

## I Plan Estratégico de la Moda para promover su potencialidad bajo la marca ‘Granada es moda’

El proyecto analiza la situación actual y establece los ejes para transformar el talento granadino en una industria competitiva y sostenible

---

martes 07 de abril 2026

---



La Diputación de Granada ha presentado el primer Plan Estratégico de la Moda de Granada 2026-2030, una hoja de ruta destinada a profesionalizar, estructurar y proyectar el sector bajo la marca ‘Granada es Moda’, con el objetivo de consolidar su identidad y posicionarlo como un referente creativo y económico. El plan analiza la situación actual y establece los ejes para transformar el talento granadino en una industria competitiva y sostenible.

El diputado de Fondos Europeos, Desarrollo, Industria y Empleo, Antonio Díaz, que ha estado acompañado en la presentación por la redactora del plan, Maripi Robles, y la presidenta del sector de la moda en la provincia, María Soto, ha indicado que “desde la Diputación tenemos claro que la moda no es solo estética o cultura, es un sector estratégico capaz de generar riqueza, empleo y fijar población en nuestro territorio. Este documento no nace en un despacho, es el fruto de un proceso de escucha real al sector para revertir su fragmentación y dotarlo de las herramientas necesarias para que Granada exporte su creatividad al mundo entero”.

Por su parte, María Soto, presidenta de la Asociación de la Moda de Granada, ha “agradecido” el apoyo de la Diputación “a un proyecto que era muy necesario en nuestra provincia y que es una gran oportunidad para todos los que amamos el mundo de la moda y la artesanía, ya que necesitábamos unificar esfuerzos y que Granada tuviese una asociación que fuese un referente para diseñadores noveles y para diseñadores ya consagrados”.

Para dar respuesta a las necesidades planteadas por el sector, el Plan se articula en cuatro líneas de actuación que buscan abordar de forma integral los principales retos detectados. En primer lugar, se apuesta por el refuerzo de la formación técnica y la capacitación en gestión empresarial, así como por la consolidación de una red sectorial que favorezca la colaboración entre profesionales. Asimismo, se plantea impulsar la presencia de la moda granadina en pasarelas y mercados tanto nacionales como internacionales, con el fin de aumentar su visibilidad y proyección exterior.

El Plan también incorpora una clara orientación hacia la sostenibilidad, promoviendo el ecodiseño y la obtención de certificaciones ambientales, con el objetivo de que al menos el 20% de las empresas del sector cuenten con estas acreditaciones en el horizonte de 2030. Por último, se contempla el desarrollo de una marca promocional única, “Granada es Moda”, acompañada de una estrategia de comunicación integral que permita reforzar la identidad del sector y mejorar su posicionamiento.

### **El sector de la moda de Granada en cifras**

El diagnóstico realizado revela que el ecosistema de la moda en Granada es mucho más amplio de lo que habitualmente se percibe. El sector no solo abarca a diseñadores, sino que incluye a modistas, talleres de confección, patronistas, bordadores, artesanos, joyería, calzado, fotografía, formación y comunicación.

Se estima que el sector genera entre 60 y 80 millones de euros anuales en la provincia y abarca entre 450 y 700 empresas y profesionales vinculados directamente, cifra que supera el millar si se incluyen actividades auxiliares y unidades de producción no formalizadas. Es relevante el hecho de que más del 90% son microempresas o autónomos, con una fuerte presencia de empleo femenino y juvenil, y un papel vital en el entorno rural.

El Plan reconoce que la provincia combina una tradición artesanal única (como los telares de la Alpujarra o los bordados de Loja) con una vanguardia creativa de proyección internacional.

Para su realización el plan ha contado con las aportaciones de 128 profesionales del sector que mediante una encuesta han indicado que el principal reto no es la falta de talento, sino la falta de visibilidad y estructura. Un 63% de los profesionales señala la visibilidad y promoción de marca como su prioridad absoluta. El 82% consideraba urgente la creación de una asociación que

representara sus intereses y el 90% de los profesionales consultados han manifestado su interés en adherirse a ella. También existe una demanda real de formación en gestión empresarial, digitalización y técnicas artesanales.

### **Constitución de la Asociación Moda Granada**

Como primer paso ejecutivo del plan, hoy se ha firmado el acta de constitución de la Asociación Moda Granada, que servirá como interlocutor ante las administraciones y motor de las acciones conjuntas.

### **Video Lse**

