

Análisis del sector de la moda

MARINA CASTRO DEVESA*

La industria de la moda en España presenta una favorable evolución basada en un gran dinamismo empresarial y en unas ventajas competitivas que le aseguran una mayor presencia en los mercados internacionales. Este artículo analiza la producción, el empleo y el comercio exterior del sector en los últimos años.

Palabras clave: industria textil, industria de la moda, comercio exterior, España.

Clasificación JEL: L67.

1. Introducción

La moda es un sector que crea imagen de país e influye favorablemente en otros sectores económicos. Una imagen de país sólida es capaz de dar soporte a las exportaciones de bienes y servicios y al mismo tiempo atraer inversiones extranjeras. Dicho sector engloba infinidad de actividades, de productos, de ideas; definir el sector en unas palabras roza la imposibilidad debido a su alcance ya que engloba desde el sector textil y de confección, al del calzado, el de la marroquinería, la bisutería y así hasta un largo etcétera, pero lo que bien sabemos es que, sobre todo, cuando se piensa en moda, pensamos en prendas de vestir y por ello este artículo tendrá como eje básico de análisis el sector textil y de confección. El conjunto textil está formado por una serie de procesos interrelacionados que comprenden la fabricación de fibras químicas, el textil de cabecera (hilados, tejidos y acabados), el género de punto y, finalmente, la confección. La producción del sector incluye también artículos de vestuario para el hábitat (hogar/decoración) y para usos industriales.

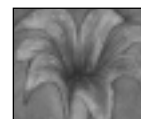
Dentro del sector textil de prendas de vestir hay que tener en cuenta varios factores: a) si es confección textil/ género de punto; b) el público

al que va dirigida la línea de hombre/mujer/niño; y c), el producto en concreto dentro de la amplia gama de productos.

Cabe destacar entre las claves del éxito de dicha industria en nuestro país, la calidad y el buen precio, el enorme potencial creativo, la innovación en la producción y la venta de moda, el excelente desarrollo e implantación nacional e internacional y la especialización del producto para cada tipo de público.

2. Situación actual del sector

El sector español de la confección se encuentra en una fase de constante adaptación. En este momento camina hacia una mayor innovación y flexibilidad del producto y busca oportunidades en los mercados exteriores. Así, el Gobierno presentó, recientemente, el Plan Global de la Moda que tiene como objetivo potenciar la imagen de la moda española y su capacidad exportadora en los principales mercados internacionales. Cuenta con un proyecto de promoción exterior de la moda llamado *España Moda* con un total de 17 actuaciones en 10 países prioritarios. El presupuesto con el que se presenta el Plan Global es de 48 millones de euros y en él están implicados el Ministerio de Economía, el Ministerio de Ciencia y Tecnología y el de Educación, Cultura y Deporte.



COLABORACIONES

* Economista.

CUADRO 1 POBLACION OCUPADA 2000/2001			
	2000	2001	Tasa de variación
Textil	94.960	93.290	-1,8
Confección.....	178.215	180.510	1,3
Fibras químicas.....	5.050	4.100	-18,8
Total	278.225	277.900	-0,1

Fuente: Centro de Información Textil y Confección (CITYC).

El sector de la moda ocupa un lugar preferente en la economía española, aunque el textil y la confección vayan perdiendo peso, dentro de la estructura industrial española. El volumen de producción apenas ha evolucionado en los últimos tres años, a pesar del ligero aumento de personas ocupadas.

El sector textil/confección se ha comportado, durante el año 2001, de un modo variable; por un lado, hay que destacar la estabilidad del primer semestre como resultado de la favorable evolución de la demanda exterior que consiguió compensar el menor crecimiento del mercado interior, afectado por la disminución del consumo y, por otro lado, en la segunda mitad del año tuvo un carácter notablemente negativo en el mercado interior a pesar de la continua mejora del mercado exterior.

Según el Informe del Sector Textil/Confección en España del Centro de Información Textil y de Confección (Cityc), la aportación en el año 2001 del sector textil y de la confección al Producto Industrial fue, aproximadamente, el 6 por 100 (en 2000 fue el 5 por 100) y el 1 por 100 al Producto Interior Bruto (PIB), (en 2000 el 1,64 por 100). En cuestión de empleo, el sector textil y de confección proporcionó trabajo directo en 2001 a unas 277.000 personas, lo que representa algo más del 9 por 100 del empleo industrial y el 2 por 100 del empleo total (Cuadro 1). Junto a esto cabe destacar la mejora en cuanto a la cualificación de la mano de obra y la alta integración de mano de obra femenina. El sector español ocupa a un 11,3 por 100 del empleo total en la industria textil de la Unión Europea, porcentaje bastante alto ya que supera la media de empleo del sector en la UE aunque registra cierta similitud con los parámetros del sur de Europa donde el textil es uno de los sectores de más peso económico.

Hemos de destacar que junto al textil hay otros sectores relacionados con el mismo, como el de suministradores directos, el de productos quími-

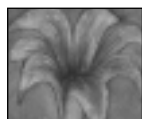
CUADRO 2 DISTRIBUCION DEL EMPLEO DEL SECTOR TEXTIL CONFECCION POR CC.AA.		
Comunidad Autónoma	Textil/Confección	Total Industria
Andalucía.....	21.700	318.400
Aragón	6.900	125.500
Asturias.....	1.600	72.800
Baleares	900	30.200
Canarias.....	500	45.500
Cantabria.....	1.200	40.700
Castilla-La Mancha.....	26.200	127.300
Castilla y León.....	8.800	182.400
Cataluña.....	102.600	768.100
Comunidad Valenciana	45.600	415.500
Extremadura	4.400	43.900
Galicia.....	25.500	210.300
Madrid.....	20.100	352.800
Murcia.....	3.500	71.800
Navarra.....	2.300	63.000
Pais Vasco	2.700	196.700
La Rioja.....	2.000	29.900
Total España	276.500	3.153.400

Fuente: Centro de Información Textil y Confección (CITYC) e Instituto Nacional de Estadística (INE).

cos, y los considerados auxiliares como el de constructores de maquinaria que dan empleo a unas 10.000 personas que dependen del textil o el de la distribución comercial que cuenta con 20.000 empleos indirectos concentrándose la mayor parte de estos en los 70.000 comercios minoristas existentes en nuestro país y que en la actualidad constituye el canal con mayor presencia dentro de este sector.

La actividad empresarial textil se concentra, sobre todo, en Cataluña y en la Comunidad Valenciana que emplea a dos tercios del total del sector (Cuadro 2). En la Comunidad Valenciana domina la implantación de la industria textil-hogar.

Por otra parte, *la confección*, se ha concentrado en Madrid, Barcelona y Valencia en relación al mercado y, en cuanto a mano de obra, en Andalucía, Galicia y Castilla-La Mancha, por lo que podemos deducir que la estructura industrial del sector está muy atomizada. Está compuesta mayoritariamente por un 70 por 100 de Pymes con una media de 34 trabajadores, citando como dato curioso que sólo el 0,2 por 100 de las empresas tienen en su plantilla más de 500 empleados. Se trata, sobre todo, de empresas familiares donde la inversión extranjera es prácticamente inexistente. El predominio de las Pymes en este sector se debe a la flexibilidad característica con que se adaptan a la evolución del mercado. Cabría destacar, también, el alto grado de especialización



COLABORACIONES

CUADRO 3 SITUACION DEL SECTOR EN EL AÑO 2001						
	Fibras químicas	Textil	Género punto	Confección	Total	% Industria
Empresas.....	11	2.250	815	4.500	7.576	—
Empleo.....	4.100	90.290	26.800	155.300	276.490	—
Producción.....	825	1.965	1.952	890	14.666	—
Valor añadido.....	285	1.950	815	3.100	6.151	5,8

Fuente: Centro de Información Textil y Confección (CITYC).

CUADRO 4 EVOLUCION DE LA PRODUCCION Y EL CONSUMO (Millones €)						
	PRODUCCION			CONSUMO APARENTE		
	2000	2001	Tasa variación	2000	2001	Tasa variación
Textil.....	5.782	5.665	-2,0	6.087	5.872	-3,5
Confección.....	8.550	8.574	0,3	10.247	10.522	2,7
Fibras Químicas.....	421	412	-2,1	502	412	-18,0
TOTAL.....	14.753	14.651	-0,7	16.836	16.806	-0,2

Fuente: Centro de Información Textil y Confección (CITYC).

de las mismas que en su mayor parte sólo desarrollan una fase del proceso.

El sector textil-confección español representa el 9 por 100 de la producción total de la Unión Europea y junto al porcentaje de empleo se encuentra entre los principales productores de la UE, después de Italia, Alemania, Francia, y Reino Unido.

La recuperación de la demanda exterior y el mantenimiento del buen tono del mercado interno, han influido favorablemente en la producción que ha aumentado un 3 por 100 en términos reales, compensando la recesión anterior. Sin embargo, los problemas más importantes para las empresas han venido por los costes de producción: a) encarecimiento de las materias primas; b) costes energéticos más altos (gas); y c) fin del descenso de los tipos de interés que han hecho que las empresas sólo puedan repercutir mínimamente estos mayores costes en sus precios de venta, debido a la presión competitiva que existe en el sector.

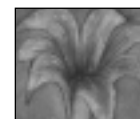
En cambio, en el ejercicio del año 2001 la producción del sector ha retrocedido en un 1,5 por 100 en términos reales con un empleo casi estable, contando con una producción para dicho año 2001 de 14.651 millones de euros y algo más de 6.000 millones de valor añadido. Según el Centro de Información Textil y de Confección, las tensiones inflacionistas han remitido, en especial con relación a las fibras y a la energía, afectadas ambas por la desaceleración de la demanda mundial y de los precios del petróleo, aunque se mantienen los pro-

blemas empresariales derivados del desfase entre los precios de venta y los aumentos de costes.

3. Comercio exterior

Nuestro país se consolida como uno de los destinos más atractivos para las empresas de moda internacionales.

Según un estudio sectorial del Ministerio de Ciencia y Tecnología, las empresas españolas del sector han pasado de tener un *esfuerzo exportador* (exportación/producción) del 8,5 por 100 en el año 1990 al 38 por 100 actual. El peso de las exportaciones sobre la producción no deja de incrementarse lo que ha supuesto un aumento del 14 por 100 respecto al año anterior. El sector textil y de confección ha sido capaz de multiplicar por cinco las exportaciones desde 1990 hasta alcanzar en 2001 la cifra de casi 6.000 millones de euros, un billón de pesetas, lo que significa que un 40 por 100 de la producción va destinado al mercado exterior con una tasa de cobertura del 72 por 100. Las dos terceras partes de las exportaciones se dirigieron a la UE. El crecimiento que se está observando es también consecuencia de la gran inversión efectuada por nuestras empresas en la última década en tecnología e I + D, formación, marketing y creación de marcas. Entre los factores que han impulsado las exportaciones en los últimos años destacan la mejora del mercado europeo y la superación de la crisis del Lejano Oriente y Sudamérica.



COLABORACIONES

CUADRO 5 EXPORTACIONES POR EMPLEADO	
Pais	(euros/empleado) 2000
Bélgica	171.573
Alemania.....	71.900
Francia	46.795
Italia	40.847
Reino Unido	25.113
Grecia	24.402
Portugal	16.889
España	15.351
Media UE	43.887

Fuente: Centro de Información Textil y Confección (CITYC).

CUADRO 6 EVOLUCION DE LAS EXPORTACIONES				
	1998	1999	2000	2001
Producción.....	14.531	14.677	14.753	14.651
Exportación.....	4.518	4.778	5.476	5.875
Esfuerzo exportador	31%	32.5%	37%	40%

Fuente: Centro de Información Textil y Confección (CITYC).

La entrada en la Unión Europea facilitó la incorporación de las empresas españolas al mercado mundial de artículos textiles y de confección. Este hecho queda reflejado en la evolución de las exportaciones (Cuadro 6) que año tras año han ido aumentando. También han sido notables los esfuerzos inversores por parte de las empresas en modernización y adecuación a la nueva demanda alcanzando los 6.000 millones de €.

Con todo lo señalado anteriormente, podemos concluir que disponemos de un sector dinámico, basado, sobre todo, en la importancia de las exportaciones de tejidos con un total de 1.463 millones de € que han logrado una balanza comercial positiva así como en las exportaciones de artículos de punto por un valor de 1.270 millones de € y confección con 660 millones de € cuyo crecimiento es consecuencia de la expansión que han logrado las empresas que disponen de redes de distribución propias.

Por otro lado, las importaciones han aumentado en un 10 por 100, con un mayor porcentaje de crecimiento en las compras de prendas de vestir con un 19 por 100 frente a las compras de fibras e hilados y tejidos. La apertura del mercado ha provocado un fuerte crecimiento de las importaciones pasando de 2.404 millones de € en 1990 a 8.030 millones de € en el año 2001.

La *tasa de penetración de las manufacturas extranjeras* (importaciones/consumo) ha pasado del 14 al 45 por 100 de 1990 al año 2001. Este aumento notable de las importaciones de materias primas es fruto de las mayores compras exteriores acompañadas de un fuerte aumento de precios. Este incremento de los precios está influenciado por la tendencia al alza de los mercados internacionales de fibras naturales y químicas, impulsados por la fortaleza del dólar, moneda referente en los mercados mundiales.

Este incremento de manufacturas importadas, hace que la balanza comercial haya pasado a ser deficitaria alcanzando 2.239 millones de € de los que un 75 por 100 corresponden a prendas de vestir.

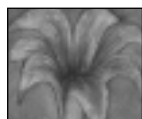
Según información facilitada por el ICEX, desde la perspectiva de cuáles son nuestros principales clientes y suministradores hemos de volver la vista atrás ya que cuando España en 1986 accede a la CEE se incrementan de tal modo los lazos comerciales entre todos los países comunitarios que la Unión Europea es en la actualidad el principal cliente de nuestras exportaciones al mismo tiempo que ocupa también el primer escalón de los suministradores con un 60 por 100 de nuestras importaciones.

Los países pertenecientes a la UE percibieron el 65 por 100 del total exportado por el textil español en 2001, porcentaje algo menor respecto a años anteriores, lo que significa que cada vez se están diversificando más las exportaciones hacia otras zonas como el Lejano Oriente, América del Sur y Centroamérica destacando el crecimiento registrado en México. Las empresas del sector son conscientes de que las oportunidades de expansión y crecimiento internacional se encuentran en los mercados extra-comunitarios.

También hemos de destacar los países de la cuenca mediterránea por las relaciones de subcontratación que nos vinculan con Marruecos y Túnez, y añadir el interés por potenciar futuras relaciones con los demás países mediterráneos.

Francia y Portugal siguen siendo los principales clientes, en concreto, en lo que se refiere a prendas confeccionadas, aunque con una disminución en la cuota, seguidos de cerca por Italia. También hay que destacar el crecimiento registrado en Arabia Saudí como cliente de prendas confeccionadas.

Por lo que respecta a nuestros suministradores, después de la Unión Europea, el Lejano Oriente



COLABORACIONES

CUADRO 7 EXPORTACIONES MENOS IMPORTACIONES (Millones €)		
	1990	2001
Fibras	-123	-85
Helados	-6	-209
Tejidos	-171	+211
Otras manufacturas	-151	-303
Género de punto	-169	-874
Confección	-421	-979
Total balanza comercial	-1.034	-2.239
Tasa de cobertura	68,5%	72%

Fuente: Centro de Información Textil y Confección (Cityc).

CUADRO 8 COMERCIO EXTERIOR CON LA UE EN 2001					
	Importaciones	Tasa variación 2001/2000	Exportaciones	Tasa variación 2001/2000	Saldo
Textil	2.124	1,7	1.957	4,6	-167
Confección	2.060	11,3	1.745	10,7	-315
Total	4.184	6,2	3.702	7,4	-482
Fibras Químicas	111	-34,7	139	-1,4	28
Total	4.295	4,5	3.841	7,1	-454

Fuente: Centro de Información Textil y Confección (Cityc).

registra un cuarto del total importado. Destacable también el papel de China, y más modesta la posición de los países mediterráneos.

4. Conclusión

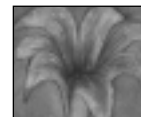
El sector textil y confección español triunfa dentro y fuera de nuestras fronteras. En la última década, el comercio español de este sector se ha visto impulsado por la presencia cada vez más activa de la distribución organizada, y también por los importantes cambios que se han producido como consecuencia de la globalización económica, la supresión de barreras económicas, la aparición en el mercado de grandes líderes comerciales y la unificación de los gustos entre los países. Por otro lado, la creciente internacionalización de las empresas, unas, localizando fábricas propias o mediante *joint ventures* en terceros países y, otras, subcontratando actividades concretas o bien importando produc-

tos ya acabados en terceros países han conseguido abaratar los costes laborales y aumentar la flexibilidad.

El cambio en la distribución ha sido de todo punto necesario ya que las empresas debían adaptarse a los cambios de moda ofreciendo productos de calidad a precios competitivos y para ello flexibilizaron sus procesos de producción, almacenaje y distribución. Las empresas han creado sus propios canales entrando a formar parte de cada una de las etapas del proceso, desde el diseño, la fabricación, las campañas de marketing, etcétera, hasta la forma de hacer llegar las prendas acabadas al consumidor. Paralelamente se ha producido una disminución de las minoristas independientes a favor de las cadenas de franquicia y sucursales.

En el marco comunitario, uno de los objetivos de España durante su presidencia al frente de la Unión Europea era la consolidación y perfeccionamiento de la llamada zona euro-mediterránea. La evolución en las relaciones de la industria europea del textil y confección ha sido favorable con los países mediterráneos, llegándose a desarrollar acuerdos preferenciales por parte de la Unión Europea que han dado como resultado la obtención de un espacio productivo y de consumo, muy útil para los países miembros, junto con medidas para eliminar barreras comerciales que faciliten las relaciones.

Es evidente el potencial, la capacidad y el talento que existe en la industria textil y de confección para obtener los resultados mostrados ya que son capaces de investigar, desarrollar, producir y comercializar. Siguiendo este camino, se conseguirá desarrollar el tejido empresarial español, impulsando la internacionalización de las empresas, desarrollando la imagen de marca de España como creadora de moda, apoyada por empresas líderes que impulsan la industria y mejoran los planes de exportación.



COLABORACIONES



INFORMACIÓN COMERCIAL ESPAÑOLA en INTERNET



www.revistasICE.com