

# Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina\_

Diagnóstico productivo e impacto económico basado en la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor 2016\_\_

287 EMPRESAS

## RESUMEN EJECUTIVO\_



Instituto Nacional de Tecnología Industrial



FUNDACIÓN PROTEJER

Las 287 empresas consideradas en este estudio constituyen unidades productivas que ejercen su actividad de manera regular produciendo bienes diferenciados con valor agregado dentro del rubro de la indumentaria urbana -tanto femenina como masculina-. Este segmento, que denominamos "Diseño de Indumentaria de Autor", genera verdaderas innovaciones en los productos a partir de la aplicación de grandes cuotas de creatividad en diferentes instancias del proceso proyectual y productivo, donde el uso intensivo de la mano de obra prevalece por sobre el uso intensivo de capital.

## Empresas por UBICACIÓN GEOGRÁFICA\_ Sector Federal

En la actualidad se registran **287 EMPRESAS** distribuidas por regiones a lo largo de todo el territorio nacional. El 70% de las empresas esta localizado en el interior del país, el 30% en CABA.

### NOA

Tucumán, Salta, Jujuy, Catamarca, y Santiago del Estero

17% de empresas\_

Tucumán 8,4%  
Salta 4,2%  
Jujuy 2,1%  
Santiago del Estero 2,1%  
Catamarca 0,7%

- ✓ 3,8% Producción anual (31.000 prendas)
- ✓ 4% Facturación anual
- ✓ 17% Empleo directo
- ✓ 7% Empleo Indirecto

### CUYO

Mendoza, San Luis, San Juan

9% de empresas\_

Mendoza 7%  
San Juan 1,7%  
San Luis 0,7%

- ✓ 3,7% Producción anual (30.000 prendas)
- ✓ 3,7% Facturación anual
- ✓ 7% Empleo directo
- ✓ 3% Empleo Indirecto

### PATAGONIA

Río Negro, Neuquén, Chubut y Tierra del Fuego

5% de empresas\_

Neuquén 1,7%  
Río Negro 1,4%  
Chubut 1,4%  
Tierra del Fuego 0,3%

- ✓ 1,1% Producción anual (9.000 prendas)
- ✓ 1,1% Facturación anual
- ✓ 3% Empleo directo
- ✓ 1% Empleo Indirecto

### NEA

Chaco, Corrientes, Formosa y Misiones

11% de empresas\_

Corrientes 4,2%  
Chaco 3,8%  
Formosa 1,7%  
Misiones 1,7%

- ✓ 3,5% Producción anual (28.500 prendas)
- ✓ 3,5% Facturación anual
- ✓ 11% Empleo directo
- ✓ 2% Empleo Indirecto

### CENTRO

Santa Fe, Córdoba, Entre Ríos y La Pampa

21% de empresas\_

Santa Fe 11,8%  
Córdoba 7,3%  
Entre Ríos 1,4%  
La Pampa 0,7%

- ✓ 5,6% Producción anual (45.500 prendas)
- ✓ 5,6% Facturación anual
- ✓ 18% Empleo directo
- ✓ 12% Empleo Indirecto

### PROVINCIA DE BUENOS AIRES

Capital Federal y Gran Buenos Aires

36% de empresas\_

Capital Federal 30%  
Prov. de Buenos Aires 6%

- ✓ 82,2% Producción anual (665.000 prendas)
- ✓ 82,1% Facturación anual
- ✓ 44% Empleo directo
- ✓ 74% Empleo Indirecto



## Perfil de las EMPRESAS\_

PRODUCCIÓN ANUAL (Periodo Marzo 2015-Marzo 2016)

809.000 PRENDAS

como complemento de colecciones, produce:

- 19.000 accesorios (bolsos, carteras, cinturones y sombreros)
- 6.000 productos de joyería y bijouterie
- 2.000 pares de calzado

El segmento se compone de empresas:



FACTURACIÓN ANUAL \$1.051.700.000

aprox. por la comercialización de prendas

LOS EMPRENDIMIENTOS OCUPAN 2.830 PERSONAS de manera directa e indirecta.

Hay EXPECTATIVAS POSITIVAS de incorporar un 10% más de personal.

- El 66% de las empresas SON UNIPERSONALES
- El 29% ocupa de 2 a 10 empleados, un 5% entre 11 y 50 empleados

EL 72% DE LAS EMPRESAS SON ADMINISTRADAS POR SUS »DUEÑOS«

## Perfil de los DISEÑADORES\_

- El 70% de los diseñadores emprende para tener LIBERTAD PARA CREAR

- El 80% de las empresas son conducidas por mujeres

- 40 años - es la edad promedio de los diseñadores

- El 47% de los diseñadores tiene FORMACIÓN UNIVERSITARIA

- El 63% estudio la carrera de diseño de indumentaria y textil, en carreras de grado universitario o terciario.

Como adquirió sus habilidades de emprendedor\_

Conocimiento personal. Autodidacta. EXPERIENCIA PROPIA



Asesoramiento externo



Formación formal. Universitario-Terciario



Entidades educativas



Redes informales



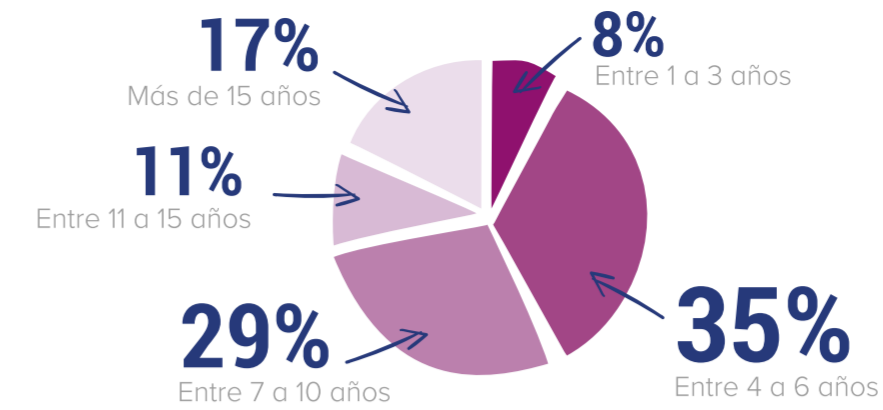
## Perfil de COLECCIONES y PRODUCTOS\_

- El 44% de las empresas diversifica su propuesta comercial expandiendo su familia de productos a otros rubros, como accesorios, calzado, joyería y bijouterie.

- El 75% de las firmas produce 2 colecciones por año -temporada otoño/invierno y primavera/verano

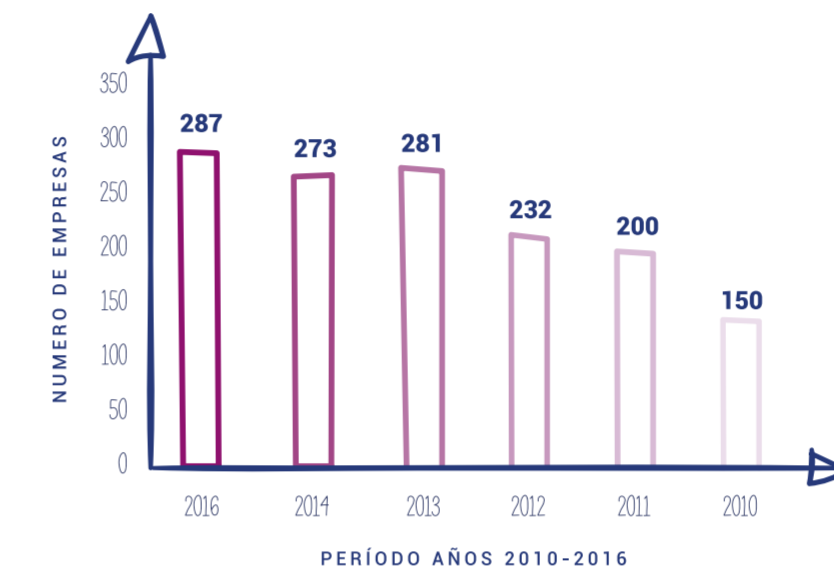
- De las empresas de diseño que logran producir una elevada cantidad de artículos diferentes, un 13% son aquellas que tienen más de 11 años de antigüedad en el mercado.

Antigüedad del emprendimiento\_



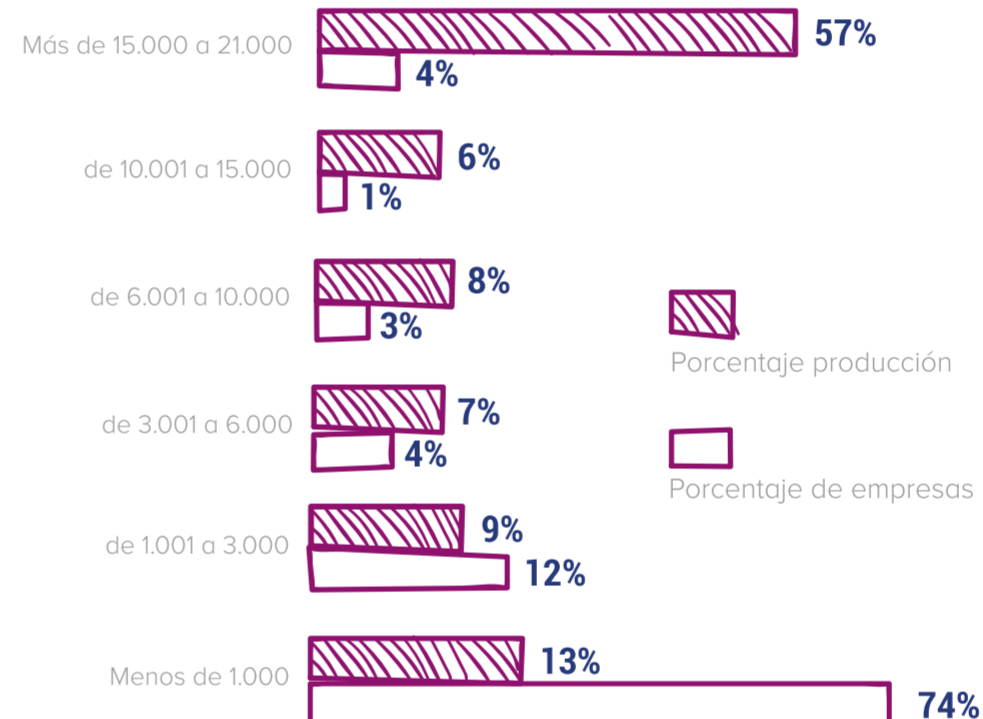
El 92% esta compuesto por empresas que tienen más de 4 años en el mercado, el 57% tiene más de 7 años en el mercado.

Evolución del universo de empresas relevadas por INTI Textiles\_



Distribución de las empresas\_

por cantidad de prendas producidas anualmente y la participación en la oferta anual de prendas

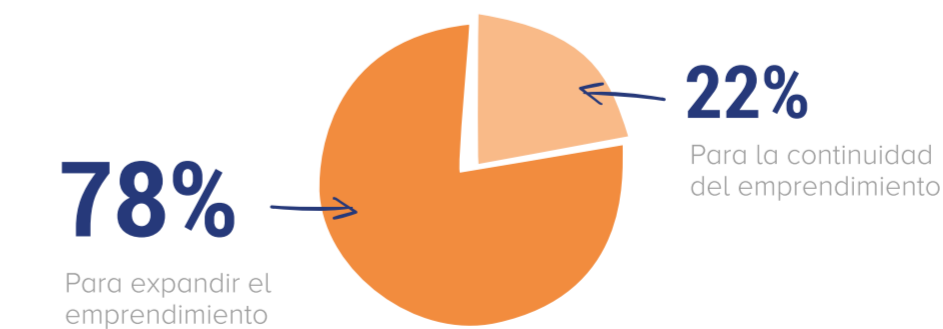


El 57% de la producción total de prendas se concentra en el 4% de las empresas, mientras que un 13% de la producción es abastecido por el 74% de las empresas.

## Financiamiento\_

El 79% de las empresas requiere financiamiento para su actividad.

Necesidades de Financiamiento\_



Principales Canales de financiamiento\_

utilizados regularmente por las empresas:

1. Reinversión de las ganancias del negocio
2. Ahorros o recursos propios
3. Proveedores
4. Créditos privados
5. Inversiones externas

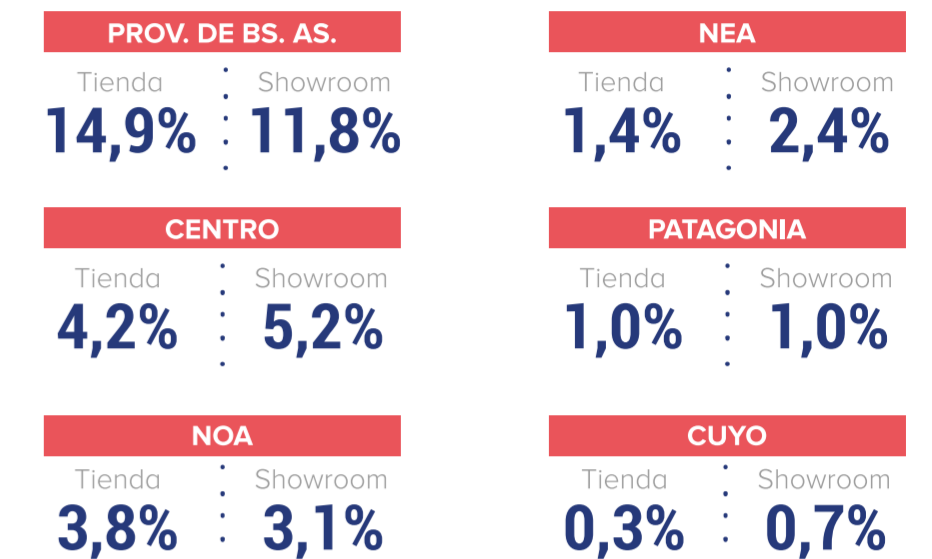
## Estrategia COMERCIAL y de COMUNICACIÓN\_

El 96% señala a las redes sociales como la principal plataforma para contactarse con los consumidores con muy poca o nula inversión.

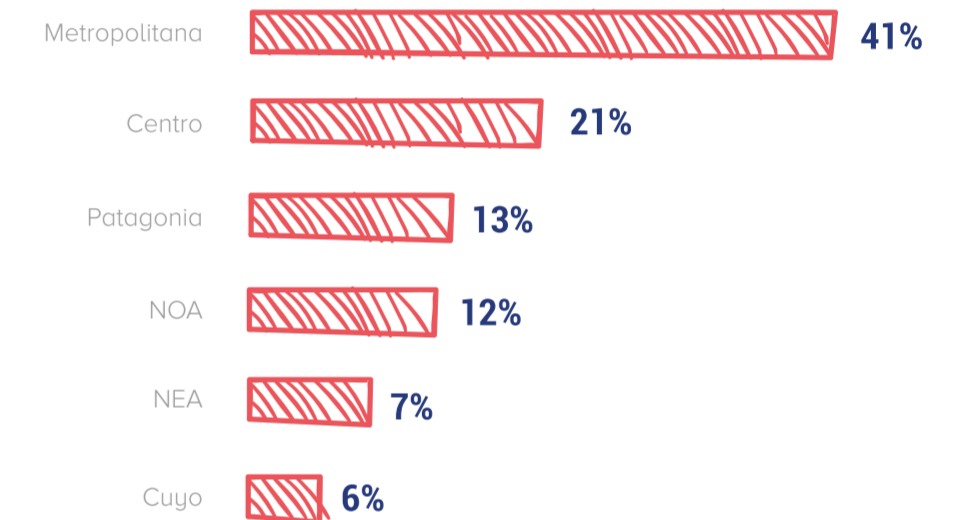
Circuitos de Diseño

El 26% de los emprendimientos tiene tienda de venta a la calle, el 24% tiene showroom.

Porcentaje de empresas con tienda propia y showroom por ubicación geográfica\_

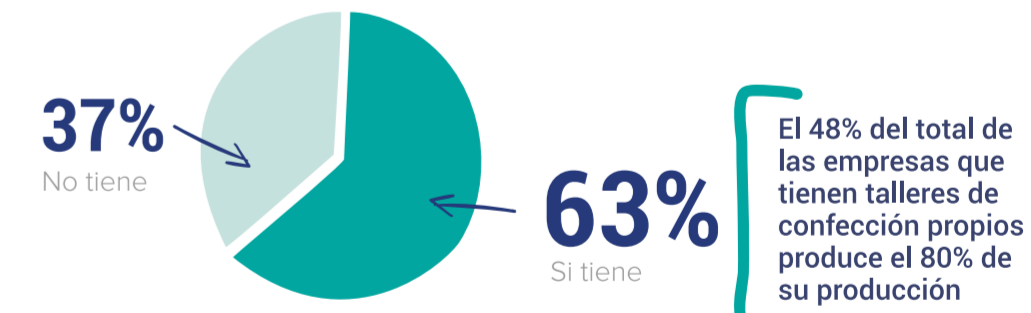


Porcentaje de empresas que emplean tiendas multimarca por región\_



La capacidad innovadora es sin lugar a dudas la característica más interesantes de este segmento. A pesar ello, la mayoría no participa activamente en el comercio internacional. Las principales desventajas de las micro, pequeñas y medianas empresas de diseño pasan por el acceso al financiamiento, señalado por el 36% de la muestra, le sigue en un 35% la Falta de conocimiento de la actividad exportadora, y un 32% los Proveedores (planes de pago a 30, 60 y 90 días).

Talleres de confección propios\_



La diversidad/variedad de productos, la calidad y la falta de stock son los problemas más frecuentes con los proveedores nacionales tanto de bienes -tejidos, avíos, entre otros- como de servicios -talleres de confección y estampación.

## Principales factores que frenan el desarrollo de las empresas\_

1. Escasez de personal calificado
2. Caída de las ventas
3. Incremento de costos
4. Dificultad en la obtención de financiamiento
5. Falta de difusión de su marca/productos

# ¿Cuál es la mejor decisión o estrategia que logró colaborar con el desarrollo de su empresa?

## **Emiliano Blanco y Camila Milessi, Kostúme**

"Sin dudas la mejor estrategia fue mantener en estos 16 años los conceptos fundacionales de la marca, más allá de algunos mínimos cambios de dirección que tienen que ver con cuestiones coyunturales y evoluciones propias de cada momento. Siempre tuvimos muy claro cómo y dónde queremos llegar con Kostúme. Mantenernos en esa senda fue la mejor decisión que pudimos tomar."

**Kostúme** | [www.kostumeweb.net](http://www.kostumeweb.net)

Ciudad de Buenos Aires  
» 16 años en el mercado  
» 33 colecciones  
» 1 local exclusivo en Palermo, Buenos Aires

## **Silvia Querede y Noemí Gómez, Quier**

"Haber desarrollado nuestra empresa en el plano de la sustentabilidad, reconociendo a la expresión de identidad regional como valor, así como también el empleo de criterios éticos en el diseño y la producción."

**Quier** | [www.quierweb.com](http://www.quierweb.com)

Rosario, Provincia de Santa Fé  
» 8 Años en el mercado  
» 15 colecciones  
» Seleccionada para integrar la delegación Argentina MICSUR Bogotá 2016

## **Mariana Dappiano**

"Decidir invertir en armar una estructura mayorista. Comenzar a trabajar sistematizando la información para poder diseñar y producir siguiendo estadísticas consolidadas. Incorporar asesoramiento económico-financiero."

**Mariana Dappiano** | [www.marianadappiano.com](http://www.marianadappiano.com)

Ciudad de Buenos Aires  
» 15 años en el mercado  
» 1 local exclusivo en Palermo Viejo. CABA

## **Gonzalo Villamax**

"Trabajar de forma colaborativa con diferentes diseñadores y/o artistas de todo el país. El intercambio de bienes, servicios e incluso saberes me ayudó a captar otros mercados y a potenciar mi pensamiento creativo, diseñar nuevos productos y sumar experiencia, sin dejar de lado mi propia búsqueda."

**Gonzalo Villamax** | [www.gonzalovillamax.com](http://www.gonzalovillamax.com)

San Miguel de Tucumán, Provincia de Tucumán  
» 7 años en el mercado  
» Obtuvo el Sello de BuenDiseño 2011/12/13/15/16  
» Premio Mejor producto de Provincia en la feria PuroDiseño 2016  
» Seleccionada para integrar la delegación Argentina MICSUR Bogotá 2016

## **Anabella Oviedo, Fluxus**

"Creo que fue una suma de ciertas acciones intuitivas de las cuales nunca nos alejamos. Escuchar y generar un ida y vuelta con nuestro usuario real, tener calidad en nuestras materias primas y utilizar los textiles más innovadores disponibles en el mercado. Capacitarnos constantemente y estar abiertos a todos los tipos de cambio, siendo especialmente flexibles y rápidos a la hora de rearmarnos en diferentes crisis para poder continuar."

**Fluxus** | [www.fluxus.com.ar](http://www.fluxus.com.ar)

Resistencia, Provincia de Chaco  
» 16 años en el mercado  
» Obtuvo el Sello de Buen Diseño en 2015  
» 1 local exclusivo en Resistencia, Chaco

## **Vero Alfie**

"Vero Alfie es una firma que trabaja con un equipo de diseñadores internos, en mi propia empresa. Nunca trabajé sola, ni lo sé hacer. Hoy gracias a esa decisión - hace ya 12 años - pudimos pasar de una primera colección de 50 modelos a 300 modelos. La única forma de crecer una marca es con mucha ayuda."

**Vero Alfie** | [www.veroalfie.com](http://www.veroalfie.com)

Capital Federal  
» 12 años en el mercado  
» 3 locales (Palermo, Paseo Alcorta y La Plata)  
» Vende a 50 multimarcas en el país y en Anthropologie (USA)

## **Ursula Bolcich, Uchi Bolcich**

"La mejor decisión de mi emprendimiento fue comunicar mi identidad. Soy nacida en San Carlos de Bariloche y elijo mi ciudad para vivir convencida de que es el lugar que más me inspira y quiero. La naturaleza del entorno, las formas y los colores de los paisajes, así como la arquitectura, son mi permanente estímulo."

**UchiBolcich** | [Facebook](https://www.facebook.com/UchiBolcich)/[UchiBolcich](https://www.facebook.com/UchiBolcich)

Bariloche, Río Negro  
» 6 años en el mercado

## **Juan Manuel Alzamora, Vida de Perros**

"Tengo un proyecto de diseño integral, más abarcativo. Además de mi marca, brindo servicios de diseño y producto terminado para terceros. El modelo del diseñador trabajando para su propia marca no me dio la rentabilidad necesaria para sostener mi estructura. Cada cliente satisfecho se multiplica por 10, cada día tengo más trabajo y en ningún momento siento que estoy haciendo otro trabajo que no sea el de diseñador."

**Vida de Perros** | [www.vidadeporros.net](http://www.vidadeporros.net)

San Juan  
» 15 años en el mercado

## **Carla Gryb, KaluGryb**

"Nuestra participación en ferias internacionales atrajo nuevas propuestas de plataformas de promoción y venta en el exterior; la última exposición en la que participamos fue la feria White Milano, con el fin de crear una conexión con compradores mayoristas potenciales, de la cual tuvimos buenos resultados."

**Kalu Gryb** | [www.kalugryb.com](http://www.kalugryb.com)

Resistencia, Chaco  
» 4 años en el mercado

## **Patricia Piccardo, Maloca**

"La coherencia entre los valores de la empresa y el desarrollo del Plan de Marketing y Comunicación, nos permitió un posicionamiento sólido en un nicho específico como promotores del Comercio Justo y la transparencia productiva con predominio de fibras camélidas en los textiles producidos. Creemos fundamental reflejar la identidad de la marca en cada producto o servicio brindado teniendo como eje transversal la sustentabilidad."

**Maloca** | [www.malocamaloca.com.ar](http://www.malocamaloca.com.ar)

Salta Capital  
» 5 años en el mercado  
» 1 local  
» En 2013, fue seleccionada por la organización YBI (Youth Business International) para ir a Londres al Global Youth Entrepreneurship Summit y elegidos a nivel mundial como un caso a difundir

## **Carola Besasso, DAM**

"Decidí compartir la tienda con una diseñadora de calzado para achicar significativamente los gastos fijos. A la vez, producir toda la ropa con mis propias manos, junto a la costurera, profundizando así la identidad artesanal de DAM, algo que el cliente lee perfectamente y reconoce como valor agregado."

**DAM** | [Facebook](https://www.facebook.com/DAMboutique)/[DAM boutique](https://www.facebook.com/DAMboutique)

CABA  
» 18 años en el mercado  
» 1 local en Palermo

## **Luz Arpajou y María Laura Leiva, Abre Indumento**

"Alquilar nuestro local en Buenos Aires fue una estrategia que nos ayudó a fusionar todo: el espacio de venta con el taller, un lugar de reuniones, eventos, cursos. Así, visibilizamos el proceso productivo para que el cliente pueda ver de donde proviene la prenda."

**Abre Indumento** | [www.abreindumento.com.ar](http://www.abreindumento.com.ar)

Neuquén / Buenos Aires  
» 3 años en el Mercado  
» 1 local en Palermo

## **María Emilia Velasco, Velasco**

"Trabajamos con una agenda anual, un calendario listo y afilado con las fechas de compra, de producción, fotos y eventos ordenado por meses y a la vista."

**Velasco** | [Facebook](https://www.facebook.com/Velasco)/[Velasco](https://www.facebook.com/Velasco)

Resistencia, Provincia de Chaco  
» 5 años en el mercado  
» Desde el 2015, es parte de GEN GRUPO EXPORTADOR junto a 7 marcas chaqueñas de diseño y producción de indumentaria, apoyado por la Agencia de Inversiones y Comercio Internacional, Fundación ICBC e INTI  
» Obtuvo el Sello del Buen Diseño en 2016

# Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina

## Diagnóstico productivo e impacto económico basado en la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor 2016.

Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina 2016 es una investigación del Observatorio de Tendencias del Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) y la Fundación Pro Tejer. El estudio se basa en un diagnóstico productivo que mide el impacto real en la economía nacional de las micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción y comercialización de bienes diferenciados en la industria de Indumentaria.

Los datos cuantitativos y cualitativos provienen del relevamiento sistemático que el equipo realiza –cada 2 años– a través de la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor (ENDIA).

El relevamiento ENDIA 2016 se realizó entre marzo de 2015 y marzo de 2016. La encuesta fue procesada sobre un universo de 287 empresas que fueron seleccionadas en base a variables cuantitativas y cualitativas. El relevamiento se focalizó en las micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción y comercialización de bienes con más de 1 año de permanencia en el mercado.

Entre las variables cualitativas, destacamos la innovación, con la aplicación de grandes cuotas de creatividad en diferentes instancias del proceso proyectual y productivo. La originalidad de las prendas, que no siguen las tendencias de temporada impuestas por mercados internacionales y el alto valor simbólico de los bienes que comunican una identidad propia del entorno geográfico, productivo y cultural.

## Las empresas de diseño de indumentaria de autor.

En el año 2010 el Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI), en conjunto con la Fundación Pro Tejer, realizaron la primera medición del sector de diseño de indumentaria de autor en nuestro país. Desde entonces, año tras año, el análisis de este segmento se ha vuelto más preciso y minucioso. El contacto con diseñadores nos ha ayudado a identificar las problemáticas productivas actuales así como también conocer las estrategias que desarrollan para ser sostenibles económicamente.

El emprendedorismo de diseño combina la creatividad y la administración del negocio con las características propias de la industria de la moda. Es esencial comprender la naturaleza del emprendedor como impulsor de innovación, fuente de creatividad, conocimiento y crecimiento económico. Las empresas de diseño generan autoempleo, refuerzan las identidades de las regiones y, en simultáneo, contribuyen de manera significativa a generar valor y competitividad en nuestra industria.

A partir de la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor 2016 es posible dar cuenta de la federalización creciente de las empresas ya que en la actualidad el 70% de los emprendimientos se localizan en el interior del país.

En esta edición hacemos foco en la viabilidad en el tiempo de los emprendimientos: el 92% son empresas que tienen más de 4 años en el mercado y el 57% más de 7 años. Manejar un negocio de manera sostenida en la industria textil e indumentaria puede ser más complejo de lo que uno imagina. Las empresas deben hacer frente a las limitaciones de recursos: volúmenes reducidos de inversión y un presupuesto ajustado, aspectos que obligan a los diseñadores a trabajar duramente en un mercado cada vez más competitivo. Por su particularidad, el desafío es adaptar soportes ya existentes y recursos acorde a las necesidades.

La correcta caracterización de las micro, pequeñas y medianas empresas dedicadas a la producción y comercialización de bienes diferenciados en la industria de la indumentaria es un insumo clave para la toma de decisiones de empresas y diseñadores, así como también para direccionar la política pública en su afán de fomentar el sector, facilitar su crecimiento y aumentar su valor.

Esta publicación celebra las 5 ediciones de la Encuesta Nacional de Diseño de Indumentaria de Autor en Argentina y los 15 años de apoyo sistemático que venimos brindamos desde el Centro Textiles a la innovación y el diseño en nuestro país.

Por Ing. Patricia Marino  
Profesional Consulto INTI

Ex Directora del Centro de Investigación y Desarrollo del Instituto Nacional de Tecnología Textil (INTI Textiles)

-  
Descargá el Informe completo en <http://www.inti.gov.ar/textiles/>