SCRAP quien se encargue de los deberes del régimen RAP. Esto se refleja en la aparición de iniciativas como la Asociación para la Gestión del Residuo Textil (AGRT), que busca organizar y sistematizar la recolección y reciclaje de residuos textiles.

Al margen de las iniciativas legislativas, están surgiendo proyectos sobre economía circular en sectores privados y públicos. Por ejemplo, la Comisión Europea, lanzó la iniciativa Refashion para sensibilizar sobre el impacto ambiental de la industria textil y promover un consumo más responsable. Así mismo, el aumento de plataformas de recommerce y mercados de segunda mano está creando nuevas oportunidades para que los consumidores participen activamente en la economía circular, eligiendo productos de segunda mano en lugar de nuevos, lo que reduce la demanda de recursos vírgenes y disminuye la cantidad de desechos generados.

No obstante, la transición hacia una economía circular también presenta desafíos. Requiere innovación continua en el diseño y los materiales utilizados en la industria de la moda, para garantizar que las prendas sean no solo duraderas sino también reciclables al final de su vida útil.

La transición hacia una economía circular es fundamental no solo para reducir el impacto ambiental del sector sino también para garantizar que las prendas sean

---

<sup>5</sup> RAP: Política medioambiental que responsabiliza a los productores de todo el ciclo de vida de los productos que introducen en el mercado, desde su diseño hasta el final de su vida útil.

<sup>6</sup> SCRAP: Organizaciones sin ánimo de lucro constituidas por los fabricantes e importadores de aparatos eléctricos y electrónicos (AEE) cuyo objetivo es canalizar la correcta gestión de los residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (RAEE).

duraderas y reciclables al final de su vida útil. Las empresas de moda, junto con los reguladores, consumidores y otros actores, deben colaborar para crear un sistema que sea ambientalmente sostenible, económicamente viable y socialmente justo. A medida que pasan los años, es imprescindible que todos los actores del sector se preparen para adaptarse a este nuevo modelo, que promete revolucionar la forma en que se concibe la moda. Este cambio representa un paso significativo hacia el fin de la moda de usar y tirar, marcando el comienzo de una era en la que la moda rápida debería, idealmente, estar pasada de moda (García, 2023).

## CONCLUSIONES

Tras haber procedido a la búsqueda, elaboración y desarrollo de este trabajo de fin de grado llevando a cabo mediante un profundo análisis sobre la evolución de la industria de la moda en España como sector económico se puede acabar concluyendo que una prenda ha sido concebida de manera distinta según la época de la historia. Antiguamente, el concepto de prenda no iba más allá que aquella que servía para definir una silueta, sin embargo, en la actualidad es un aspecto que está presente en todos los ámbitos de nuestro día a día marcado por una tendencia y forma de expresión que hace que estemos a la última de las novedades que presenta este sector.

Además, a través de esta investigación podemos destacar distintos sectores que componen la industria de la moda; textil, confección y cuero y calzado, e identificar cómo cada uno de ellos contribuye a la cifra de negocios, balanza comercial, PIB español, IPI y a la generación de empleo, mostrando una capacidad de adaptación a continuos cambios tecnológicos y a las demandas de un mercado globalizado. El comercio electrónico acelerado por la pandemia del COVID-19, ha revolucionado la forma en que las marcas interactúan con el mercado global, permitiendo una expansión más allá de las fronteras tradicionales y una respuesta más ágil a las necesidades del consumidor.

Así mismo, observamos una creciente importancia hacia la sostenibilidad, con un enfoque notable hacia la economía circular. Las empresas de moda en España están cada vez más comprometidas con prácticas que reducen el impacto ambiental y promueven la responsabilidad social, un movimiento que no solo responde a las exigencias legislativas sino también a una demanda del consumidor por productos más éticos y sostenibles.

En mi opinión, el sector de la moda en España nunca va a dejar de crecer debido a la notable capacidad de transformación e innovación que está demostrando tener. La industria no solo ha sabido enfrentarse a tiempos de crisis como la pandemia, sino también a aprovechar las oportunidades emergentes como el ámbito digital. La incorporación del comercio electrónico ha sido un factor clave, permitiendo a las marcas expandirse y adaptarse rápidamente a las cambiantes necesidades del

consumidor global. Por otro lado, la tendencia hacia la sostenibilidad y economía circular es una visión a largo plazo de la industria, ya que esta no es una moda pasajera. Con estas prácticas no solo mejoran su reputación, sino que también aseguran una competitividad en un mercado cada vez más exigente.

Como conclusión, creo que el sector de la moda en España tiene un gran potencial para ser uno de los principales sectores de la economía.

## BIBLIOGRAFÍA

Banco de España (Mayo, 2021). Informe Anual 2021. Banco de España

[https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/20/Fich/InfAnual\\_2020.pdf](https://www.bde.es/f/webbde/SES/Secciones/Publicaciones/PublicacionesAnuales/InformesAnuales/20/Fich/InfAnual_2020.pdf)

Bello, Elena (Octubre, 2022). ¿Qué es ecommerce y cómo crear tu propio comercio electrónico?, *Innovation & Entrepreneurship Business School*

<https://www.iebschool.com/blog/comercio-online-ecommerce/>.

Centro de Información Textil y de la Confección (2023). Información estadística CITYC

<https://consejointertextil.com/datos-del-sector/>

García, F. J (28 marzo 2023). Economía circular y moda. *Modaes*,

<https://www.modaes.com/opinion/economia-circular-y-moda>.

García Torres, Sofía (2020). Sostenibilidad para la competitividad de la industria de la moda española: hacia una moda circular, digitalizada, trazable y colaborativa. *Revista Información Comercial Española*. número 912.

<https://www.revistasice.com/index.php/ICE/article/view/6966/6979>

Gobierno de España (Julio, 2021). Informe de situación de la Economía Española 2021.

<https://www.lamoncloa.gob.es/serviciosdeprensa/notasprensa/asuntos-economicos/Documents/2021/290721-Informe-de-Situacion-Economia-espanola-2021.pdf>

Jiménez Serranía, Vanesa (2022). La protección de los diseños de moda en España. *En Cuadernos de Centro de Estudios en Diseño y Comunicación*, número 154, pp 85-99.

<https://dialnet-unirioja-es.cuarzo.unizar.es:9443/servlet/articulo?codigo=8626834>

BBVA, Economía circular (11 abril, 2023). La moda de usar y tirar, ¿tiene los días contados? Hacia la economía circular.

<https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/la-moda-de-usar-y-tirar-tiene-los-dias-contados-hacia-la-economia-circular/>.

Leira Sánchez, Amelia. La moda en España durante el siglo XVIII, *Ministerio de Cultura y Deporte*

<https://www.cultura.gob.es/mtraje-indumenta/dam/jcr:2b32d6d8-20cd-4331-b94a-e0b1bc21524f/indumenta00-09-als.pdf>

Modaes (2023). Informe Económico de la Moda en España 2023. *Modaes*

<https://www.modaes.com/files/publicaciones/free/2023/informe-economico-2023/>

Modaes (20 julio, 2023). Los diez mayores grupos de moda de España. *Modaes*

<https://www.modaes.com/empresa/los-diez-mayores-de-espana>

Modaes (2022). Informe Económico de la Moda en España 2022. *Modaes*

<https://www.modaes.com/files/publicaciones/free/2022/informe-economico-2022/>

Orús, Abigail (25 enero, 2024). El comercio electrónico dentro de España - Datos estadísticos. *Statista*

<https://es.statista.com/temas/3167/el-comercio-electronico-dentro-de-espana/#topicOverview>

Riello, Giorgio. (2016). Breve historia de la moda: desde la Edad Media hasta la actualidad: (1 ed.). *Barcelona, Editorial GG*.

<https://elibro.net/es/ereader/unizar/212050?page=12>

Romera, Javier (12 enero, 2023). Inditex, Mango y Tendam baten récord de ventas y llevan a España a liderar el crecimiento del comercio europeo. *elEconomista.es*

<https://www.eleconomista.es/retail-consumo/noticias/12105186/01/23/Inditex-Mango-y-Tendam-baten-record-de-ventas-y-llevan-a-Espana-a-liderar-el-crecimiento-del-comercio-europeo.html>

Silván Ferrero, Padro (2023). Vista de Sostenibilidad y economía circular en el sector textil: análisis del consumo de ropa de segunda mano como alternativa de moda sostenible. *Behanomics*

<https://behanomics.com/bej/article/view/9/5>

Vaquero Argüelles, Isabel. El reinado de la Alta Costura: la moda de la primera mitad del siglo XX, *Ministerio de Cultura y Deporte*

<https://www.cultura.gob.es/mtraje-indumenta/dam/jcr:0cd96564-482f-4d6c-9db8-8fd441f869b4/indumenta00-13-iva.pdf>