

# EL DISEÑO DE MODA

RADIOGRAFÍA DE LA ASOCIACIÓN  
CREADORES DE MODA DE ESPAÑA

---

CUARTA EDICIÓN

# ESPAÑOL, EN CIFRAS

---

IMPULSA

**acme**

ASOCIACIÓN CREADORES DE MODA DE ESPAÑA

# EL DISEÑO DE MODA ESPAÑOL, EN CIFRAS

---

**RADIOGRAFÍA DE LA ASOCIACIÓN  
CREADORES DE MODA DE ESPAÑA**

CUARTA EDICIÓN

---

@ ACME 2020

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

---

COLABORA



**Comunidad  
de Madrid**

---

ELABORA

**modaes.es**

En el negocio de la moda, como en cualquier industria, las asociaciones empresariales tienen la misión de generar instrumentos de análisis sobre el sector. La información es fundamental para conocer la evolución del mercado, entender la marcha de un sector y, en definitiva, atender a los factores clave del negocio para poder tomar las decisiones oportunas de cara a un futuro cada vez menos previsible. Por ello, desde hace cuatro años, la Asociación Creadores de Moda de España (ACME) lanza anualmente el informe *El diseño de moda español, en cifras* con el apoyo de la Comunidad de Madrid y en colaboración con Modaes.es. El documento tiene la finalidad de establecer parámetros que hagan posible medir las magnitudes económicas del diseño de moda en España y poder compararlas año a año siguiendo su evolución.

De esta forma, el presente estudio permite acceder a una información que hasta entonces no existía: las magnitudes agregadas de las empresas de diseño de autor integradas en ACME, la organización más representativa del negocio de la moda independiente en España.

---

La buena acogida de este proyecto, dentro y fuera de la moda, ha permitido contribuir a visualizar el escenario económico de un sector que, con creatividad y esfuerzo, logra generar miles de puestos de trabajo y cientos de millones de euros de facturación.

Cuatro años después del lanzamiento del primer informe, *El diseño de moda español, en cifras* continúa dando a conocer los datos que reflejan la transformación del sector de diseño de moda. Esta edición demuestra cómo en el ejercicio de 2018, último con datos cerrados, las empresas de diseño de autor han continuado creciendo a pesar de la incertidumbre que se apoderaba poco a poco del entorno económico y, en particular, del sector de la moda en España. Y no sólo eso, si no que pone en evidencia los resultados de los esfuerzos realizados en aspectos tan clave como la construcción de marca, el comercio electrónico o la internacionalización. La red empresarial de diseño de autor en se mantiene firme ante los retos que le presenta el sector y pone de manifiesto la importante contribución del sector en la economía española.

# Moda saludable



MODESTO LOMBA  
PRESIDENTE DE ACME

**E**n el momento en el que cerramos los datos para la publicación este informe, comenzábamos una crisis sanitaria sin precedentes, que sin duda tendrá importantes consecuencias para nuestro sector.

La situación atravesada invita a reflexionar hacia dónde vamos. Concienciación, solidaridad y responsabilidad se han convertido en un mantra entre los ciudadanos para afrontar estos momentos tan complicados, unos valores que inefablemente deberíamos trasladar a nuestros hábitos de consumo.

Nunca la moda y la salud habían sido dos sectores tan relacionados, no sólo por el trance vivido con el COVID-19, sino por el gran papel que nuestra industria debe jugar en frenar el cambio climático. La artesanía y la producción en proximidad, base del modelo de negocio de nuestras empresas, son un buen antídoto para reducir los efectos de una las industrias más contaminantes del planeta.

Debemos apostar por valores más humanos, creativos y respetuosos con la tradición, recuperar la armonía, la autenticidad y la escala humana perdidas con nuestro modelo de desarrollo actual. Como verán en las próximas páginas, los datos económicos de ACME han crecido de forma significativa por la llegada de nuevos asociados con

un importante peso en nuestra industria. Esto nos confirma el compromiso de todas las firmas de moda de autor, ya sean grandes, medianas o pequeñas empresas, de unir fuerzas para trabajar en conjunto por el buen futuro de nuestro sector.

Las cifras que ahora presentamos, pertenecientes al ejercicio 2018, nos invitan a pensar que la moda española vive una etapa valiente en la que proyecta con fuerza la Marca España hacia el exterior como símbolo de calidad, artesanía y creatividad. Los datos de exportaciones de nuestras empresas así lo confirman.

Ahora toca continuar mejorando la confianza de nuestros clientes locales y trabajar en conjunto para que conozcan más a fondo el valor de nuestro producto. Sólo creyendo en el gran potencial de la moda española y ensalzando la alta especialización de nuestra mano de obra conseguiremos la verdadera sostenibilidad del sector.

Es momento para el compromiso, con nuestro entorno y con nuestro oficio. Tiempo para creer más que nunca en la enorme capacidad de nuestros creativos, artesanos y profesionales. Confiar en el valor de lo nuestro para afrontar tiempos difíciles y concienciar al consumidor de que el *Made in Spain* es el camino hacia una industria de la moda más saludable.

---

# Nuevos caminos



---

PEPA BUENO  
DIRECTORA EJECUTIVA DE ACME

---

**M**ientras escribo este texto (marzo de 2019) nos encontramos sumergidos de pleno en el aislamiento al que nos ha sometido la crisis de la Covid-19. Lo ocurrido en este periodo de tiempo va a afectar de muchas maneras al sector que nos ocupa.

Los datos económicos y de empleo del presente informe, que recoge la marcha del mercado de la moda de autor en 2018, ponen sobre la mesa muy claramente hacia dónde se dirigía la moda: la facturación ha aumentado en un porcentaje menor a los últimos años, tan sólo un 1,9%, pero ha aumentado, lo que no es poco; las explotaciones de las marcas a través de los *royalties* de franquicias y licencias crece con fuerza hasta los 28 millones de euros, lo que nos asemeja en tendencia a potentes marcas internacionales; la apuesta estratégica por los mercados internacionales se afianza, ya que la cuarta parte de la cifra total de negocio se genera más allá de nuestras fronteras (Latinoamérica, Japón y países árabes entre los más importantes clientes de nuestra industria de moda), y como otro de los datos más destacados, el tanto por ciento de lo que supusieron las ventas on line en 2018 alcanzó el 6% del total de la facturación.

¿Será este el camino de los años venideros?

Predecir es siempre incierto, pero lo que nos demuestra este informe es que la moda de autor tiene una base sólida sobre la que asentarse, y que ocupa un lugar relevante en la creación de empleo de este país, con más de 8.000 puestos de trabajo directos y más de 11.000 indirectos.

La moda es un sector muy sensible a los cambios y generadora de tendencias, al tiempo que permeable a multitud de factores externos, y los acontecimientos de los últimos días lo dejan muy claro.

En el caso de la moda de autor, hecha en proximidad por mano de obra local, que utiliza tejidos y materiales nobles y que tiene el valor añadido de la artesanía y del *know how* de nuestra tradición, plantea en sí misma un camino de enorme proyección y estrechamente relacionada con los nuevos hábitos de este nuevo mundo al que tenemos que enfrentarnos.

Aprender de nuestra tradición, proteger el conocimiento y que éste represente la legítima ventaja competitiva de una nueva imagen, de una nueva industria, de un nuevo desarrollo económico, ahí hay una parte muy importante de nuestro futuro en el mercado global de la moda.

938

MILLONES DE EUROS

**La facturación de las empresas asociadas a ACME registró un aumento del 1,9% en 2018, un porcentaje menor a los últimos años. No obstante, el diseño de moda ha logrado evitar el contexto general negativo de las ventas de moda.**

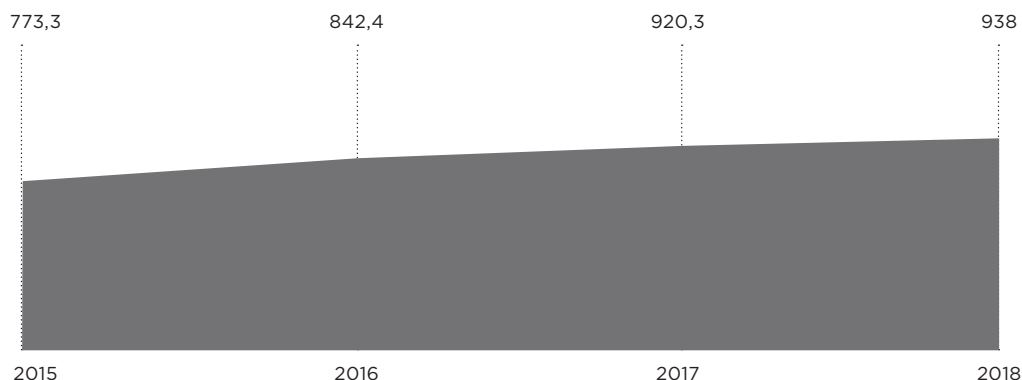
**L**as empresas asociadas a la Asociación Creadores de Moda en España (ACME) aumentaron sus ventas en 2018, el último ejercicio con datos disponibles, hasta registrar una cifra de negocio de 938 millones de euros, según la información aportada por las propias compañías. La incorporación de nuevos asociados a la entidad el último año ha dado lugar a un sustancial aumento de la facturación total con respecto a anteriores ediciones del informe. En términos comparables (atendiendo a la misma base de empresas en años anteriores), los miembros de la entidad cerraron

el ejercicio fiscal con un incremento del 1,9% respecto al año anterior, cuando registraron una facturación agregada con 920,3 millones de euros. Desde 2015, año referente a la primera edición de este informe, el sector ha experimentado un alza del 21,3% en su cifra de negocio. El sistema estadístico europeo ha adoptado reglas operativas comunes para una interpretación uniforme de la unidad estadística empresa. Por este motivo, la publicación de los resultados definitivos del año 2018 de la Estadística Estructural de Empresas del Sector Servicios se realizará en junio de 2020. Según los últimos datos publicados, los



## FACTURACIÓN TOTAL

En millones de euros.



**26,8**  
MILLONES DE EUROS



Las empresas asociadas a ACME generaron unas ventas de casi 28 millones de euros a través de la explotación de la marca con *royalties* de licencias y franquicias. Este importe aumentó con fuerza respecto al ejercicio anterior, cuando la facturación por esta vía se situó en 17,5 millones de euros.

resultados definitivos del ejercicio 2017, las empresas dedicadas al diseño especializado (diseño gráfico, de moda y otros) registraron unas ventas anuales de 1.300,6 millones de euros, un 24,3% más respecto al ejercicio anterior. Por tanto, las empresas asociadas a ACME coparon el equivalente al 72,2% del volumen de negocio del sector del diseño especializado en España.

Si las empresas de diseño de moda de autor asociadas conformaran una misma compañía, esta continuaría situándose como la sexta mayor empresa del sector de la moda en España por volumen de negocio.

Por otra parte, el valor añadido de la marca es un pilar fundamental para el negocio, ya que genera un alto potencial de facturación por vías alternativas, como es la explotación de la marca a través de *royalties* de licencias y franquicias. En este sentido, las empresas de diseño de autor asociadas a ACME generaron una facturación de 26,8 millones de euros en 2018, aumentando así un 53,4% en comparación al año anterior, cuando el importe generado se situó en 17,5 millones de euros. Este importe supera incluso a los datos registrados en 2016, cuando se situó en 25,3 millones de euros.

---

# 356

MILLONES DE EUROS

---

**La expansión internacional vuelve a demostrar ser un apoyo fundamental para las compañías españolas de diseño de moda, representando un 38% del total de ingresos registrados, frente al 25,4% del año anterior.**

---

**L**as marcas españolas de diseño de autor continúan ganando reconocimiento fuera de sus fronteras nacionales. La internacionalización forma parte del ADN de muchas de las empresas del sector y es también una apuesta estratégica para evitar la dependencia del mercado de origen.

En unos años complicados para el consumo de moda en España, durante la crisis económica el sector encontró en el exterior un apoyo fundamental que le permitió mantenerse a flote. No obstante, aunque en ocasiones se trató de una apuesta reactiva y coyuntural, la expansión inter-

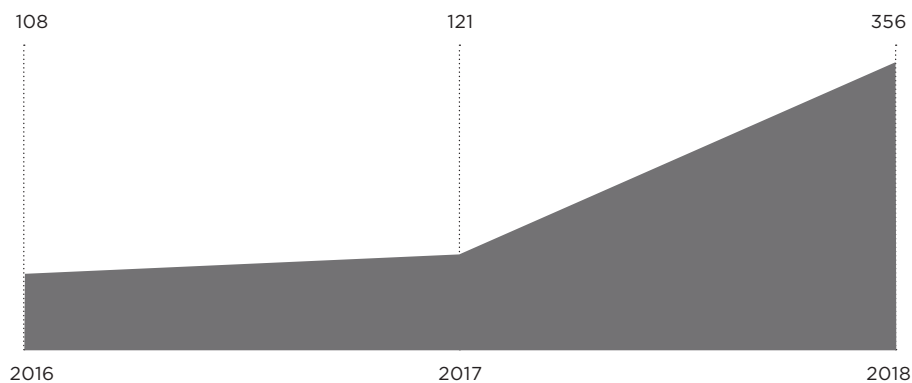
nacional también ha permitido a muchas empresas consolidar una relación internacional sólida y el reconocimiento de las marcas españolas de moda en todo el mundo.

Las empresas asociadas a ACME mantienen así un fuerte vínculo vital con el exterior, donde generan más de una cuarta parte de la cifra total de su negocio. En el ejercicio 2018, estas compañías obtuvieron unos ingresos de 938 millones de euros y el 38% de ellos correspondió al mercado internacional, es decir, 356 millones de euros.

Las exportaciones de los asociados de ACME ascendieron a 120,6 millones de euros en el año anterior, teniendo

## VENTAS INTERNACIONALES

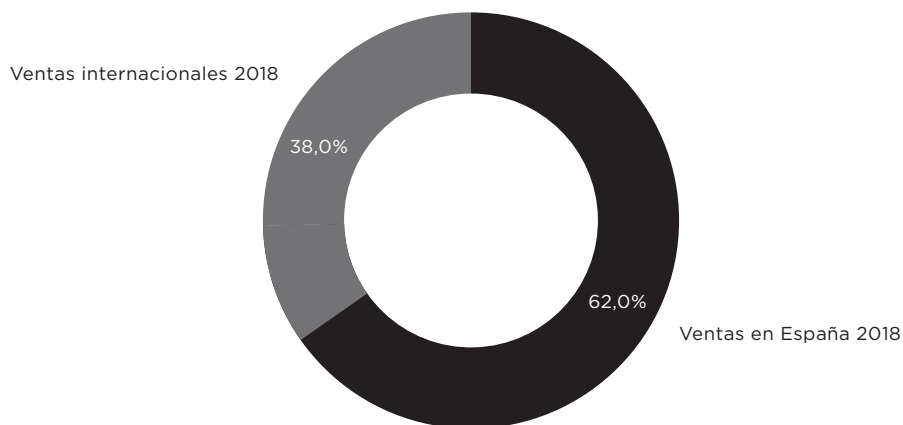
En millones de euros.



20018\*

## INTERNACIONALIZACIÓN

En porcentaje sobre el total.



*Los mercados exteriores representan más de la cuarta parte del total de volumen de negocio de las empresas asociadas a ACME. Estados Unidos, Italia, China, Portugal, México y Emiratos Árabes son los países que más se repiten entre los más importantes.*



en cuenta que no se incluyen en este caso los datos correspondientes a los nuevos asociados.

Este volumen supuso en 2017 el 25,4% de la facturación total de los asociados de ACME, cuya presencia es destacada en un conjunto de veinte países de todo el mundo. En particular, de entre todos los mercados en los que operan estas empresas, los más destacados son Estados Unidos, Francia y Japón.

Mercados próximos como Portugal, Reino Unido e Italia son tres de los más importantes para la moda de diseño en Europa, que también tiene posiciones destacadas en

países como Rusia, Alemania o Andorra.

En la región asiática, Japón es el principal mercado por número de empresas presentes en el país, seguido de China y Emiratos Árabes Unidos. El dinamismo económico y de la demanda de moda occidental en Oriente Próximo también ha llevado a las empresas españolas de diseño de autor a países como Egipto, Kuwait, Qatar y Arabia Saudí.

México y Chile son, a su vez, dos de los mercados con una presencia mayor de marcas españolas de diseño de moda en la región latinoamericana.



MERCADOS INTERNACIONALES  
MÁS IMPORTANTES

●  
MERCADOS  
MÁS IMPORTANTES

Estados Unidos  
Francia  
Japón  
Portugal  
Reino Unido  
México

●  
MERCADOS  
RELEVANTES

China  
Rusia  
Italia  
Chile  
Alemania  
Arabia Suadí  
Qatar  
Emiratos Árabes  
Unidos



8.267

PUESTOS DE TRABAJO DIRECTOS

---

**En 2018, las empresas asociadas a ACME fueron un importante generador de puestos de trabajo directos relacionados con el diseño especializado en España, con más de 8.000 empleados.**

---

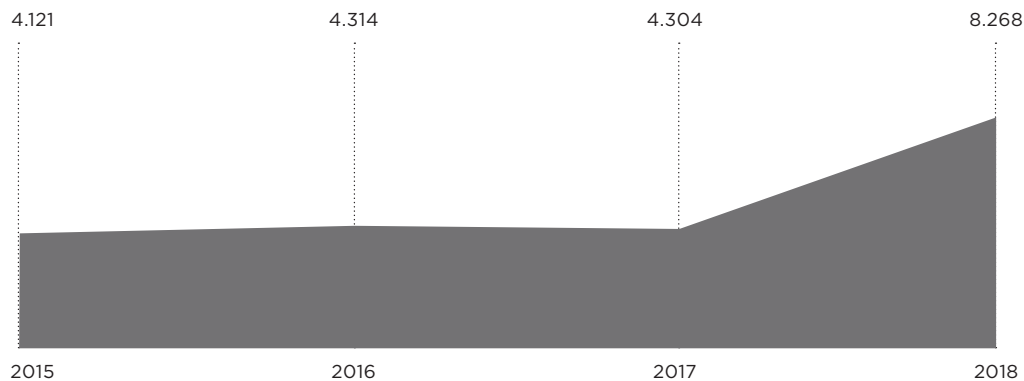
**L**a industria de la moda es clave en la economía española como generador de empleo. No obstante, el empleo en el sector sigue perdiendo fuelle desde la recuperación. Según datos medios de afiliación a la Seguridad Social, el número de ocupados en los sectores del textil, la confección y el calzado en el país se situó en 141.539 trabajadores a cierre de 2018, un 0,2% más en relación al año anterior. El ritmo de crecimiento en el número de trabajadores, que en 2019 ya fue a la baja, empezaba en 2018 a moderarse respecto a los ejercicios anteriores.

Asimismo, la Encuesta de Población Activa (EPA) situó el número de ocupados en la industria del textil, la confección y el calzado en el país en 157.500 personas a cierre de 2018, lo que supuso una caída del 11,4%. Se trata del primer año en que el empleo cierra en negativo desde 2013.

Pese a ello, las empresas asociadas a ACME continúan generando gran parte de los empleos vinculados al diseño especializado. En particular, las empresas afiliadas a la asociación sumaron en 2018 un total de 8.267 empleos directos. Esta cifra se ha visto incrementada por la incor-

## EMPLEOS DIRECTOS

En número de trabajadores.



Los miembros de ACME generaron en 2018 una cifra aproximada de 11.087 puestos de trabajo indirectos.



poración de nuevos asociados, de los cuales no existen datos de años anteriores. En 2017, la cifra de trabajadores directos de los asociados de ACME se situaba en 4.304 ocupados, frente a los 4.314 trabajadores registrados en 2016. Por otro lado, los miembros de ACME generaron en 2018 una cifra aproximada de 11.087 puestos de trabajo indirectos.

No existen datos globales de 2018 de trabajadores en el conjunto de empresas españolas dedicadas al diseño especializado, por lo que no es posible conocer la representación exacta de las empresas asociadas sobre el total. Sin

embargo, sí es posible establecer una comparativa de años anteriores.

Según la Estadística Estructural de Empresas del Sector Servicios que publica anualmente el Instituto Nacional de Estadística (INE), en 2017 las compañías de diseño especializado (diseño de moda, industrial, gráfico e interiores) generaron un total de 11.678 puestos de trabajo, frente a los 9.240 del año anterior. Según el INE, en el segmento del diseño, los trabajadores del sector representaron un gasto de 243,2 millones de euros en costes laborales para 6.577 empresas del sector activas en todo el país.

17,3

MILLONES DE PRENDAS  
Y COMPLEMENTOS

**En 2018 la cadena de producción de las empresas de diseño de moda asociadas a ACME generó alrededor de 17,3 millones de prendas y complementos, un 32,2% más que el año anterior.**

**L**a moda es una de las industrias con más dinamismo tanto en procesos como en generación de nuevas tendencias. Por su propia naturaleza, es un sector permeable a multitud de factores externos: fenómenos sociales, demográficos, culturales o económicos impactan tanto en la oferta (el propio producto de moda) como a la demanda.

La inmediatez en el consumo, la necesidad de conocer a un consumidor con cada vez más posibilidades donde elegir, la imprescindible adaptación a las nuevas exigencias de mercado e incluso el cambio climático son otros elementos

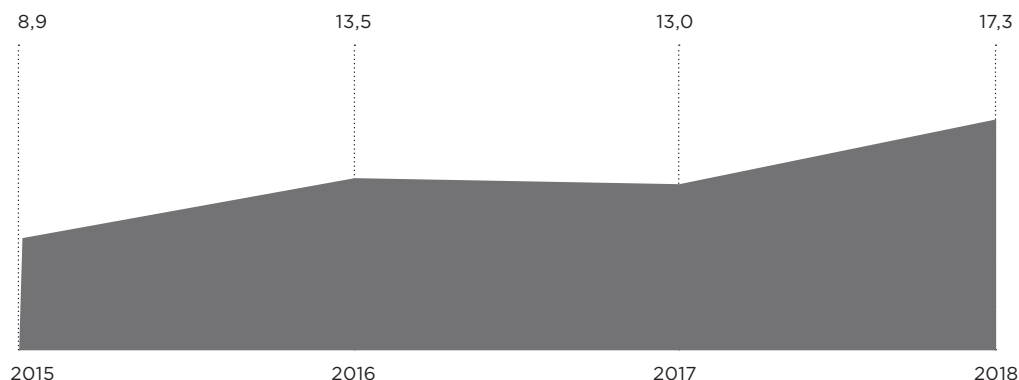
a los que las marcas de moda tienen que atender para ser competitivas en el futuro. Por ejemplo, las marcas deben reaccionar a una transformación en los hábitos de un consumidor que ha hecho de la sostenibilidad una exigencia ineludible. Y, por si fuera poco, cada vez más entran en juego otros factores como la diferenciación, la experiencia y la personalización.

Estos cambios atañen a la cadena de valor, y en particular al proceso creativo y productivo. Para afrontarlos, es crucial la interconexión entre las diferentes fases de la cadena de valor de la moda, desde la recolección o fabricación de



## PRENDAS Y COMPLEMENTOS PRODUCIDOS

En número de artículos.



las materias primas a la obtención final de la prenda, en busca de la máxima eficiencia, visibilidad y trazabilidad. Los nuevos sistemas productivos permiten a las empresas de moda tener una visión más completa en los procesos y tomar decisiones en tiempo real para acelerar unas producciones que cada vez cuentan con unos tiempos más ajustados.

Ante este escenario, las empresas asociadas a ACME produjeron a lo largo de 2018 alrededor de 17,3 millones de prendas y complementos, lo que supone un incremento del 32,2% en el volumen de la producción respecto a

2017, cuando se fabricaron 13,1 millones de productos. Hay que reseñar que los datos de los años anteriores a 2018 no incluyen cifras de los nuevos asociados a ACME. Teniendo en cuenta la facturación global de estas compañías, el valor medio de las piezas vendidas se situó en torno a los 54 euros por cada unidad. Por otra parte, si se considera que en 2018 se fabricaron más de 439,3 millones de artículos de moda en España, según la Encuesta Industrial de Productos publicada por el INE, los asociados a ACME fabricaron el equivalente al 3,9% del total de la producción nacional.

---

24.073

PUNTOS DE VENTA

---

**En 2018, los canales de distribución empleados por las empresas asociadas a ACME llegaron a 10.061 puntos de venta más que el año anterior, sumando un total de 24.073 puntos de venta.**

---

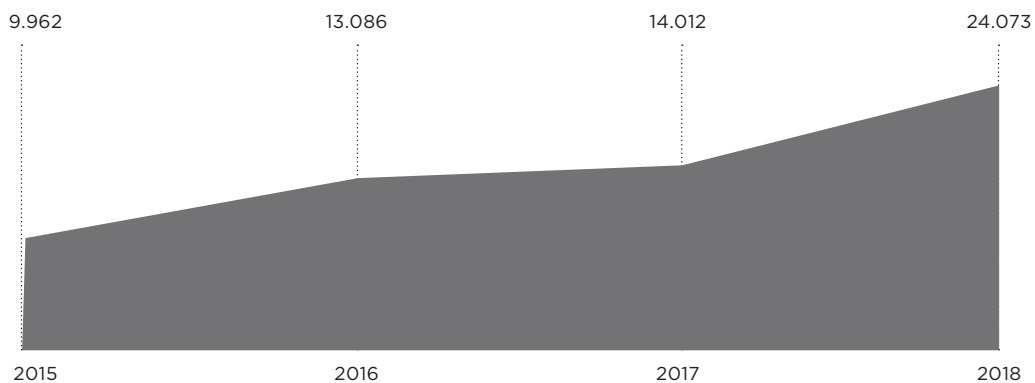
**E**n un entorno de cambios acelerados, incertidumbre y transformación del sector, ni siquiera las grandes marcas tienen su lugar asegurado en la industria de la moda. Para llegar al consumidor, la distribución es una de las piezas clave en la cadena de valor del negocio de la moda. En las marcas de diseño de autor, las tiendas físicas tienen un peso importante, ya que actúan como intermediario directo mayoritario entre la compañía y el público final. En 2018, los miembros de ACME alcanzaron presencia en una red de puntos de más de 24.000 puntos de venta

repartidos en todo el mundo.

Este conjunto de empresas finalizó el ejercicio de 2018 con un total de 13.086 puntos de venta, englobando talleres propios, showrooms, tiendas propias, franquicias, tiendas multimarca y corners en grandes almacenes, que forman parte del tejido de distribución de estas marcas. A pesar de que en años anteriores no constan los datos actualizados de nuevos asociados, este número demuestra el fortalecimiento de esta red en los últimos ejercicios, que ha ido creciendo año a año. En comparación con 2017, cuando la cifra fue de 14.012 puntos de venta,

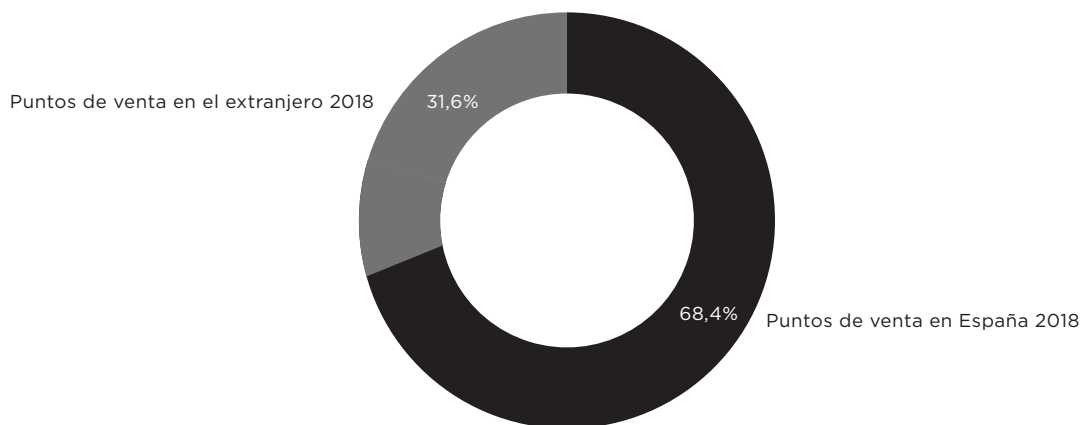
## PUNTOS DE VENTA TOTALES

En número de puntos de venta.



## PUNTOS DE VENTA

En porcentaje sobre la red total.



los asociados a ACME cerraron 2018 con 10.061 puntos de comercialización más que el ejercicio previo.

En cuanto a la localización de estos puntos de venta, el peso principal de la red de distribución de estas empresas recae en España, donde los asociados de ACME sumaron a cierre de 2018 un total de 16.458 puntos de venta, representando así el 68,4% del total de su red de distribución. Por otro lado, las empresas españolas de diseño de moda continúan fortaleciendo su presencia en los mercados internacionales: en 2018 se contabilizaron 7.615 puntos de comercialización, lo que significa un

31,6% del total.

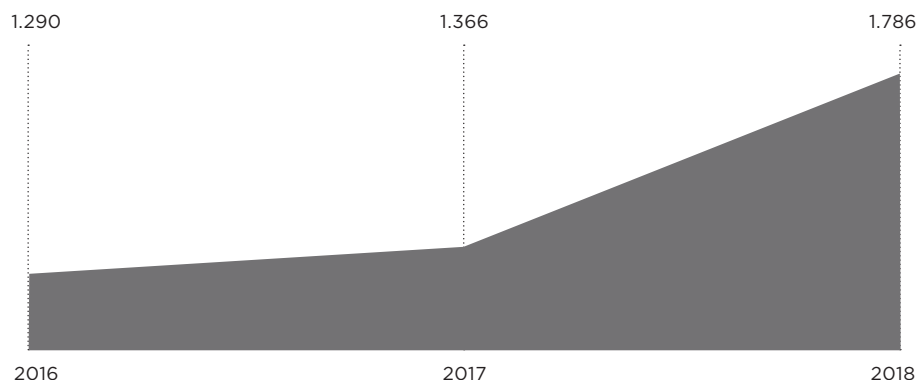
La red de distribución nacional de las empresas pertenecientes a ACME pierde peso respecto de la red internacional, cuya proporción es más de once puntos porcentuales mayor que el año precedente. De esta forma, la red nacional pasó de un 79,8% de los puntos de venta totales en 2017 a un 68,4% en 2018, mientras que la red internacional pasó de un 20,2% a un 31,6% del total.

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

## DISTRIBUCIÓN

### PUNTOS DE VENTA MONOMARCA

En número de puntos de venta.



# 1.786

PUNTOS DE VENTA MONOMARCA

**Las tiendas propias, franquicias y corners en la red nacional representan el 58,0% del total de la red de distribución de las empresas asociadas a ACME, con 1.036 puntos de venta de los más de 1.700 repartidos por todo el mundo.**

**E**l canal multimarca ha sido siempre una pieza clave para las marcas independientes. No obstante, la integración vertical, especialmente en las fases finales de la cadena de valor, se convirtió en el mantra de los grandes del sector en la última década. El entorno competitivo en el que se ve envuelto el modelo multimarca y el cambio de buena parte del sector al monomarca ha obligado al primero a profesionalizarse.

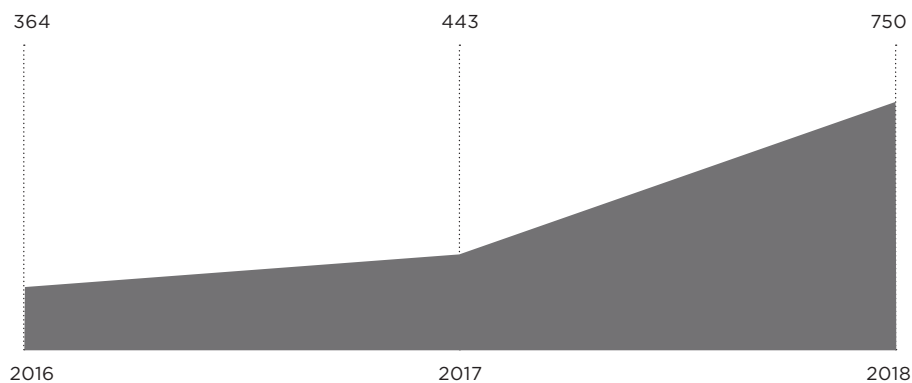
Según datos de la Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel (Acotex), el canal multi-

marca ha continuado perdiendo peso en las ventas del comercio textil. De hecho, este canal representaba en 2018 el 17,4% de la facturación total del comercio minorista de moda en España, frente al 19% de 2017.

Por otro lado, las cadenas especializadas se mantienen líderes con una tasa del 33,9% en 2018, proporción similar a la que registraban más de diez años atrás las tiendas multimarca. Los supermercados e hipermercados, por su parte, representan un 25,1% del volumen total, un punto porcentual más que el año anterior. También los *outlets*, con un 15,1% del total, han experimentado una cierta

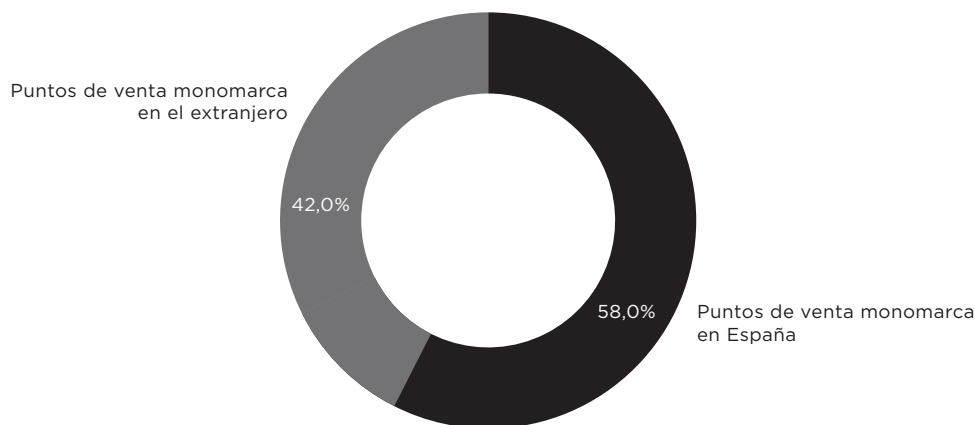
## PUNTOS DE VENTA MONOMARCA EN EL EXTRANJERO

En número de puntos de venta.



## DISTRIBUCIÓN MONOMARCA

En porcentaje sobre el total.



mejoría en comparación con 2017, cuando el peso fue del 14,9% sobre el total. Mientras tanto, con un 8% de la facturación total, los grandes almacenes se mantienen lejos del 13% alcanzado antes de la crisis económica.

En cuanto a las empresas asociadas a ACME, su red de distribución engloba una variedad de canales muy amplia. De los 24.073 puntos de venta de la red de los asociados, 1.786 se corresponden al canal monomarca, teniendo en cuenta sus tiendas propias, franquicias y córners. De esta manera, dichas empresas centran alrededor de un 7,4% de su distribución en sus tiendas

especializadas.

Por otro lado, la localización de estos establecimientos monomarca predomina dentro del territorio nacional, donde las marcas de autor asociadas cuentan con 1.036 tiendas monomarca. Sin embargo, una proporción relevante de este tipo de puntos de venta también se concentra en el exterior, donde se agrupan un 42% del total de los establecimientos. En concreto, estas compañías disponen de 750 tiendas monomarca repartidas en otros países.

---

# 54,1

MILLONES DE EUROS

---

**Las ventas online se reafirman como una de las principales vías de crecimiento para las empresas de diseño asociadas a ACME, que elevaron su ecommerce hasta representar casi un 6% de la facturación total.**

---

**E**n los últimos años, el ecommerce se ha convertido en el nuevo motor del comercio. La Red ha permitido a las empresas llegar a centenares de países del mundo sin tener presencia física en los mismos. Pero, a medida que avanza la red de comercialización hacia una mayor digitalización, también lo hace el consumo.

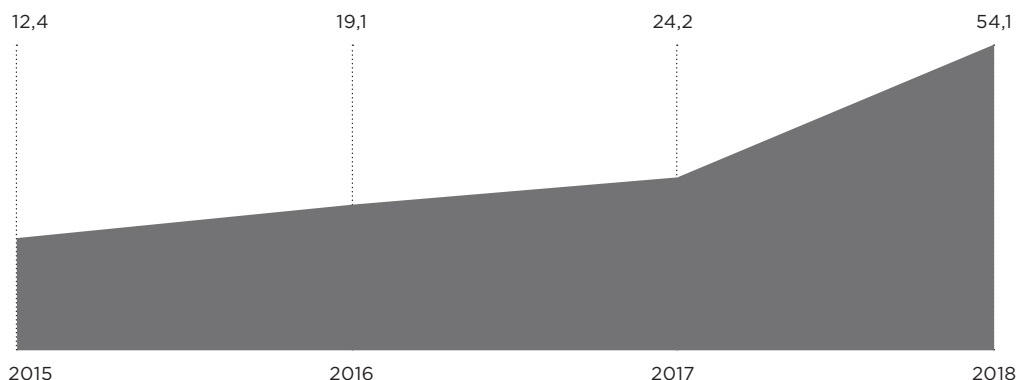
El ecommerce está dirigiendo la mayor transformación de la distribución y el consumo de todos los tiempos y, además, en tiempo récord. De hecho, Euromonitor prevé que las ventas online de ropa crezcan un 10% de media anual

entre 2018 y 2020.

Según datos de Kantar, recogidos en el Informe de la Moda Online en España 2019, el peso de las ventas españolas de moda online ha pasado del 1,5% en 2012 al 7,4% en 2018. La moda se ha coronado en España como la reina de la Red, sólo por detrás de las reservas de hoteles, superando los once millones de compradores. Teniendo en cuenta toda la población española, el informe indica que tres de cada diez españoles adquieren ropa a través de Internet. En los últimos cinco años se ha duplicado el número de consumidores online de prendas, accesorios y

## FACTURACIÓN ONLINE

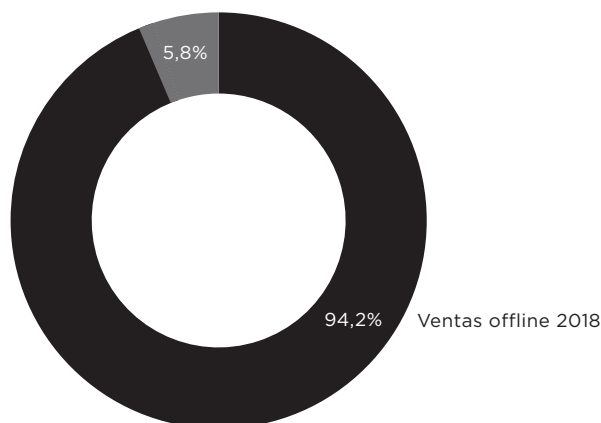
En millones de euros.



## VENTAS

Ventas online 2018

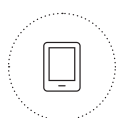
En porcentaje sobre el total.



# 5,8%

PESO DE LA VENTAS ONLINE EN 2018

*Las ventas de moda a través de Internet aumentan tanto en volumen como en peso respecto al total, pero se mantienen por debajo del 10% de la facturación total del sector. Según todos los informes, esta magnitud continuará aumentando en el futuro.*



calzado de moda y deporte de los 5,5 millones en 2014 hasta llegar a más de once millones en 2018.

En cuanto a las empresas de diseño asociadas a ACME, estas registraron unas ventas online por un total de 54,1 millones de euros en 2018, lo cual representa casi un 6% de la facturación total. En 2017, este porcentaje se situaba en un 5,1% y en un 4,3% en 2016.

A pesar de que el ecommerce va ganando peso a gran velocidad y genera más negocio cada año, todavía representa una cuota reducida sobre el volumen total del negocio de las compañías asociadas. La Encuesta sobre Equipamien-

to y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares, elaborada por el INE, indica que 11,3 millones de personas adquirió productos de equipamiento deportivo y moda de los 22,25 millones de personas que realizaron algún tipo de transacción en Internet en 2018. Por otra parte, según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (Cnmc), las prendas de vestir se mantienen como el bien más vendido en el comercio electrónico en moda. En total, el ecommerce de prendas de vestir superó los 2.000 millones de euros en 2018.

---

# Retos

---

---

**Distribución, digitalización, internacionalización, capacidad de gestión o acceso a la financiación son algunas de las palabras clave para el futuro de las empresas españolas de diseño de autor.**

---

**L**a economía global y la industria de la moda en particular se encuentran en una constante transformación. Los cambios en los hábitos de consumo, las coyunturas económicas y políticas, así como la digitalización imponen año a año nuevos deberes a las empresas, que deben adaptarse a un escenario cada vez más desafiante.

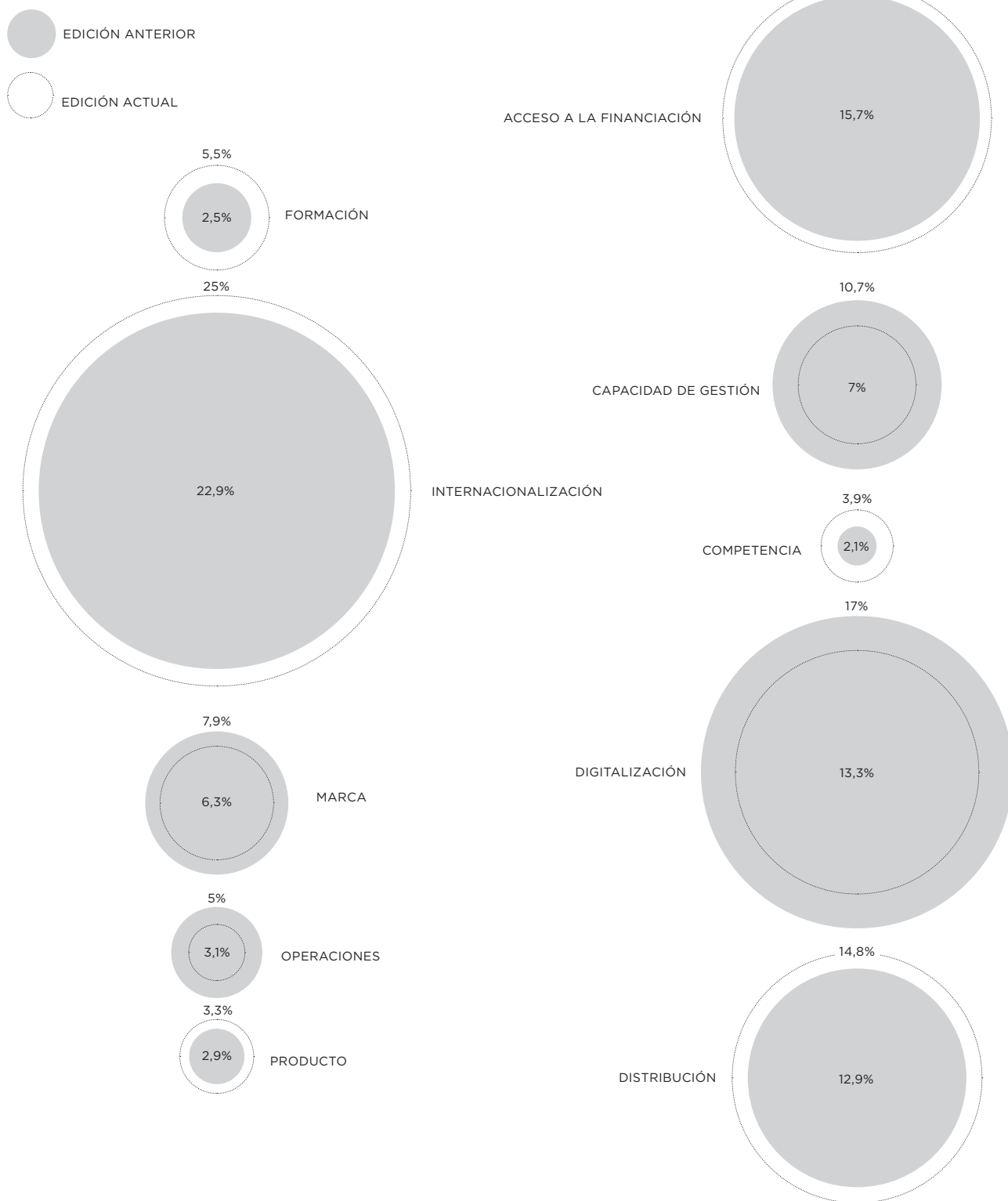
Durante las últimas décadas, el sector de la moda ha visto crecer a sus mayores operadores apoyándose en tendencias como el consumo *low cost*, el consumo *fast* y la cultura del usar y tirar. Pero lo cierto es que el consu-

midor ha hecho reaccionar a la moda en forma de sostenibilidad, lo cual plantea dudas sobre el modelo económico mundial. Poco a poco, la concienciación social ha ido al alza y la sostenibilidad se ha colado en la agenda política internacional y en la de los diferentes los sectores económicos.

Sin embargo, este no es el único desafío al que debe enfrentarse la moda. También la internacionalización, la capacidad de gestión, el auge del ecommerce y la distribución se han convertido en verdaderos retos para la toma de decisiones de las compañías de moda, que tie-



## RETOS DE LAS EMPRESAS ASOCIADAS A ACME



nen que adaptar sus sistemas de gestión y adoptar nuevos instrumentos de funcionamiento para sobrevivir.

Con la mirada en el futuro, ¿cuáles son para las empresas de diseño de moda los principales desafíos a los que se enfrentan? Entre un conjunto de diez retos propuestos, las empresas de diseño asociadas a ACME han vuelto a señalar un año más de forma conjunta a la internacionalización como el más importante, estando presente con un 25% del total de respuestas positivas, frente al 22,9% que representaba en 2017. Por otro lado, el acceso a la financiación supera a la digitalización como la segunda

preocupación más repetida con un 17,2% sobre el total, dos décimas más que en el ejercicio anterior. Como tercer desafío más repetido, la distribución copa un 14,8%. La digitalización, en cuarto lugar, representa un 13,3% del total de respuestas, frente al 17% que representaba en 2017.

La capacidad de gestión (7%), marca (6,3%), formación (5,5%), producto (3,9%) y operaciones (3,1%), aunque en menor medida, son otros de los ámbitos que también se encuentran entre los retos de futuro identificados por parte de las compañías asociadas a ACME.

---

# Metod

---

**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 2020, hace referencia a los datos de las empresas a cierre de 2018, 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 74 empresas que estaban asociadas a

ACME en 2020. Los datos expuestos en el presente documento hacen referencia a una parte, aunque muy sustancial, de la misma. En este sentido, en la cuarta edición de la encuesta de ACME a sus asociados sobre magnitudes económicas contó con la participación de 55 compañías, lo que supone una participación del 74,3% del total. No obstante, no existen datos de años anteriores de nuevos asociados, lo que no permite realizar una comparativa real de las magnitudes. La diversidad de empresas presentes en la asociación, desde grandes compañías de más de cien millones de

---

# ología

---

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 74 asociados totales representaría 938 millones de euros, de los cuales 26,8 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 356 millones. El empleo generado por las empresas españolas de

diseño de moda integradas en ACME se incrementaría hasta 19.354 puestos de trabajo, de los cuales unos 8.267 serían trabajadores directos. En cuanto a la producción, el conjunto de asociados estaría elaborando un total de 17,3 millones de prendas y complementos al año. Respecto a la distribución, la presencia nacional e internacional para el 100% de los asociados alcanzaría 24.073 puntos de venta. De igual forma, manteniendo la 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 54,1 millones de euros. •

# Sobre

## ASOCIADOS ACME

*Adolfo Domínguez*  
*Agatha Ruiz de la Prada*  
*Ailanto*  
*Alma Aguilar*  
*Amaya Arzuaga*  
*Ana Locking*  
*Ángel Schlesser*  
*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*

**L**a 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 Schlesser 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 internacional. Todos los años surgen nuevas iniciativas que po-

---

# ACME

---

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

*María Barros*  
*María Escoté*  
*Maria Ke Fisherman*  
*Maria 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 Stroat*  
*Tous*  
*Ulises Mérida*  
*Victorio & Lucchino*

---

nen 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), la Asociación de Expertos en Derecho de la Moda (AEDM), la Asociación Ibérica de Reciclajes Textiles (ASIR-TEX) y la Asociación de Moda Sostenible de España (AMSE).

# Junta d



**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.*



**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.*

# irectiva



**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".*



**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 Mumio. 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.*

# EL DISEÑO DE MODA ESPAÑOL, EN CIFRAS

---

RADIOGRAFÍA DE LA ASOCIACIÓN  
CREADORES DE MODA DE ESPAÑA

---

**acme**

ASOCIACIÓN CREADORES DE MODA DE ESPAÑA