



DE INTERÉS
para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA

La moda continúa ganando peso en la economía española y alcanza el 2,9% del PIB

El dato se desprende de la última edición del Informe Económico de la Moda en España 2016, elaborado por Modaes.es y Cityc.

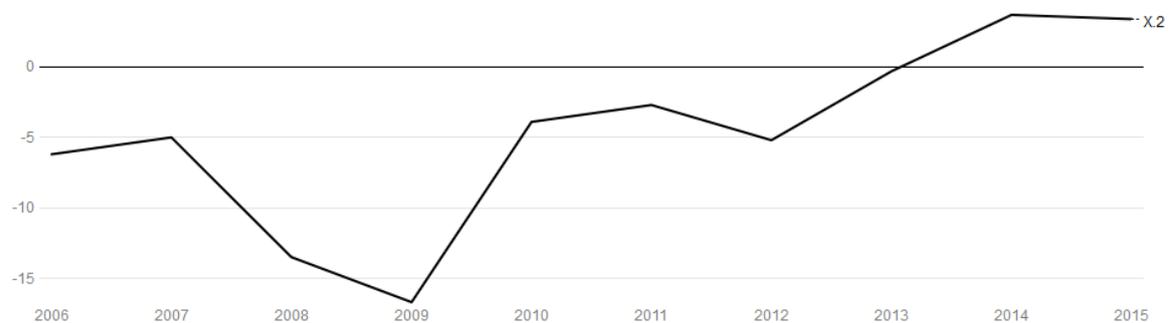
La moda eleva de nuevo su contribución a la economía española. En 2015, el valor añadido bruto generado por el conjunto de actividades económicas que forman este sector ascendió al 2,9% del Producto Interior Bruto (PIB) del país, elevando en una décima su contribución a la economía española respecto al año anterior, según se desprende del *Informe Económico del Negocio de la Moda en España 2016*, elaborado por Modaes.es con la colaboración del **Centro de Información Textil y la Confección** (Cityc), y con el apoyo de **Moddo**.

El impulso tomado en 2015 por varios indicadores sobre la actividad de la moda en varias fases de la cadena de valor ha hecho posible esta subida, que se produce además en un momento en el que el conjunto de la economía española está en expansión.

Por tercer año consecutivo, el *Informe económico de la moda en España 2016* utiliza un completo modelo econométrico para calcular el valor añadido bruto generado por el conjunto de las actividades de la cadena de valor de la moda en España, desde el diseño y la industria hasta la distribución.

Evolución del número de trabajadores 2006-2015. Textil, confección y cuero y calzado

En porcentaje.

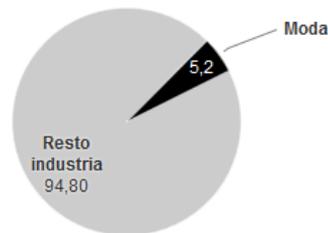


Fuente: INE *Hasta 2008, CNAE93, a partir de 2009, CNAE 2009

Source: Modaes.es [Get the data](#)

Peso de la moda en la industria española

En porcentaje, en 2015

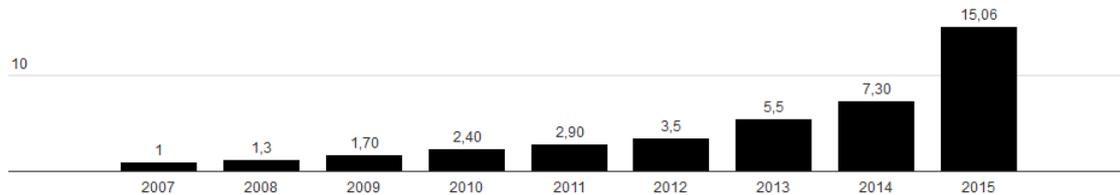


Fuente: Informe Económico de la Moda en España 2016

Source: Modaes.es [Get the data](#)

Número de compradores online de ropa y material deportivo en España

En millones.



El resultado obtenido sitúa a la moda como uno de los sectores económicos más importantes de España, con una contribución a la renta del país semejante, por ejemplo, a la del sector primario, del 2,3%, o la banca y los seguros, con un 3,5%.

El informe, que se presentó ayer en Madrid, realiza una radiografía del sector apoyándose en los datos estadísticos disponibles sobre la industria textil, la confección y el cuero y el calzado, desde el empleo hasta la producción o el número de empresas, la evolución de los precios de los productos de moda, las ventas de los canales tradicionales de distribución o del ecommerce.

Tal y como apuntó **Pilar Riaño**, directora de **Modaes.es**, “el estudio pone en valor la alta importancia que tiene en España la moda como negocio y generador de empleo y riqueza”. “Esta puesta en valor, a través de un modelo de cálculo solvente que permite una actualización año a año es importante para todos los empresarios del sector, que requiere de un mayor reconocimiento y consideración por parte de los agentes económicos públicos y privados”, concluyó.

Comunitat Valenciana, Cataluña y Galicia: en el podio de la distribución



DE INTERÉS para el Sector

CENTRO TECNOLÓGICO DEL CALZADO DE LA RIOJA

En términos industriales, la moda en España continúa capitaneada por Comunitat Valenciana, Cataluña y Galicia, primeras autonomías en términos de empleo, número de empresas y facturación agregada de las mismas, seguidas por Andalucía, Comunidad de Madrid y Castilla-La Mancha.

En conjunto, la moda genera el 5,2% del valor añadido bruto de la industria en España, el 8,7% del empleo y el 8,7% de las exportaciones, que en 2015 aumentaron de nuevo a doble dígito. En el comercio, la contribución de la moda al valor añadido bruto del sector es todavía más relevante, con un peso del 14,6%. En total, el empleo generado por el comercio mayorista y minorista equivale al 18,8% del mercado laboral de la distribución.

En este campo, destaca de nuevo la pujanza de las ventas por Internet, que han consolidado a la moda como líder del ecommerce en el ranking de productos físicos por valor de las transacciones. En concreto, la moda online creció un 72% en 2015, hasta generar el 6,5% de las ventas en la Red en España.

En este contexto, **Diego de Vicente**, presidente ejecutivo de **Moddo** y **Modalia**, señaló “la importancia de la transformación digital de las empresas en ámbitos como el *omnichannel*, una asignatura todavía pendiente en el sector que permitirá mejorar sin duda su competitividad en un futuro próximo y, sobre todo, atender a una exigencia ineludible de los consumidores”. **De Vicente** manifestó asimismo “la importancia de estudios como el *Informe Económico de la Moda en España*, que contribuyen a conocer y poner el foco en un sector tan relevante para la economía española”.

Por su parte, **Marta Castells**, directora de **Cityc**, destacó que “en la actualidad el negocio de la moda vuelve a encararse a diferentes retos de transformación y su actuación de nuevo volverá a ser clave para su evolución, y deben tenerse especialmente en cuenta en el futuro del sector la innovación, los recursos, el comercio y las habilidades”.

Castells concluyó señalando la necesidad de intensificar la innovación “no sólo de producto, sino también en nuevos modelos de negocio, en la *servitization* (como se dice en inglés) y sobretodo en la digitalización”.

Fuente: Modaes.es 15 Dic 2016