

El sector textil-confección español: situación actual y perspectivas

JUAN CANALS OLIVA*

En este artículo se analiza brevemente la situación actual del sector textil-confección en España. La capacidad de adaptación a nuevas circunstancias comerciales así como los ajustes llevados a cabo han potenciado un sector que en este momento lucha por mantener su posicionamiento ante una fuerte competencia tanto interna como externa. Los retos que se plantean requieren esfuerzos de todos los agentes económicos implicados para llevarlos a buen término.

Palabras clave: importaciones, exportaciones, distribución comercial, sector textil-confección, competencia.

Clasificación JEL: L67.

1. Introducción

Los cambios que se van produciendo en la realidad económica internacional, derivados de la mayor intensidad de la globalización, internacionalización e interdependencia económica, unidos a procesos de mayor liberalización, provocan la transformación y adaptación de nuestro sector, así como el de los principales países desarrollados. El sector textil se considera una actividad de las denominadas *maduras*, y sin embargo está demostrando una alta capacidad de innovación y de avance tanto a los cambios de temporada, como a las modificaciones funcionales y estéticas requeridas por la evolución cultural y, especialmente por la presión de consumidores exigentes y la penetración de nuevos competidores, por lo que la apuesta por la innovación continua que hace el sector tiene un carácter estable y una dimensión estratégica.

Los países que inician su proceso de industrialización, especialmente los que cuentan con mano de obra abundante apuestan explícitamente por el textil-confección que también fue protagonista de la

primera revolución industrial en Europa. El proceso actual tiene algunas diferencias importantes que determinan la naturaleza e intensidad de competencia en curso. Entre otras pueden mencionarse cuatro.

La primera es que, al contrario del siglo XIX ahora ya hay competidores instalados, por lo que se trata de entrar en un mercado cubierto y con exceso de producción, pero con elevados costes salariales, sociales y de regulación en los países desarrollados, por lo que los nuevos entrantes tienen ventajas competitivas apreciables.

En segundo lugar, la posibilidad de jugar con las barreras arancelarias es cada vez menor y, además, asimétrica, pues los países desarrollados apenas protegen al sector, en tanto que los nuevos pueden hacerlo sin temor a represalias comerciales. Es notoria la presión de los países en vías de desarrollo exigiendo de forma unilateral y sin contrapartidas (ni siquiera en otros ámbitos) desarmes arancelarios, eliminación de contingentes y otras restricciones, al tiempo que combinan las barreras no arancelarias con fiscalidad adicional en forma de aranceles, recargos compensatorios y tasas.

La tercera es que en el actual mercado global, se pueden combinar todos los factores producti-



MONOGRAFICO

* Presidente del Consejo Intertextil Español.

vos en su nivel más adelantado, esto es, que el desarrollo, aunque desigual en los ritmos, es combinado en sus componentes, lo que se traduce en que en Vietnam haya decenas de miles de trabajadores diligentes y hábiles trabajando en empresas de capital chino y dotadas de la mejor tecnología alemana.

La cuarta es el avance en el uso de las posibilidades derivadas del abaratamiento de los costes de comunicación y transporte y en general en los sistemas logísticos para deslocalizar actividades productivas, con lo que los países que más han avanzado pueden concentrar la gestión, el diseño, marketing, I+D y control de calidad en su país de origen y en donde se controla el acceso a los mercados relevantes mientras ubican la producción en países de menor coste laboral y regulatorio, con lo que quienes han iniciado más tarde el proceso o que, por contar con una estructura productiva formada por empresas pequeñas, no llegan a la masa crítica, que les posibilite efectuar ese tipo de actividades estratégicas.

La industria textil es uno de los mejores exponentes de la complejidad de la manufactura española y de respuesta a los cambios en el entorno. Aúna ejemplos de innovación continua en producto y diseño con cambios en comercialización, presencia internacional, potenciación de marcas y experiencias en deslocalización. La notoriedad visible de la moda se apoya en una industria de fibras, hilados, tejidos, estampados, acabados y artículos confeccionados que abarca todos los materiales y combinaciones que van desde el producto de vestimenta al tejido técnico. Al tiempo, las empresas de la industria textil adolecen de las mismas deficiencias del conjunto empresarial español: escasa dimensión, ausencia de hábitos de cooperación, implantación exterior inferior a la de otros países europeos y dificultades para encontrar empleados cualificados. Estas carencias son más sensibles en una actividad especialmente abierta al exterior y en la que cualquier país emergente entra con las ventajas mencionadas. Añádanse otras dos dificultades y se completa el panorama: por una parte, la falsificación de productos que se importan, lo que añade una dificultad adicional; la carencia de medios policiales y legales, lo que impide poner freno; por otra parte, la producción

irregular realizada con trabajadores no regularizados que el Consejo Intertextil Español ha denunciado y que, en los últimos meses, ha comenzado a ser perseguida, pero que mantiene un nivel de actividad difícil de precisar, pero elevado.

Hasta el momento, el reto se ha afrontado con reajustes de los que el sector ha salido renovado, con capacidad de supervivencia basada en añadir valor al producto, con una autofinanciación mayor que el promedio de los países de la UE y prestigio ganado a pulso. En este sentido, no hay que olvidar que el sector industrial textil-confección español está sometido a una competencia fuerte, competencia interna que se suma a la exterior.

En la vida empresarial la posición en el mercado está siendo retada continuamente. No solo aparecen nuevos competidores y los ya existentes modifican la gama de sus ofertas, sino que el propio marco competitivo se altera de cuando en cuando de forma drástica. La ampliación de la UE con 10 nuevos socios a fecha fija es uno de esos cambios. Supondrá un aumento de la población del 28 por 100, pero el mercado relevante aumentará sólo en un 5 por 100 debido a que la renta *per capita* media de esas personas está por debajo del 20 por 100 de la media europea (aunque en equivalente de poder de compra esté en torno al 30 por 100). Ciertamente a medio plazo su potencial de crecimiento convertirá ese mercado en un destino interesante para colocar la producción española, pero en lo inmediato lo real es el aumento de la competencia y no tanto de la que procede de los productores de los países de Centro y Este de Europa como de la generada por la deslocalización industrial que captan de los países más avanzados de la UE.

Este escenario de mayor apertura ha comportado la necesidad de reestructurar la estrategia de nuestras empresas en el mercado mundial. La apuesta hoy se centra en productos de calidad; que incorporen más innovación, tanto en producto como en diseño y, también, en su traslación al consumidor a través de políticas de potenciación de las marcas y de diferenciación de producto, pero sin perder de vista que el precio es importante y que lo anterior ha de acompañarse por mejoras sustantivas y continuas de eficiencia productiva. De ahí que, aunque la transformación del



MONOGRAFICO

quehacer de las empresas textiles españolas haya sido significativa, se imponen nuevos avances en las funciones expuestas.

En la década de los 70 y 80 sucumbieron parte de nuestras empresas, pero las que superaron aquel largo proceso, que son muchas, han reforzado sus potencialidades de crecimiento, competitividad y de expansión internacional, lo que las sitúa en condiciones de marcarse metas más ambiciosas. La entrada en la Unión Monetaria Europea ha eliminado el *handicap* tradicional del coste del crédito, la imagen del país ha mejorado sustancialmente, la cualificación de los trabajadores es mayor y la relación con los sindicatos, dentro de las tensiones propias de discrepancias puntuales, permite un diálogo franco y constructivo que es benéfico para la actividad.

El proceso de transformación del textil-confección español ha comportado operaciones de absorción y fusiones de empresas (que se intensificarán en el futuro), desaparición de capacidad productiva, recomposición de actividades, esfuerzos energéticos de creación de mercados, aparición de marcas (algunas de dimensión mundial) y actividades específicas para su potenciación, esquemas de producción global, con centros de producción allí donde los costes fuesen relativamente más bajos, y la potenciación de nuevos canales de distribución, entre otros aspectos. En su conjunto, la labor desarrollada ha llevado a mejoras de eficiencia que facilitan que los precios del producto textil, a pesar del aumento de calidad, crezcan menos que los del conjunto de la industria, con beneficio para la posición competitiva y los consumidores.

La actividad de innovación se ha incrementado notablemente, la mejora de calidad y de diseño ha entrado como área de preocupación específica de las empresas, apoyadas en esta función por los Institutos Tecnológicos en los que junto a las empresas y asociaciones empresariales participan universidades y Administraciones Públicas. Recientemente, en la Ley de la Nueva Empresa, en su disposición adicional primera se da carácter vinculante para la Agencia Tributaria a la certificación razonada que pueda hacer el Ministerio de Ciencia y Tecnología acerca de la novedad de un producto innovador, lo que elimina la inseguridad

respecto a la eventual denegación de la inspección de tributos respecto a las deducciones por ese concepto, lo que va a suponer un impulso a la capacidad innovadora para nuestras empresas.

Un ejemplo de esta capacidad de imaginar e innovar son los textiles producidos para usos técnicos: geo-textiles para obra civil, vestimenta de protección personal térmica, química, mecánica, alta visibilidad o antiestática, para automoción, filtración, agricultura y otros usos industriales. En la vestimenta tradicional se han combinado prestaciones cosméticas y farmacéuticas con prendas de vestir. En la ropa deportiva han mejorado la adecuación al esfuerzo concreto a realizar y las prestaciones pertinentes. En aplicaciones especiales, como los uniformes militares se consigue absorber la radiación infrarroja para evitar la detección a través de visores nocturnos y un largo etcétera que ha hecho que la constante dedicación a las tareas de investigación del sector vaya encontrando un sinfín de nuevas aplicaciones, hasta ahora insospechadas.

2. La industria textil en el contexto económico

Esta industria tiene rasgos peculiares fácilmente discernibles que la singularizan dentro del conjunto industrial y configuran una situación de la que se derivan orientaciones estratégicas propias, si bien deben circunstanciarse a cada uno de los componentes de la actividad.

a) Opera en una economía abierta y con déficit comercial, con una la tasa de cobertura que se mueve ligeramente por encima del 70 por 100.

b) La clientela de los productos básicos, intermedios y finales es madura, conoce el producto y sus prestaciones. La lealtad al proveedor es reducida y la proporción de gasto asignada a vestuario pierde peso relativo en el total de compras de las familias. En la configuración del IPC de 1992 el vestuario era el 11,5 por 100 del gasto de consumo mientras que el índice de 2002 quedaba en el 6,9 por 100.

c) La demanda de la producción final del sector tiene dos componentes. El de reposición de productos y la compra por impulso. A veces hay solapes entre ambas motivaciones y las dos son



MONOGRAFICO

sensibles al ciclo económico, pero lo es mucho más la segunda.

d) En el ámbito de la producción la segmentación de mercados de materia prima, producto intermedio y final pierde nitidez. La relación de fuerzas entre productores y distribuidores es cambiante y tiende a reforzar a los segundos. Estos factores fuerzan a cambiar la configuración y servicios de las asociaciones empresariales y alteran cotidianamente las pautas de negociación entre los distintos eslabones de la cadena productiva.

e) La importancia relativa de los aspectos inmateriales como marca y diseño es creciente. Sin embargo el reconocimiento de los derechos subyacentes, su tratamiento fiscal y la protección frente a la falsificación son insuficientes. La competencia en la industria es muy elevada, tanto en el mercado interior como en el resto.

A nuestro juicio el sector debe proseguir en su esfuerzo inversor y en el aumento de la cualificación de su activo crucial, las personas que lo constituyen. La dificultad para encontrar personal capacitado es uno de los *handicaps* del momento actual, que propicia el completar las actividades productivas del país con la deslocalización estratégica de algunas fases del proceso.

La madurez de la actividad y el elevado componente de coste laboral aconsejan orientar la producción hacia los segmentos de más valor añadido que suponen, en primer lugar, aseguramiento de la calidad e innovación en fibra, hilo, tejido, estampado y acabados, junto con la mejora constante en el diseño de los productos finales.

La credencial de marca es necesaria para la buena diferenciación del producto y, de ahí dos implicaciones, la primera que el coste de la inversión necesaria para darla a conocer y para defenderla de la falsificación deba tener un tratamiento fiscal similar al de la innovación en su conjunto y, la segunda, que la persecución del uso ilegítimo de símbolos y marcas deba contar con los medios de detección y sanción pertinentes.

Un sector de tan elevado grado de apertura al exterior, tiene que pesar en los mercados externos en todas las dimensiones. En primer lugar en el fomento de las exportaciones reforzando los ins-

trumentos y acciones en curso, en segundo lugar en la combinación de actividades internas y externas, especialmente las innovadoras, y en tercer lugar en alianzas comerciales, productivas e innovadoras con empresas de otros países.

En el mundo abierto del textil-confección se impone la exigencia de reciprocidad escrupulosa con las importaciones, de manera que estén sujetas a los mismos requisitos que la producción nacional, especialmente en lo que concierne al uso de productos considerados nocivos para la salud y que no se utilizan en el país, pero que sí pueden haber sido usados en materiales importados. Asimismo las certificaciones que son válidas en un Estado de la UE deben serlo en los demás, y las barreras no arancelarias, desde las administrativas hasta las homologaciones parafiscales, deben desaparecer si se desea que haya un mínimo de lealtad competitiva.

Tras la superación de la reconversión de los años 80 y la profunda crisis del 92-93, el sector se ha renovado profundamente. Como se dice en la publicación de la Dirección General de Empresa de la Comisión Europea, el sector se ha reinventado, ha integrado las tecnologías de tratamiento de la información en la producción, la gestión y distribución, ha mejorado su eficiencia y solvencia. En las empresas textiles el empleo —a pesar de la situación de crisis económica actual— se reduce en muy poca proporción, y el respeto al medio ambiente se plasma en inversiones cuantiosas.

Una prioridad básica para el sector es seguir mejorando la competitividad de la industria a nivel europeo. En la Cumbre de Lisboa los Jefes de Estado y de Gobierno se fijaron como objetivo para 2010 convertir a la economía europea en la más dinámica y competitiva del mundo. La industria del textil-confección está bien situada para que contribuya a este objetivo general, siempre y cuando se aprovechen las oportunidades y se preparen las estructuras que pongan de relieve sus ventajas comparativas.

Detrás de estas realidades está la imaginación y el esfuerzo para progresar en una actividad tan viva y dinámica, como la que mostró al encabezar el esfuerzo industrializador hace dos siglos.



MONOGRAFICO