

# EL DISEÑO DE MODA

RADIOGRAFÍA DE LA ASOCIACIÓN  
CREADORES DE MODA DE ESPAÑA

---

TERCERA EDICIÓN

# ESPAÑOL, EN CIERRAS

IMPULSA

**acmc**  
ASOCIACIÓN CREADORES DE MODA DE ESPAÑA

PATROCINA

 **IED**  
Barcelona  
Escuela Superior  
de Diseño



Future Innovation  
Tailor-Made School

# /fits/ Un nuevo proyecto para el futuro de la innovación



Powered by  
Istituto Europeo di Design  
[iedbarcelona.es](http://iedbarcelona.es) & [iedmadrid.es](http://iedmadrid.es)

Training programs diseñados de forma personalizada en estrecha colaboración y co-creación con los beneficiarios de los procesos de aprendizaje. El objetivo principal es generar un conocimiento que aporte un valor innovador, aplicable y medible desde el minuto cero después de la finalización del programa.

# EL DISEÑO DE MODA ESPAÑOL, EN CIFRAS

RADIOGRAFÍA DE LA ASOCIACIÓN  
CREADORES DE MODA DE ESPAÑA

TERCERA EDICIÓN

@ ACME 2019  
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.

IMPULSA

**acme**

ASOCIACIÓN CREADORES DE MODA DE ESPAÑA

PATROCINA

**IED**  
Barcelona  
Escuela Superior  
de Diseño

COLABORA



Comunidad  
de Madrid

ELABORA

[modaes.es](http://modaes.es)

La información tiene un alto valor en los negocios. Conocer las grandes magnitudes sobre la evolución del mercado, entender la marcha de la demanda e identificar la composición de la competencia de un sector son *inputs* imprescindibles para el que opera en cualquier industria. Además, la información sobre un sector económico, como es el del diseño de moda, ayuda a los agentes externos al mismo a valorar su importancia y los factores clave de su fortaleza como negocio.

Por ello, en 2017 la Asociación Creadores de Moda de España (ACME) decidió lanzar, con el apoyo de la Comunidad de Madrid y en colaboración con Modaes.es, la primera edición del informe *El diseño de moda español, en cifras*. El estudio, de carácter anual, permite acceder a una información que hasta entonces no existía: las magnitudes agregadas del negocio de las empresas de diseño de autor integradas en ACME, la asociación empresarial más representativa en el ámbito del diseño de moda en España.

Con el paso del tiempo, el informe, que cuenta en 2019 con el patrocinio del Instituto Europeo di Design Barcelona, gana interés para los profesionales del sector, al describir no sólo una foto fija sobre las grandes magnitudes de las empresas españolas de diseño de moda, sino también una evolución cada vez más con mayor perspectiva sobre las mismas.

En un mundo en constante cambio, los desafíos para el diseño de autor son amplios y complejos. Pero la capacidad de los operadores para adaptarse, innovar y crecer en un entorno de incertidumbre también es notable. Lo ponen de manifiesto los datos que se recogen en la presente edición del informe, que revela cómo en el ejercicio 2017, último con datos cerrados y auditados por parte de las empresas, prácticamente todas las magnitudes fueron al alza. Es la prueba de que España cuenta con un ecosistema empresarial potente, dinámico, fuerte y con capacidad para aprovechar los momentos de bonanza y capear los ciclos de contracción.

# Juntos Sumamos



**MODESTO LOMBA**  
PRESIDENTE DE ACME

La moda, que representa el 2,9% del PIB español, es uno de los principales pilares de la Marca España, una industria creativa que goza de fama internacional y no solo por nuestras empresas pioneras de moda pronta, sino por un tejido empresarial conformado por grandes creativos y artesanos que han sabido dar visibilidad al gran potencial de la moda hecha en España.

El valor de lo hecho a mano distingue al sello *Made in Spain* en el mundo. La moda española de autor está íntimamente ligada al trabajo artesanal y nuestras firmas tienen un fuerte compromiso con el consumo responsable, la producción en proximidad, la recuperación de los oficios y la tradición. Los diseñadores apuestan cada vez más por un concepto de *“slow fashion”*, basado en colecciones y producciones más cortas con las que poder desarrollar un trabajo muy cuidado y con unos estándares de calidad más altos, cubriendo así un nicho de mercado en el que abrimos paso y hacernos cada vez más fuertes.

En nuestra profesión, hay ocasiones en las que el éxito no se mide en cantidad, sino en calidad. Siempre que me preguntan que si me parece que hay suficientes firmas españolas participando en *fashion weeks* internacio-

nales respondo lo mismo: No importa cuántas son las que desfilan en otras pasarelas o abren tiendas en diferentes países, lo positivo es que las hay y que, gracias a ellas, nuestra moda se mueve alrededor del mundo.

Además, la creatividad y el saber hacer español en este sector no sólo está en un foco, sino que se trata de una industria muy diversa. Nuestros creadores tienen cada vez más presencia a nivel global, pero también nuestros artesanos, que se han convertido en el objetivo de grandes firmas internacionales. La moda española gusta en el exterior y los datos que arroja esta tercera edición del “El diseño de moda español, en cifras” así lo confirman: más de un 25% de la facturación de nuestras empresas asociadas corresponde a ventas en el extranjero.

Es evidente que todo se puede mejorar, y en ello nos empeñamos cada día, y más cuando hablamos de cifras de negocio y datos de empleo, pero ahora es el momento de ensalzar el trabajo de nuestros creadores por embarcarse en valientes proyectos internacionales, mostrar sus colecciones fuera de nuestras fronteras, por apostar en la digitalización de sus empresas, el comercio *online* y por buscar nuevas vías de negocio para continuar creciendo en el sector. No importa si somos muchos o pocos, lo importante es que, juntos, sumamos.

# Al gimnasio, todos los días



**PEPA BUENO**  
DIRECTORA EJECUTIVA DE ACME

Steve Jobs dijo en una ocasión lo difícil que le resultaba diseñar productos centrándose en su público objetivo. “Muchas veces, la gente no sabe lo que quiere hasta que se lo enseñas”, añadía.

La mayoría de las empresas de moda de autor representadas en ACME podrían sin duda suscribir esta visión del desaparecido creador de inventos tan increíbles como el iPhone, el iPod o el iPad. El fuerte componente creativo y de diseño de nuestros asociados hace que sus productos no estén orientados a la demanda puntual del mercado en un momento determinado, si no que crean colecciones innovadoras, con alma y carácter que, habitualmente, no van dirigidas a públicos masivos. Es lo que las diferencia, su valor fundamental. No obstante, los creadores son también al mismo tiempo empresas que deben sacar adelante su cuenta de resultados y enfrentarse a un entorno especialmente desafiante.

Por tercer año consecutivo, las cifras que contiene este informe demuestran cómo las empresas asociadas a ACME volvieron a poner de manifiesto en 2017 su dinamismo empresarial, elevando de nuevo su facturación conjunta. Con un alza del 7,2%, generaron un

negocio agregado de 474,3 millones de euros. Además, este crecimiento estuvo sustentado en dos palancas de desarrollo empresarial que, más allá del momento actual, tendrán una importancia creciente en el futuro. Por un lado, la expansión internacional: en 2017, las ventas en el extranjero se situaron en 120,6 millones de euros, aumentando un 12% en comparación con el año anterior y llegando a una cuarta parte de la facturación total. Por otra parte, las ventas online alcanzaron el 5,1% de las ventas totales de las empresas, con otra importante subida respecto al año precedente.

Ambas tendencias dejan un mensaje claro: las empresas españolas de diseño de moda se están sabiendo ajustar a los cambios y exigencias del entorno actual y están además abriendo nuevos mercados con los que llegar a más públicos y diversificar riesgos.

¿Momento para relajarse? Todo lo contrario, hay que ir al gimnasio todos los días. Trazar y ejecutar planes de expansión, perfeccionar las plataformas digitales de venta y relación con el cliente y, además, mantener el componente creativo e innovador que caracteriza nuestra moda no parece tarea fácil. Pero, tal y como demuestra este informe, ya se ha hecho una parte muy importante del camino.

# Un camino hacia la innovación



ALESSANDRO MANETTI  
CEO DEL IED EN ESPAÑA

La moda es uno de los grandes motores económicos de nuestro país y sabemos bien que requiere una constante atención a aquello que le rodea. El sector está viviendo cuestiones importantes a escala global que necesita responder con nuevas propuestas. El crecimiento de grandes mercados internacionales, el cambio climático, el envejecimiento de la población o la aparición de las nuevas tecnologías en los procesos de producción, comercialización y distribución demandan respuestas efectivas. Revoluciones tecnológicas como los sistemas blockchain, la realidad aumentada, el reconocimiento facial o la inteligencia artificial están planteando nuevos escenarios que transforman el funcionamiento del sector de la moda.

Las informaciones conseguidas gracias a los Big Data, por ejemplo, prometen mejorar los procesos de planificación y comercialización, permitiendo que los clientes puedan disponer de servicios de entrega más rápidos y eficaces. El comprador, en este sentido, se convierte en un agente más exigente debido al acceso que tiene a la información con las nuevas tecnologías. Éste puede conocer fácilmente a través de su smartphone el origen, los materiales y los detalles de todo

el proceso de creación del producto deseado.

La innovación es una pieza clave para conectar moda con tecnología y ofrecer propuestas significativas, y la manera de diseñar y gestionar los sistemas o servicios es tan importante como los productos en sí. Pero, ¿cómo podemos saber exactamente cuáles son las necesidades del consumidor de moda en el 2035?

Prever el futuro resulta imposible, pero acercarnos a él es factible y necesario. Observar nuestro entorno, conocer el funcionamiento del sector, analizar las fortalezas y debilidades y escuchar cuáles son las verdaderas necesidades del mercado es indispensable para responder a ellas de manera exitosa. Gracias a ello, se pueden anticipar los nuevos escenarios en los que el diseño puede generar un impacto positivo en los próximos años.

El secreto se esconde en la generación de innovación y es importante que todas las empresas del sector apuesten por un cambio estudiando la realidad y adelantándose a ella.

Este informe es una fotografía del momento actual y se debe analizar y estudiar con profundidad para trabajar conjuntamente hacia el futuro prometedor de la moda española.



474

MILLONES DE EUROS

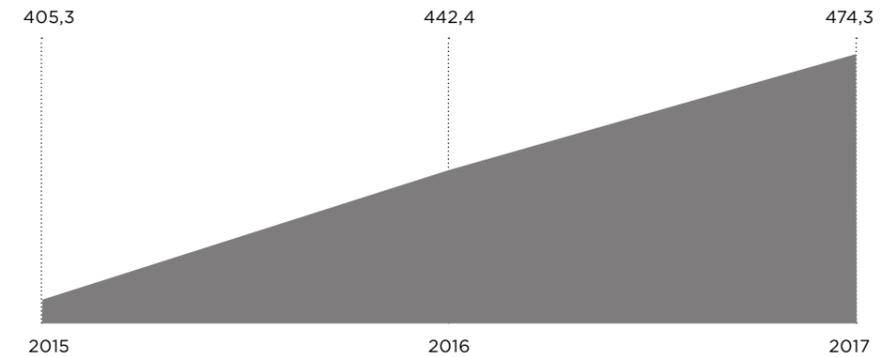
**Los asociados a ACME volvieron a poner de manifiesto en 2017 su dinamismo empresarial y elevaron de nuevo su facturación conjunta. Con un alza del 7,2%, generaron un negocio conjunto de 474,3 millones de euros.**

Las empresas que forman parte de la Asociación Creadores de Moda de España (ACME) volvieron a aumentar sus ventas durante 2017, el último ejercicio con datos disponibles. En concreto, las compañías integradas en la asociación registraron una cifra de negocio agregada de 474,3 millones de euros, lo que supone un incremento del 7,2% respecto a 2016, cuando obtuvieron una facturación agregada de 442,4 millones. Se trata de la segunda subida consecutiva: en 2015, año al que hizo referencia la primera edición del presente infor-

me, la cifra de negocio de las empresas de ACME se situó en 405,3 millones de euros. Según la edición de 2017 de la Estadística Estructural de Empresas del Sector Servicios, realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), las empresas dedicadas al diseño especializado (diseño gráfico, de moda y otros) registraron unas ventas anuales de 1.046,7 millones de euros, con un aumento del 0,7% respecto al ejercicio anterior. Teniendo en cuenta este valor global, las empresas asociadas a ACME coparon el 45,3% del total de la facturación

FACTURACIÓN TOTAL

En millones de euros.



17,5  
MILLONES DE EUROS

Las empresas de diseño de autor asociadas a ACME generaron una facturación de 17,5 millones de euros en 2017 a través de royalties de licencias y franquicias. Este importe descendió con fuerza respecto al año anterior.



del diseño especializado en España en 2017, con un significativo aumento de este peso relativo frente al 42,6% del año precedente. Por otro lado, si las empresas de diseño de moda de autor asociadas a ACME fueran una única compañía, esta volvería a situarse entre las mayores empresas de moda de España por cifra de negocio. En particular, se colocaría de nuevo en sexta posición en el ranking de las mayores empresas del sector de la moda en España, incluyendo textil, calzado o complementos. Por otra parte, la nota negativa del último ejercicio la

puso el negocio vinculado a la explotación de la marca. Las empresas de diseño de autor asociadas a ACME generaron una facturación de 17,5 millones de euros en 2017 a través de royalties de licencias y franquicias. El importe generado por este concepto cayó con fuerza respecto al año anterior, cuando se había situado en 25,3 millones de euros, descendiendo incluso por debajo del valor alcanzado en 2015, cuando las licencias y otros instrumentos para la explotación de las marcas de las empresas asociadas a ACME se tradujeron en unos ingresos de 17,9 millones de euros.

# 121

MILLONES DE EUROS

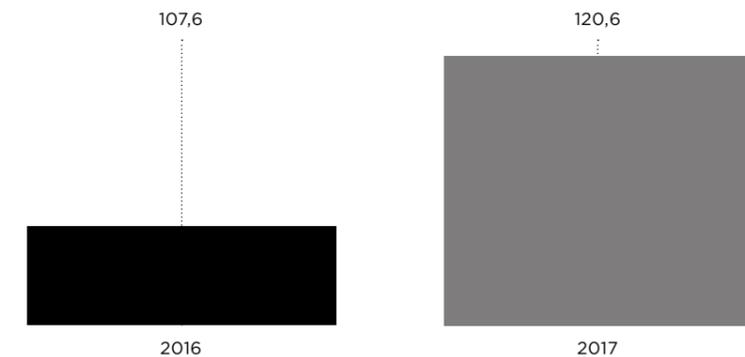
## Del total de ingresos registrados por las empresas de ACME, un 25,4% corresponde a las ventas en los mercados internacionales, frente al 24,3% del año anterior.

La industria española de la moda continúa ganando reconocimiento internacional gracias al esfuerzo de expansión que están haciendo las marcas, incluidas las de diseño de autor. En un sector altamente globalizado, conquistar mercados internacionales es una oportunidad para fortalecer los ingresos y el reconocimiento de una compañía, además de evitar los riesgos de una excesiva dependencia del mercado de origen. Durante la crisis económica, la moda española ha elevado de forma sustancial su penetración en los mercados inter-

nacionales, un ejercicio que le permitió sobrellevar mejor que otros sectores los avatares de la recesión en España. Esta internacionalización ha hecho también que, con el tiempo, las marcas españolas hayan sido cada vez más reconocidas en el extranjero, captando la atención de nuevos consumidores que aprecian el producto español. Las empresas asociadas a ACME generan más de la cuarta parte de su cifra de negocio en los mercados internacionales. En el ejercicio 2017, estas compañías obtuvieron unos ingresos de 474,3 millones de euros y el 25,4% de ellos correspondió al extranjero, es decir, 120,6 millones de eu-

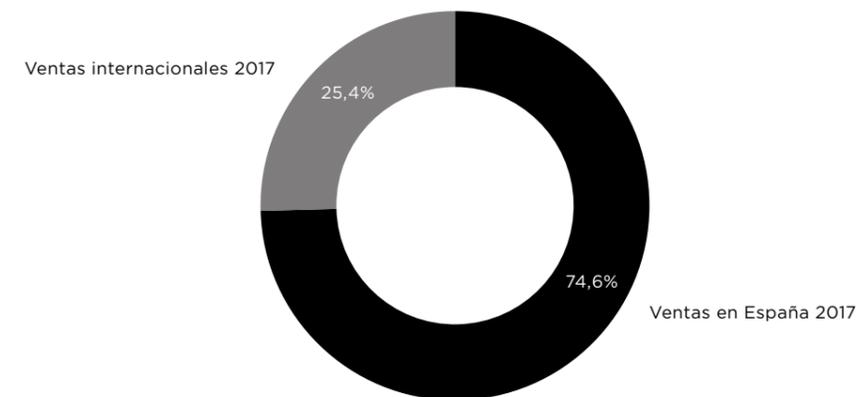
### VENTAS INTERNACIONALES

En millones de euros.



### INTERNACIONALIZACIÓN

En porcentaje sobre el total.



Las exportaciones de las empresas asociadas a ACME se sitúan cerca de una cuarta parte de la cifra de negocio agregada de las mismas. Estados Unidos, Francia, Italia, China, Japón, Portugal, Reino Unido y México los mercados exteriores que más se repiten entre los más importantes.



ros. En comparación con el año anterior, cuando las exportaciones de los asociados a ACME ascendieron a 107,6 millones de euros, las ventas internacionales aumentaron en 2017 un 12%. La mancha en el mapamundi de las marcas españolas de diseño de autor continúa situándose en una media de en torno a diez mercados por empresa. No obstante, mientras algunas marcas no han salido todavía de su mercado local, otras cuentan por decenas los países en los que están presentes. Mercados próximos como Italia y Francia, y lejanos como

Estados Unidos, China y Japón se sitúan entre los más repetidos en la lista de los principales mercados exteriores de las empresas españolas de diseño de autor. Les siguen otros países europeos como Portugal, Reino Unido y Alemania, y otros de fuera de Europa como México y Chile. El dinamismo económico de Oriente Próximo también ha disparado la presencia de las empresas españolas del sector en mercados como Emiratos Árabes, Arabia Saudí o Qatar, que también se sitúan entre los más importantes para algunas de las empresas asociadas a ACME.



**MERCADOS INTERNACIONALES  
MÁS IMPORTANTES**

●  
MERCADOS  
MÁS IMPORTANTES

- Estados Unidos
- Francia
- Italia
- China
- Japón

●  
MERCADOS  
RELEVANTES

- Portugal
- Reino Unido
- México
- Chile
- Alemania
- Emiratos Árabes
- Arabia Saudí
- Qatar

# 4.304

PUESTOS DE TRABAJO DIRECTOS

## En 2017, los puestos de trabajo directos generados por las empresas de ACME se mantuvieron estables, mientras que los empleos indirectos duplicaron la cifra del año anterior.

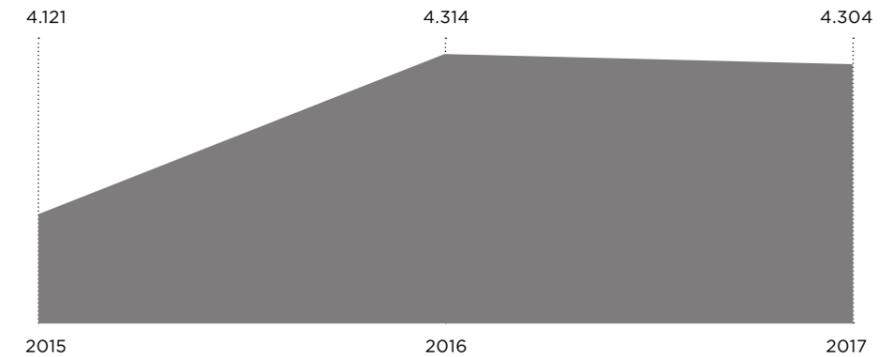
La industria de la moda continúa siendo un importante generador de empleo en la economía española. El número de ocupados en los sectores del textil, la confección y el calzado en el país se situó en 141.237 trabajadores a cierre de 2017, lo que supone un aumento del 1,1% en relación al año anterior, según datos del número de afiliados en la Seguridad Social.

Asimismo, la Encuesta de Población Activa (EPA) sitúa en más de 170.000 el número de trabajadores de la industria de la moda.

En este sentido, las empresas pertenecientes a la Asociación Creadores de Moda de España juegan un papel clave en términos de generación de empleos vinculados al diseño especializado. En 2017, estas compañías sumaron un total de 4.304 puestos de trabajo, un volumen similar al del año anterior, tras descender un moderado 0,23%. Un año antes, la cifra de trabajadores directos de los asociados de ACME se situaba en 4.314 ocupados, tras haber aumentado respecto al año anterior al calor de la recuperación económica, que animó a las empresas a reforzarse para hacer frente al nuevo ciclo.

### EMPLEOS DIRECTOS

En número de trabajadores.



En el ejercicio 2017 los puestos de trabajo directos se mantuvieron, mientras que los empleos indirectos se dispararon, pasando de 1.527 empleos en 2016 a 3.494 trabajadores indirectos el año posterior.



En concreto, 2016 fue un año realmente alentador, cuando se registró un incremento de hasta un 4,7% respecto a 2015. Tras este esfuerzo en términos de personal, el ejercicio 2017 fue de consolidación de los equipos: los puestos de trabajo directos se mantuvieron. En cambio, las empresas duplicaron respecto al año anterior la cifra de puestos de trabajo indirectos, creciendo un 128% y pasando de 1.527 trabajadores en 2016 a 3.494 trabajadores el año siguiente. Según la Estadística Estructural de Empresas del Sector Servicios, que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2016 las compañías de

diseño especializado, diseño de moda, industrial, gráfico e interiores generaron un total de 9.240 puestos de trabajo. De esta cifra, 7.798 empleos, tanto directos como indirectos, estuvieron vinculados a las empresas asociadas a ACME.

Según el INE, en 2017 se registraron 5.543 compañías de la industria del diseño en España, un 0,78% más que en 2016, cuando el censo fue de 5.500 empresas. Los más de 9.200 trabajadores de este sector representaron un gasto de 195,6 millones de euros en sueldos, Seguridad Social y otros costes laborales.

# 13,1

MILLONES DE PRENDAS  
Y COMPLEMENTOS

## En 2017 las empresas asociadas a ACME produjeron alrededor de 13,1 millones de prendas y complementos, un 2,96% menos que en el año anterior.

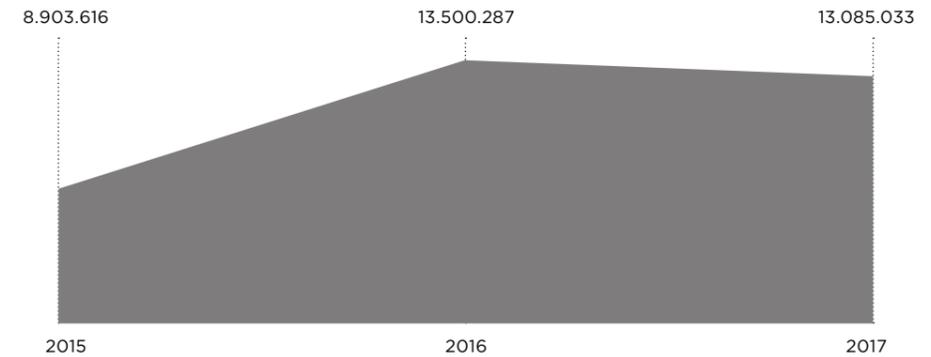
La moda es una industria de alto dinamismo que tiene la constante renovación en su propia idiosincrasia. Además, se enfrenta a grandes cambios y desafíos derivados de las crecientes exigencias del mercado, donde el consumidor es el rey. Gracias a la tecnología, el cliente tiene más información que nunca y, sobre todo, más acceso a cualquier marca de todo el mundo. Este nuevo escenario tecnológico, junto al elevadísimo nivel de competencia del sector, exige a las empresas responder a gran velocidad a las necesidades y exigencias de los consumidores con propuestas de valor

que, en el caso de las marcas de diseño, deben ser además diferenciales.

En el nuevo entorno protagonizado por los *smartphones* y las redes sociales, el proceso productivo, el creativo, el diseño de la colección, la confección, el aprovisionamiento, la obtención de la prenda y su comercialización, es decir, todos los eslabones de la cadena de valor, deben evolucionar y adaptarse. Las empresas, tanto en moda como en otros sectores, se enfrentan en muchas ocasiones a una transformación global de su modelo de negocio. Aunque no ha ocurrido de forma homogénea en todo el

### PRENDAS Y COMPLEMENTOS PRODUCIDOS

En número de artículos.



sector, este cambio de modelo ha impactado en los procesos de las empresas, con unos tiempos cada vez más ajustados desde la fase creativa a la productiva y, de esta, a la de consumo.

Sin embargo, el aumento de la velocidad en el sector no ha llevado en todos los casos a una reducción del valor medio de sus productos. Por el contrario, las empresas asociadas a ACME redujeron el número de prendas producidas en 2017, a pesar del aumento de la facturación. En concreto, vendieron alrededor de 13,1 millones de prendas y complementos, un 2,96% menos respecto al

volumen de producción de estas empresas en 2016, cuando se fabricaron 13,5 millones de productos.

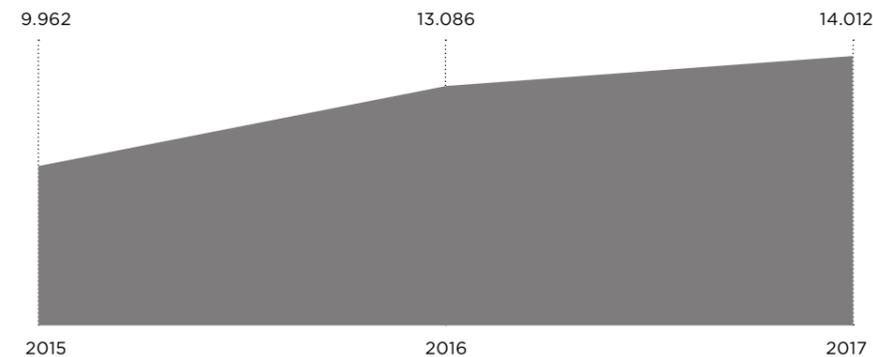
A estas magnitudes se debe sumar la producción de los licenciatarios de las marcas de moda asociadas a ACME, es decir, la venta de artículos de perfumería, manejo de hogar o material de oficina, entre muchos otros, que se distribuyen con una marca de diseño de autor. En 2017, licencias y *royalties* generaron una facturación de 17,5 millones de euros para las marcas asociadas a ACME, si bien no hay datos disponibles sobre el número de artículos producidos por terceros.

# 14.012

PUNTOS DE VENTA

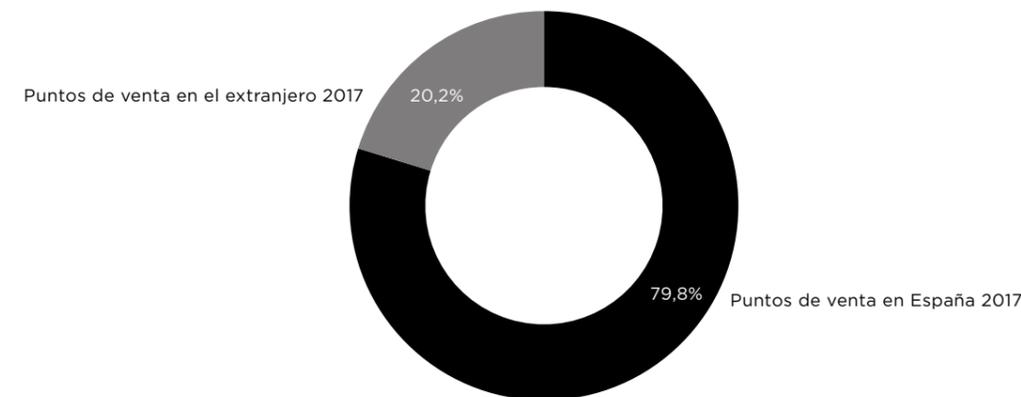
PUNTOS DE VENTA TOTALES

En número de puntos de venta.



PUNTOS DE VENTA

En porcentaje sobre la red total.



## En 2017, las empresas asociadas a ACME llegaron a 926 puntos de venta más que el año anterior, sumando un total de 14.012 establecimientos.

La competitividad y transformación de la industria de la moda se percibe claramente en la distribución, un eslabón clave de la cadena de valor como último paso de la comercialización y donde se genera un contacto directo entre la marca y el cliente final.

En el ejercicio 2017, las empresas pertenecientes a la Asociación Creadores de Moda de España alcanzaron una red de distribución de más de 14.000 puntos de venta, no sólo ubicados en España sino en todo el mundo. En concreto, a lo largo de este año se consolidaron un

total de 14.012 puntos de venta, lo que demuestra el fortalecimiento de esta red en los últimos años. En comparación con 2016, cuando la cifra fue de 13.086 puntos, esta cifra presentó un incremento del 7,1%. Estos datos engloban talleres propios, franquicias, tiendas multimarca, showrooms, tiendas propias y corners en grandes almacenes.

En cuanto al crecimiento del último año, en 2017 se llegó a 926 puntos de venta más respecto al número final registrado en 2016, un incremento que refuerza la conexión del producto español con el mundo entero y



fortalece la notoriedad de una industria en crecimiento. La ubicación de esta cadena de distribución tiene como foco principal España, donde los asociados a ACME sumaron a cierre de 2017 un total de 11.175 puntos de venta. Estas empresas terminaron 2016 con 10.371 puntos de venta en el territorio nacional, por lo que el incremento en 2017 se situó en 804 puntos de venta más en España.

Por otra parte, las empresas españolas de diseño de moda también continúan fortaleciendo su presencia en los mercados internacionales. Muestra de ello es que en

2017 se reportaron 2.837 puntos de venta, 122 más que en 2016, cuando la cifra fue de 2.715 locales.

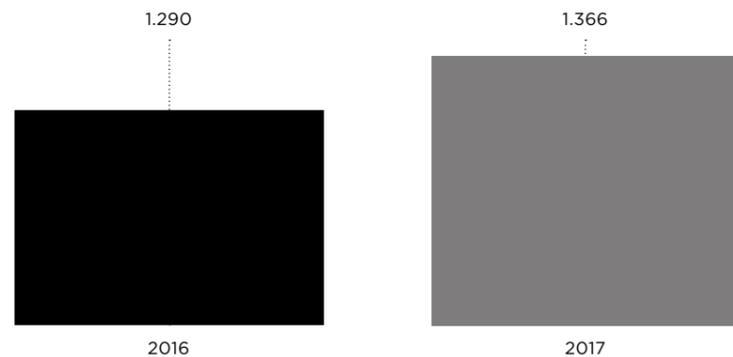
Con todo, en 2017, la red de distribución nacional de las empresas pertenecientes a ACME se refuerza una vez más como la más destacada, ocupando el 79,8% del total global de puntos de venta, en comparación con el año anterior, cuando supuso un 79,3% de la red de distribución total.

A esta presencia física de las marcas españolas en la red de distribución física debe añadirse la distribución online, a través de tiendas propias y de terceros.

## DISTRIBUCIÓN

### PUNTOS DE VENTA MONOMARCA

En número de puntos de venta.



# 1.366

PUNTOS DE VENTA MONOMARCA

**En 2017, la localización de los establecimientos monomarca de las empresas que conforman ACME predomina dentro del territorio nacional: 923 puntos de venta en España frente a 443 a nivel internacional.**

El canal multimarca es por tradición uno de los más importantes a la hora de comercializar los productos de las marcas de diseño de autor, siendo un aliado fundamental para las firmas independientes. Sin embargo, en 2017 este canal volvió a adelgazar en España hasta generar sólo el 19% del total de las ventas de moda en el país. Diez años atrás, la facturación que registraba el sector en este canal era el 31% del total.

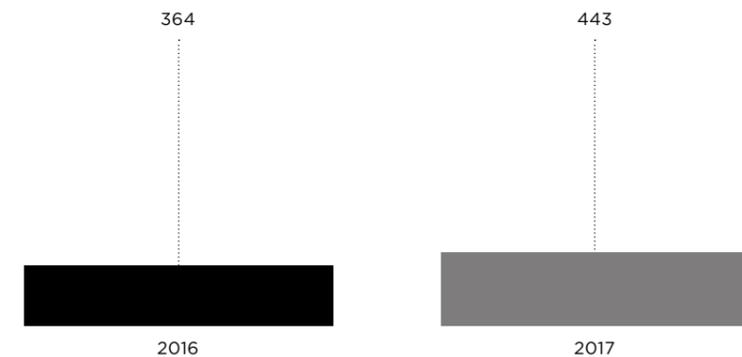
Según datos de la Asociación Empresarial del Comercio, Textil, Complementos y Piel (Acotex), en 2017 la cifra de

negocio de la moda en el multimarca se situó en 3.438 millones de euros, un 3,1% menos que en el año anterior. Se trata de la primera caída después de tres años consecutivos de ascensos.

Por su parte, los grandes almacenes mantienen también la tendencia bajista que iniciaron con la crisis económica. Para el ejercicio 2017, este canal situó su cuota en las ventas de moda en España en el 8,4%, frente al 8,7% que tenía en el año anterior. Diez años atrás, los grandes almacenes mantenían en el comercio minorista de moda en España un 13% del mercado.

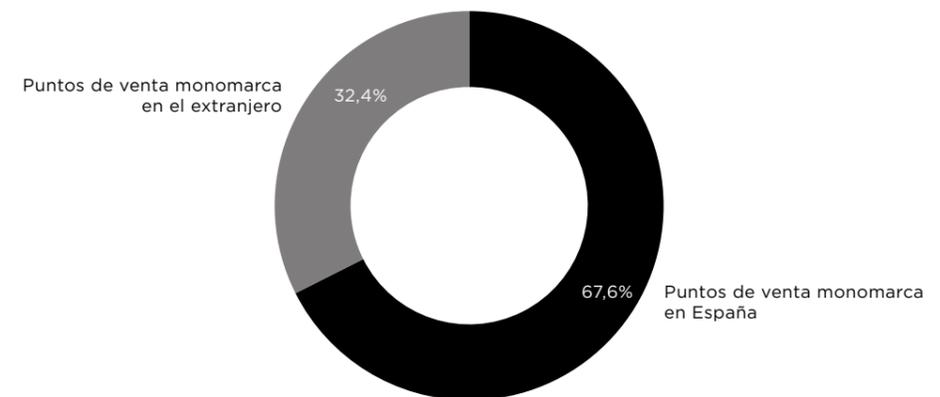
### PUNTOS DE VENTA MONOMARCA EN EL EXTRANJERO

En número de puntos de venta.



### DISTRIBUCIÓN MONOMARCA

En porcentaje sobre el total.



Por su parte, el outlet, por primera vez en 18 años, ha perdido protagonismo. El peso de este canal en 2017 fue del 14,9% sobre el total, frente al 15,3% que tenía un año atrás. Al contrario, las cadenas especializadas continúan su escalada y colocan ya su cuota de mercado en el 33,1%, tras elevar su facturación un 2,96% en el último año. Antes de la crisis, su protagonismo en la moda era del 27%. En relación a las empresas asociadas a ACME, su red de distribución conforma una gran variedad de canales. De los 14.012 puntos de distribución que sostuvieron estas marcas en el ejercicio 2017, 1.366 de ellos correspondieron a

puntos de venta monomarca. En comparación con 2016, supuso un incremento del 5,9%, periodo en el que se contaba con 1.290. Así, estas compañías centraron un 9,7% de su distribución en tiendas monomarca en 2017.

Por otro lado, la localización de estos establecimientos monomarca predomina dentro del territorio nacional. Las marcas asociadas a ACME contaban con 923 puntos de venta en España en 2017, frente a los 926 de 2016. A nivel internacional, en 2017 tenían 443 tiendas distribuidas en el exterior, 79 más que en el año anterior, cuando se registraron 364 puntos de venta.

24,2  
MILLONES DE EUROS

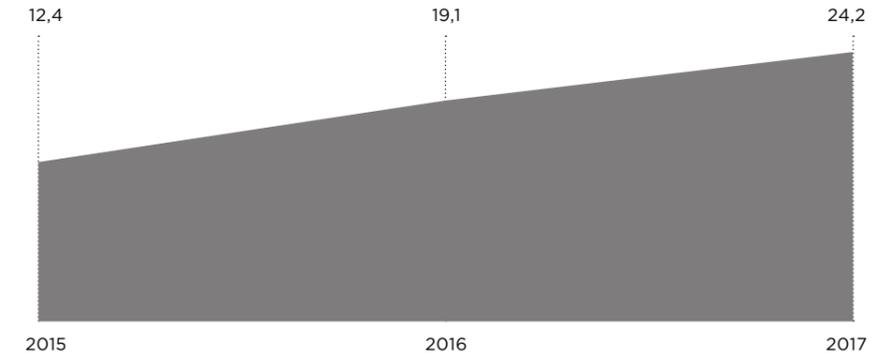
**En 2017, el ecommerce de moda se disparó en España. Las ventas por Internet de vestuario, accesorios y artículos deportivos, alcanzaron 2.757 millones de euros, un 45,7% más que en 2016.**

En los últimos años, la digitalización en el mundo ha cambiado la dinámica del consumo. Estos cambios no sólo se perciben en la industria de la moda, sino también en otras como el entretenimiento, la restauración y el turismo. Hoy, el auge de las redes sociales, las apps especializadas, el incremento de las tiendas online, la aparición de nuevas y novedosas start ups han revolucionado el mercado, donde al cliente se le ofrece una gran variedad de oferta y beneficios que, de la mano de Internet, le permiten exigir rapidez, calidad y servicio especializado.

En 2017, el ecommerce de moda se disparó en España. Las ventas por Internet de vestuario, accesorios y artículos deportivos alcanzaron 2.757 millones de euros, un 45,7% más que en 2016. En concreto, la moda copó el 8,8% del total de la facturación online que se registró en el país, que alcanzó los 31.347 millones de euros. Según datos del Estudio sobre Comercio Electrónico B2C, elaborado por el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (Ontsi), en 2017 más de 11,9 millones de consumidores adquirieron algún artículo de moda en Internet. Cada

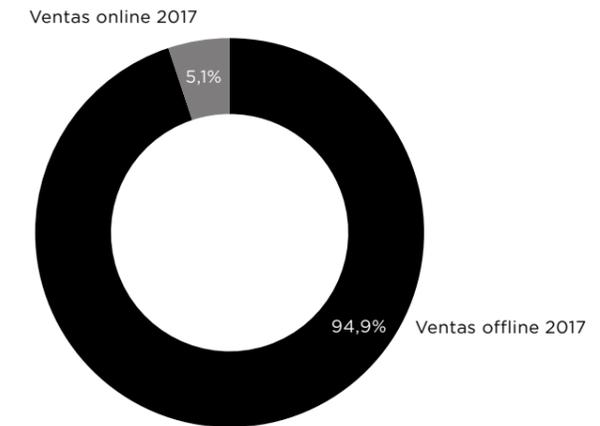
FACTURACIÓN ONLINE

En millones de euros.



VENTAS

En porcentaje sobre el total.



26,5%

INCREMENTO DE VENTAS ONLINE EN 2017

Las empresas de ACME registraron en el ejercicio 2017 una facturación en el canal digital de un total de 24,2 millones de euros, lo que representó un incremento del 26,5% frente al año anterior, cuando fue 19,1 millones de euros. En 2015, la Red sólo generó ventas por 12,4 millones de euros.



usuario activo en el ecommerce de moda realizó un gasto medio de 237,6 euros, frente a los 192,6 euros de 2016. En conclusión, más de 11,9 millones de consumidores en España adquirieron en 2017 algún artículo de moda en Internet. Por otro lado, las empresas de diseño de autor asociadas a ACME también fortalecieron su facturación online. En 2017, registraron una facturación en el canal digital de un total de 24,2 millones de euros, lo que representó un incremento del 26,5% frente al año anterior, cuando fue de 19,1 millones de euros. En 2015, las ventas de las em-

presas asociadas a ACME a través de la Red ascendieron a sólo 12,4 millones de euros, con lo que el crecimiento acumulado hasta 2017 ascendió al 95%. Según datos de Kantar, las ventas del sector a través de la Red se elevaron en 2017 hasta representar el 5,4% del gasto total en España, en comparación con el 4% anotado el año anterior, lo que destaca la importancia del ecommerce en la industria de la moda y el potencial de crecimiento que se proyecta. Entre los asociados a ACME, el peso de las ventas online se situó en el 5,1% en 2017.

# Retos

**La industria de la moda se enfrenta hoy a nuevos retos, como la internacionalización, el acceso a financiación, la distribución y la capacidad de gestión.**

**E**l sector servicios, no sólo en moda sino también a nivel general, está pasando desde hace años por un momento de cambio. En este proceso de transformación, el consumidor juega un papel fundamental, ya que hoy cuenta con mucha más información a su alcance, lo que le permite ser más exigente y demandar siempre calidad, buen servicio, atención y una experiencia de compra memorable. El cambio del consumidor hace que la industria deba enfrentarse a nuevos desafíos que se suman a los clásicos deberes del sector, como son la internacionalización, el acceso a la

financiación, la distribución y la capacidad de gestión. Con miras al futuro, ¿cuáles son los principales retos que tienen las empresas de diseño de moda en el país? Entre un conjunto de diez desafíos, las empresas asociadas a ACME señalan la internacionalización como su principal foco, situándose como la opción más repetida, con un 22,9% del total de respuestas positivas. En el año anterior, este factor también fue el más destacado, alcanzando el 24,8% de las respuestas. Por otro lado, la digitalización, siendo coherente con la transformación de la industria, es la segunda preocupación

**RETOS DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS A ACME**



más repetida y afecta hoy al 17% de estas marcas, un factor que en la anterior edición reportó un 11,6%. El aumento de este indicador confirma la preocupación por parte de las marcas por apostar por la digitalización de su distribución y su estrategia de negocio. Como tercer factor más repetido se encuentra el acceso a la financiación, marcado por un 15,7% de los encuestados y que se mantiene igual para ambos años. Por otro lado, la distribución también se alza como un factor fundamental, apuntado como un reto de futuro por el 12,9% de los empresarios.

Como quinto desafío más repetido por parte de las empresas asociadas a ACME se encuentra la capacidad de gestión, con un 10%, seguido de marca (7,9%), operaciones (5%) y formación (3,6%), que se registran con menor importancia. Cae especialmente la importancia del capítulo de operaciones, que en la anterior edición del estudio era un factor estratégico para el 4,1% de los participantes. Por último, producto (2,9%) y competencia (2,1%) completan el listado de los retos a los que se enfrentan a futuro las marcas asociadas a ACME, demostrando notablemente mayor seguridad en los últimos dos factores. .

# Metodología

**E**l presente informe toma como referencia la información aportada por los propios asociados de ACME a la entidad, solicitada específicamente para la elaboración del estudio. La encuesta, realizada durante el primer trimestre de 2019, hace referencia a los datos de las empresas a cierre de 2017, a fin de obtener cifras definitivas aprobadas en junta general de accionistas y presentadas por las propias empresas al Registro Mercantil. La muestra coincide en este caso con el universo estadístico, formado por las 66 empresas que estaban asociadas a

ACME en 2017. Los datos expuestos en el presente documento hacen referencia a una parte, aunque muy sustancial, de la misma. En este sentido, en la tercera edición de la encuesta de ACME a sus asociados sobre magnitudes económicas contó con la participación de 51 compañías, lo que supone una participación activa del 77,3% del total, un dato que está en línea con el del año anterior, lo que permite realizar una comparativa de las magnitudes. La diversidad de empresas presentes en la asociación, desde grandes compañías de más de cien millones de euros de facturación a talleres independientes y pymes,

dificulta la tarea de llevar a cabo una extrapolación de los datos equivalentes al 100% de los asociados. No obstante, una sencilla estimación eleva las cifras publicadas de la siguiente forma: la facturación del conjunto de los 66 asociados totales representaría 613,9 millones de euros, de los cuales 22,7 millones de euros correspondería al negocio generado a través de la explotación externa de la marca mediante licencias y franquicias. Por su parte, las ventas internacionales ascenderían a más de 156,1 millones.

El empleo generado por las empresas españolas de dise-

ño de moda integradas en ACME se incrementaría hasta 10.091 puestos de trabajo, de los cuales unos 5.570 serían trabajadores directos. En cuanto a la producción, el conjunto de asociados estarían elaborando un total de 16,9 millones de prendas y complementos al año.

Respecto a la distribución, la presencia nacional e internacional para el 100% de los asociados alcanzaría 18.133 puntos de venta. De igual forma, manteniendo el ratio de facturación online medio de las empresas que sí han compartido sus datos, la cifra de negocio del sector a través de la Red superaría los 31,3 millones de euros. .

# Sobre ACME

## ASOCIADOS ACME

*Adolfo Domínguez  
Agatha Ruiz de la Prada  
Ailanto  
Alma Aguilar  
Amaya Arzuaga  
Ana Locking  
Ángel Schlessner  
Anton Heunis  
Antonio Alvarado*

*Andrés Sardá  
Beatriz Peñalver  
Carmen March  
Custo Barcelona  
Davidelfin  
Delpozo  
Devota & Lomba  
Duyos  
Duarte*

*Dolores Cortés  
Emilio de la Morena  
Etxeberria  
Fely Campo  
Francis Montesinos  
García Madrid  
Hannibal Laguna  
Helena Rohner  
Ion Fiz*

*Inuñez  
Javier Larrainzar  
Jorge Acuña  
Jorge Vázquez  
José Castro  
José Miró  
Juan Vidal  
Juana Martín  
Juanjo Oliva*

*Kina Fernández  
Leandro Cano  
Lemoniez  
Leyre Valiente  
Lexdeux  
Lydia Delgado  
Malne  
Maya Hansen  
Mayte by Lola Casademunt*

*María Barros  
María Escoté  
María Ke Fisherman  
María Lafuente  
Manuel de Gotor  
Marcos Luengo  
Menchén Tomás  
ManéMané  
Miguel Marinero*

*Miguel Palacio  
Miriam Ocariz  
Moisés Nieto  
Oteyza  
Pedro del Hierro  
Pilar Dalbat  
Purificación García  
Rabaneda  
Reliquiae*

*Roberto Torretta  
Roberto Verino  
TCN  
Teresa Helbig  
The Extreme Collection  
The Stoat  
Tous  
Ulises Mérida  
Victorio & Lucchino*

La Asociación Creadores de Moda de España (ACME) es una asociación profesional sin ánimo de lucro fundada en 1998 por los diseñadores Modesto Lomba, Jesús del Pozo, Elio Berhanyer, Antonio Pernas, Ángel Schlessner y Roberto Verino. Actualmente está formada por 72 creadores de moda y complementos de toda la geografía española que participan en las principales pasarelas y plataformas de moda tanto a nivel nacional como internacional. Desde su nacimiento, la Asociación trabaja fundamentalmente para defender los intereses de los creadores de moda

en España, ofreciendo herramientas para aumentar su competitividad y actuando como representante del sector del diseño de moda español ante instituciones y entidades públicas y privadas. ACME tiene como fin la promoción de la moda española en sus facetas económica y cultural, fomentando actividades que redunden en beneficio del sector del diseño de moda en sus vertientes creativa y comercial, tanto dentro como fuera de España. La Asociación promueve numerosas actividades para promocionar la moda española a nivel nacional e internacio-

nal. Todos los años surgen nuevas iniciativas que ponen en valor el trabajo de nuestros diseñadores. Proyectos comerciales, culturales, formativos, de comunicación y obra social que cuentan con la participación de los miembros de la Asociación. En ACME la moda se concibe como una industria cultural, desarrollando diferentes iniciativas que ponen en valor su faceta creativa y artística. Su intensa labor en este ámbito fue reconocida con la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes de 2011. La Asociación Creadores de Moda de España forma parte

de la Mesa de la Moda del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo junto a los principales agentes de la industria de la moda nacional. Además, ACME es miembro activo de la Confederación ModaEspaña, de la que también forman parte la Federación Española de Empresas de la Confección (FEDECON), la Agrupación Española del Género de Punto (AEGP), la Asociación Española de Fabricantes de Marroquinería (ASEFMA), la Confederación Española del Comercio Textil (CECOTEX), la Spanish Fur Association (SFA) y la Asociación Empresarial de Comerciantes y Mayoristas de Artículos de Regalo (Regalo FAMA).

# Junta directiva



**MODESTO LOMBA**  
PRESIDENTE

*Funda la firma Devota & Lomba en 1986 junto a Luis Devota y desde 1988 participa cada temporada en Fashion*

*Week Madrid. Su marca cuenta en la actualidad con colecciones de novia, comunión, hogar, perfumes y joyas, entre otras líneas de producto. Además, desarrolla proyectos de interiorismo a través de Devota & Lomba Estudio. Modesto Lomba es presidente de ACME desde el año 2000.*



**JUAN DUYOS**  
SECRETARIO

*Inicia su carrera en la moda colaborando con diseñadores como Manuel Piña y Antonio Pernas, una labor que compagina con la*

*creación de sus primeras colecciones junto a Cecilia Paniagua. En 1999 emprende su carrera en solitario y celebra su primer desfile en la FashionWeek de Madrid. A lo largo de su carrera ha colaborado con diversas marcas, entre las que destaca su etapa como director creativo de la firma Don Algodón.*



**ROBERTO TORRETTA**  
VICEPRESIDENTE

*El diseñador de origen argentino comienza su trayectoria en el mundo de la moda en los años 70. Tras trabajar en diferentes*

*empresas del sector, funda su propia firma y debuta en FashionWeek Madrid en 1996. A lo largo de su carrera ha realizado multitud de colaboraciones que han llevado el sello Torretta a ámbitos como la decoración, la joyería o la óptica, destacando sus uniones con Suárez, Goodyear y Federópticos. En 2016, Roberto Torretta recibe el Premio Nacional de Industria de la Moda.*



**PEDRO TRÓLEZ**  
TESORERO

*Economista de formación, funda el Grupo Perfumes y Diseño (PYD) en 1998, sociedad dedicada a la distribución y licencias de*

*perfumería. Su grupo era el licenciatario mundial de las fragancias de Jesús del Pozo, una unión que fue clave para que, tras el fallecimiento del diseñador en 2011, PYD se hiciera con su marca de moda y la relanzase bajo el nombre "Delpozo", que actualmente cuenta con Lutz Huelle como director creativo.*



**JUANJO OLIVA**  
VOCAL

*Tras trabajar en otras empresas del sector como Zara o Sybilla, Juanjo Oliva crea su propia firma en el 2000. Cuatro años más*

*tarde entra a formar parte del calendario oficial de FashionWeek Madrid. El éxito de sus creaciones le une en 2012 con El Corte Inglés, que le encarga el diseño de colecciones cápsula para la marca Elogy, una colaboración que se consolidó en 2016 con la colección "Juanjo Oliva para El Corte Inglés".*



**NÚRIA SARDÁ**  
VOCAL

*Núria Sardá acumula a sus espaldas una larga trayectoria en el sector de la moda. Tras una breve etapa dedicada*

*a la importación en la empresa Encajes Leavers, la ejecutiva se incorporó a Andrés Sardá, compañía que fundó su padre, en 1989. En 1993, la directiva dirigió el departamento de exportación del grupo y, cinco años más tarde, pasó al equipo de diseño como directora creativa.*



**HELENA ROHNER**  
VOCAL

*La creadora canaria comienza su andadura en el diseño de joyas en 1995. Desde entonces, sus creaciones se venden en diferentes países*

*del mundo. A lo largo de su trayectoria, el universo creativo de Rohner se ha extendido más allá de la joyería, incluyendo proyectos de diseño en cerámica y menaje para compañías de prestigio internacional como Georg Jensen o Munio. En 2015 recibe la Medalla de Oro al Mérito en las Bellas Artes.*



**PEPA BUENO**  
DIRECTORA EJECUTIVA

*Historiadora del Arte, ha desarrollado su carrera en el ámbito de la prensa femenina y de moda. Tras pasar por medios como*

*Woman, Elle y Vogue Novias, formó parte del equipo de lanzamiento de Yo Dona, donde ocupó el cargo de subdirectora. Desde su llegada a ACME en 2013 ha potenciado la entrada de nuevos socios y liderado numerosas acciones para promocionar y dar a conocer el valor cultural y económico del diseño de moda de nuestro país.*





**Barcelona**  
Escola Superior  
de Disseny

# THE MANAGEMENT FOR YOUR FUTURE

---

**Masters**

---

**Postgrados**

---

**Especializaciones**

---

**Cursos de Verano**

---

Moda, Marketing,  
Management,  
Comunicación,  
Trends



Colección inspirada en la búsqueda de uno mismo y el desarrollo del proceso creativo de una obra de arte.

Diseño:  
**Gemma Gasón**  
Título Superior en Diseño de Moda  
@gemmaquionseduni

Modelo:  
**Gabrins Alan**  
@gabrinssalan  
Dirección  
creativa:  
**Israel Stonem**

@israelstonem  
Fotografía:  
**Adrian Zales**  
@adrianzales

PROYECTO PINK/IT MYSELF

**iedbarcelona.es**

Calle Biada, 11, 08012 Barcelona - España - tel. +34 932 395 889 - contact@bcd.ied.es  
Barcelona | Madrid | Milano | Roma | Torino | Venezia | Firenze | Cagliari | Como | São Paulo | Rio de Janeiro