

*Víctor Fabregat Muñoz\**

## UN NUEVO MODELO PARA EL TEXTIL CATALÁN

La entrada en la CEE implicó el fin del modelo tradicional del textil catalán, basado en la dedicación al mercado español, y pasar a otro, abierto a la competencia mundial. La misma se ha acelerado notablemente debido al proceso de globalización del sector y a la liberalización de los intercambios textiles internacionales.

La competencia exterior ha sido el factor determinante para la transformación del sector, que ha tenido que adaptar sus estructuras y funcionamiento al nuevo marco. Ello ha provocado un intenso ajuste industrial y la implantación de nuevas estrategias basadas en el impulso de la innovación y en la internacionalización de las empresas.

**Palabras clave:** globalización, cambio estructural, estrategias empresariales, Cataluña.

**Clasificación JEL:** L67, F14, F23.

### 1. Introducción

El sector textil, como base de la industrialización, ha tenido un peso importante dentro de la estructura productiva de Cataluña, aunque el dinamismo de otros sectores y la reconversión del propio textil han reducido su participación, que actualmente es del 9 por 100 respecto al empleo industrial y del 6 por 100 en relación al producto industrial catalán<sup>1</sup>.

\* Economista. Director del Centro de Información Textil y de la Confección, AIE-CITYC.

<sup>1</sup> Estimaciones CITYC para 2007.

### 2. La globalización textil

La evolución reciente del sector viene marcada por la creciente globalización de su actividad. Este fenómeno no es nuevo, ya que desde los años 60 se asiste al crecimiento de la actividad textil en los Países en Desarrollo (PVD) que, en muchos casos, han basado en este sector su proceso de industrialización atendiendo a sus ventajas competitivas, en especial los bajos costes laborales. Sin embargo, este fenómeno se ha acelerado a partir de los años 90 debido a una serie de factores, como son: el fuerte crecimiento del sector en los PVD; la irrupción de China como nueva potencia económica; ▷

CUADRO 1  
EL SECTOR TEXTIL/CONFECCIÓN EN CATALUÑA

	Datos año 2007	Porcentaje s/industria catalana
Nº establecimientos.....	4.365	13,5
Empleo .....	69.800	9,0
Producción (M€) .....	7.210	-
Valor Añadido (M€) .....	2.142	5,9
Exportaciones (M€) .....	3.187	6,6

**Fuente:** *Elaboración propia con datos INE, IDESCAT y Dpto. de Aduanas. Datos provisionales.*

CUADRO 2  
EVOLUCIÓN DE LAS EXPORTACIONES MUNDIALES TEXTILES Y CONFECCIÓN  
(En porcentaje sobre valor)

	1980	1990	2000	2006
Países desarrollados.....	62	53	43	36
Europa del Este .....	6	4	3,5	2,5
China(1) .....	9	13	18,0	28,5
Otros países en desarrollo.....	23	30	35,5	33,0
Mundo .....	100	100	100	100

(1): Incluye exportaciones netas de Hong Kong.  
Fuente: *Elaboración propia con datos OMC.*

la entrada en el comercio mundial de los países ex comunistas, antes limitados a sus intercambios comunes; la creación de zonas de libre comercio, como la NAFTA; la adopción por parte de las grandes cadenas de distribución de políticas de suministro globales, etcétera.

Sin embargo, el verdadero impulso a los cambios citados ha venido por la creciente liberalización de los intercambios textiles internacionales. Las sucesivas rondas del GATT, ahora Organización Mundial del Comercio (OMC), han propiciado una mayor apertura de los mercados, por lo que el crecimiento mundial de los intercambios textiles ha sido más intenso que el de la producción. El paradigma de esta liberalización son los Acuerdos de Marrakech, que establecieron la supresión escalonada de las limitaciones cuantitativas (cuotas) que regulaban los intercambios textiles y de la confección desde 1973 bajo la cobertura legal del Acuerdo Multifibras. Estas limitaciones quedaron totalmente eliminadas en 2005<sup>2</sup>.

Este proceso también ha sido propiciado por las facilidades que la UE ha dado a los PVD con el fin de mejorar el acceso de sus productos textiles y de la confección en el mercado europeo. Hay que destacar que la UE, además de practicar los aranceles más bajos del mundo, ha concedido numerosas exenciones a través de los acuerdos comerciales firmados con estos países y de una amplia aplicación del Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG) a los mismos.

Las cifras de las exportaciones mundiales son evidentes en cuanto ponen de manifiesto la creciente importancia de los PVD, que a lo largo de la década de los 90 han superado el peso de los Países Desarrollados (PD) y se han convertido en

el primer bloque mundial del sector. Sin embargo, el análisis de la evolución por zonas nos indica que este predominio se ha basado en el importante impulso de los países asiáticos, con China como líder indiscutible.

Dentro de la evolución de los intercambios mundiales debemos destacar el diferente comportamiento entre los productos textiles y los de vestir. Así, el crecimiento del sector se ha centrado básicamente en los últimos citados, que superan en valor a los productos textiles.

### 3. Un cambio estructural

#### 3.1. Fin del modelo tradicional

La entrada de España en la CEE (1986) implicó el fin de un modelo de crecimiento, basado en la dedicación al mercado español, y pasar a otro, abierto a la competencia mundial. Como puede comprenderse, la entrada de productos extranjeros ha sido el factor decisivo para la transformación de la industrial textil catalana.

Así, las importaciones textiles y de confección en Cataluña han crecido un 8,9 por 100 anual en valor entre 1995 y 2007, casi triplicándose entre ambas fechas, provocando la lógica pérdida de cuota en el mercado español para la oferta interna.

La respuesta lógica ante las crecientes importaciones ha sido la de ganar una mayor participación en los mercados exteriores. En el caso español, la implantación de la misma tropezó con un factor negativo muy importante que fue la cotización alcista de la peseta entre los años 1986 y 1992. En estas condiciones el esfuerzo exportador se vio limitado y no fue hasta 1993, después de que las devaluaciones situaran la peseta en un valor más ▷

<sup>2</sup> Aunque han subsistido algunas limitaciones con China hasta 2008.

CUADRO 3  
RELACIONES EXTERIORES DEL SECTOR TEXTIL/CONFECCIÓN DE CATALUÑA

Millones de euros	1990	1995	2000	2007
Importaciones <sup>(1)</sup> .....	1.054	1.867	3.518	5.180
Exportaciones <sup>(1)</sup> .....	806	1.541	2.781	3.187
Balanza comercial <sup>(1)</sup> .....	-248	-326	-737	-1.993
Esfuerzo exportador (Porcentaje exportaciones / producción de manufacturas).....	16,9	24,4	37,7	51,8

(1) = Sección XI del Arancel: Materias y manufacturas textiles y de confección.  
Fuente: *Elaboración propia con datos Dpto. de Aduanas y CITYC.*

real, cuando empezó la verdadera expansión exterior de nuestras empresas, aunque el sector siempre se ha distinguido por su vocación exportadora.

Las cifras son bien elocuentes: las exportaciones catalanas se han duplicado desde 1995 a 2007, con un crecimiento medio anual del 4,6 por 100 en el período, aunque con un doble comportamiento: fuerte expansión hasta 2003 y posterior pérdida de dinamismo, debido a la crisis mundial y al proceso de liberalización de los intercambios textiles internacionales. Así, el crecimiento 2000 – 2007 ha sido inferior al 1 por 100 anual, con diversos retrocesos, aunque en 2007 las exportaciones se han recuperado con vigor.

El esfuerzo exportador de las empresas, medido como el porcentaje de la producción que se exporta, ha pasado del 24 por 100 en 1995 a más del 50 por 100 en 2007, lo que ha representado ganar participación en el conjunto de las exportaciones mundiales<sup>3</sup>. A pesar de este esfuerzo, no ha sido suficiente para compensar las mayores importaciones con lo que la posición exterior del sector se ha ido degradando, en especial desde 2002, y ha alcanzado un déficit cercano a los 2.000 millones de euros en 2007.

Sin embargo, el concepto de internacionalización no sólo debe limitarse a los intercambios sino que se refiere al conjunto de relaciones de las empresas con el exterior. Al respecto, cabe señalar el inicio en los años 90 de las implantaciones fabriles en otros países para lograr ventajas competitivas en la producción o en el acceso a mercados. En otros casos se ha tratado de acuerdos de cooperación con empresas extranjeras o de la creación de plataformas comerciales o logísticas en el

exterior, que, en definitiva sitúan a nuestras empresas en un nivel internacional en su actividad. El caso más conocido es el de las grandes empresas españolas de vestuario con cadenas de distribución propias que efectúan en el exterior la mayoría de sus ventas totales (60 por 100 en 2007), porcentaje que sólo era del 20 por 100 en 1995.

### 3.2. Las estrategias empresariales

Los cambios en el entorno del sector han tenido un importante reflejo en las bases organizativas y operativas de las empresas textiles, como respuesta frente a la creciente competencia proveniente del exterior. Estos cambios han sido los siguientes:

- *Tecnificación del proceso.* El textil, que era una actividad que empleaba tradicionalmente mucha mano de obra, ha ido derivando hacia una industria de capital, con lo que los costes laborales han ido perdiendo peso a favor de la inversión. De esta manera se logra hacer frente a la competencia exterior basada en unos costes laborales más bajos.

- *Cambio en los productos.* El vestuario ha sido tradicionalmente el principal mercado final para los productos textiles y de la confección, y también donde más ha afectado la competencia de los PVD, ya que la producción de prendas de vestir es una actividad que emplea todavía mucha mano de obra, a pesar de los avances tecnológicos. Por ello, el sector ha ido derivando hacia los productos textiles para el hogar y, sobre todo, a los destinados a usos técnicos: para automoción, sanidad, construcción, protección, etc., cuya demanda es mucho más dinámica que la de vestuario y en los que los PD tienen más ventajas competitivas. ▷

<sup>3</sup> Según CITYC, este porcentaje es del 0,77 por 100 en 2007, frente al 0,61 por 100 en 1995.

CUADRO 4  
CATALUÑA: EVOLUCIÓN DEL SECTOR TEXTIL/CONFECCIÓN  
Porcentaje peso del textil/confección sobre el conjunto industrial catalán

	1990	1995	2000	2005	2007
s/ VAB industrial .....	13,2	10,9	9,2	6,7	5,9
s/ empleo industrial .....	21,4	16,6	14,0	11,7	9,0
s/ exportaciones industriales .....	9,9	9,0	8,5	6,9	6,6

Fuente: *Elaboración propia con datos INE, IDESCAT, Dpto. de Aduanas y CITYC.*

Por otra parte, el propio concepto del producto de vestuario o de hogar ha cambiado radicalmente con la creciente influencia del factor moda, que es el motor del consumo en los países avanzados pero que ha determinado importantes cambios en los sistemas de producción, ya que el producto moda es, por definición, muy variable, para adaptarse así a las preferencias cambiantes de los consumidores, y tiene que ser servido en plazos de tiempo cada vez más cortos.

— La oferta productiva también se ha reestructurado, al ir abandonándose los productos de menor valor añadido, que han sido sustituidos por las importaciones, o bien deslocalizando las operaciones más manuales, como la costura en la confección, en países del entorno europeo con costes laborales más bajos, como los países del Magreb y de la Europa del Este.

— Otra estrategia de las empresas es la del acercamiento a la distribución directa de sus productos hasta el consumidor, a través de redes de tiendas propias o en franquicia. De esta manera, además de obtener un mayor margen económico, la industria se posiciona cerca del consumidor y así tiene más capacidad de seguir los rápidos cambios que impone el mercado de la moda.

— Dentro de la organización de las empresas, la función productiva ha ido perdiendo importancia, ya que se ha ido deslocalizando, mientras que otras funciones, como el diseño o la logística, han ido adquiriendo mayor importancia. De esta manera, muchas empresas han ido derivando hacia actividades más cercanas a los servicios que a los propios de la industria.

— Estos cambios en el entorno han obligado a la adquisición de nuevos conocimientos y a la incorporación de tecnologías avanzadas, como las TIC, y han generado la necesidad de elevar el nivel formativo de los empleados para adaptarse así a los nuevos requerimientos.

### 3.3. Un intenso ajuste industrial

El proceso de reconversión textil, impulsado por el crecimiento de la competencia exterior, ha provocado una clara tendencia a la reducción de la dimensión del sector, en especial en lo referente al empleo, mientras que la cifra de negocios ha disminuido en menor medida, debido a que las empresas han completado su oferta propia con productos fabricados, total o parcialmente, en el exterior.

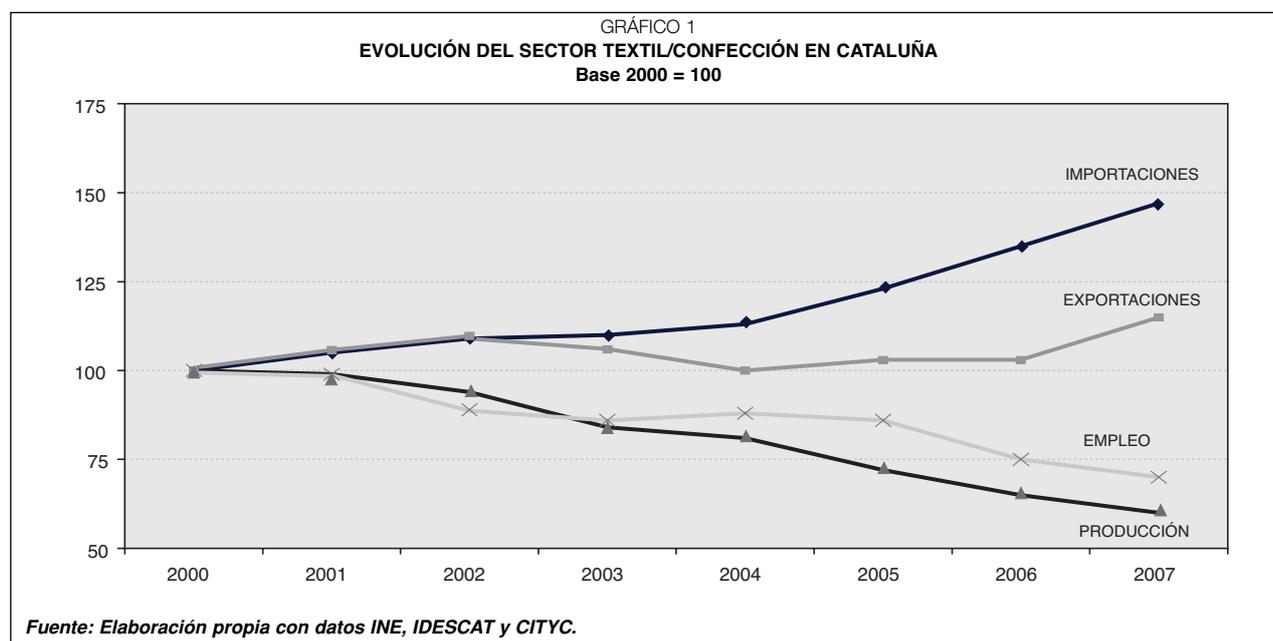
Así, desde 1995 a 2007, el sector ha perdido en Cataluña más de 30.000 empleos, lo que representa una reducción del 30 por 100, acelerándose el proceso a partir de 2002, ya que entre 1995 a 2001 el sector había sido capaz de crear empleo neto, en base a la expansión exterior de dicho período.

El ajuste sectorial, en especial en el empleo, ha sido más intenso en Cataluña que en otras zonas textiles de España<sup>4</sup>. Las causas de este hecho pueden deberse a una serie de factores:

— En primer lugar, por el hecho de estar la cadena textil catalana muy centrada en el suministro del mercado final de vestuario, que ha sido el más afectado por la competencia exterior. Así, en la Comunidad Valenciana el proceso ha sido algo menos intenso, seguramente por su especialización en el mercado final de textiles para el hogar.

— El poseer Cataluña toda la cadena textil completa, desde las fibras químicas a la confección, ha provocado que los efectos derivados de las mayores importaciones de productos terminados (que representan el 70 por 100 del total importado) afecten no sólo a los subsectores industriales de dichos productos sino que provoquen efectos indirectos, pero no por ello menos intensos, sobre el resto de actividades de la cadena textil que suministran a dichos subsectores. ▷

<sup>4</sup> Aunque las cifras son divergentes según la fuente utilizada.



— Por otra parte, las actuaciones de deslocalización de partes del proceso productivo tienen una larga tradición en Cataluña, en especial en el subsector de la confección, con lo que las empresas han sido más ágiles en la utilización de este recurso competitivo, primero hacia otras regiones españolas y posteriormente a países del entorno europeo, en especial en el Magreb<sup>5</sup>.

— Finalmente, no debemos olvidar que las cifras utilizadas dejan al margen parte de la actividad de servicios textiles a las empresas, en la que se sitúan empresas especializadas en los mismos, pero también empresas que han reconvertido su actividad industrial hacia los servicios, al desprenderse, en parte o totalmente, de sus operaciones fabriles.

## 4. Un nuevo modelo textil

### 4.1. Nuevas estrategias

Como se ha descrito anteriormente, la adaptación del sector textil a las nuevas condiciones del

<sup>5</sup> Así Marruecos es el quinto suministrador de productos textiles y de confección a Cataluña pero también el quinto cliente, debido al tráfico interindustrial existente, basado en la exportación de tejidos catalanes para su confección en Marruecos, aprovechando los bajos costes laborales pero también su proximidad en tiempo de respuesta.

marco internacional ha sido particularmente intensa y rápida. Después de este proceso, las empresas del sector se encuentran en plena adopción de nuevas estrategias para mejorar su competitividad en un mercado totalmente globalizado.

Las líneas maestras de estas nuevas estrategias se fundamentan en:

- La creciente demanda de productos diferenciados y personalizados de moda, que ofrece amplias perspectivas de crecimiento a través de la potenciación de la innovación de producto, del diseño, y también del servicio «inmediato», lo que comporta la necesidad de lograr una amplia flexibilidad de toda la cadena textil.

- La entrada en nuevas aplicaciones, en especial en el campo de los textiles técnicos para sanidad, construcción, seguridad, automoción, etc. cuya demanda es creciente y con amplias posibilidades de desarrollo.

- En ambos casos es necesario que el sector efectúe un mayor esfuerzo innovador que el actual, afectando a todos los ámbitos: producto, proceso, organización interna, sistemas de comercialización, etc. En este esfuerzo, además de las empresas, deben mejorarse los mecanismos del entorno de creación y difusión de las innovaciones, ya que la propia estructura del sector, en base a pyme, es poco propicia para ello.

- El sector también está aumentando su inter- ▷

nacionalización, lo que determinará la existencia de verdaderas multinacionales textiles, con asentamientos productivos, logísticos y de comercialización en diversos países, aprovechando las ventajas de unos mercados cada día más interdependientes. Las empresas con cadenas de distribución continuarán expandiéndose en los principales núcleos de población del mundo.

- Esta mayor proyección exterior convivirá con un fortalecimiento de las redes de industrias locales. Éstas tenderán a concentrarse en operaciones de mayor valor añadido, lo que demandará la adquisición de nuevos conocimientos, la extensión del uso de nuevas tecnologías y la puesta al día del capital humano que requiere nuevos niveles de formación y vías de empleo.

- Estas empresas, más pequeñas, tenderán a cooperar de forma más intensa y estructurada que hasta ahora, abandonando la simple relación cliente-proveedor y encontrando campos comunes, en especial en la innovación, de manera que se puedan crear verdaderas redes de empresas innovadoras.

- Un tema de debate es el referido a si los clusters textiles pueden seguir aportando un plus de competitividad derivado de la concentración de actividades en un mismo territorio. El proceso de ajuste industrial sufrido ha provocado una pérdida de masa industrial en la mayoría de clusters catalanes, que han visto reducir el número de empresas y su capacidad operativa, a la vez que, parte de las relaciones, antes internas, se desarrollan actualmente con el exterior.

#### 4.2. Limitaciones

Como limitaciones principales para la implantación de las nuevas estrategias podemos citar las estructurales, derivadas del predominio de pyme de capital y gestión familiares, poco dadas a colaborar entre sí, aunque actualmente una de las principales limitaciones es la financiera, debido a la caída de los márgenes operativos de las empresas, ya que éstos vienen sufriendo un constante deterioro debido a que las empresas no pueden repercutir sus mayores costes, como los energéticos, en los precios de venta debido a la situación

del mercado presionado por la fuerte competencia exterior<sup>6</sup>.

Este hecho limita la futura expansión de las empresas y desalienta la captación de capitales externos al sector.

#### 5. Conclusiones

En definitiva, el sector continuará su actual proceso de ajuste a las condiciones cambiantes del mercado textil mundial. En este proceso hay que valorar positivamente la tradicional capacidad de adaptación de las empresas y la aparición de nuevas oportunidades de negocio que ofrecen los propios cambios del sector.

En los próximos años, el sector tenderá a hacerse más pequeño en dimensión, aunque logrando una alta productividad, con plantillas más reducidas pero mejor formadas, y destinando un porcentaje mayor de sus ventas al exterior en base a productos y servicios más innovadores, capaces de competir en un mercado globalizado.

De esta manera, el sector puede mantener un papel destacado en la estructura industrial de Cataluña, de la que fue puntal en su creación y desarrollo.

#### Bibliografía

- [1] BAIXERAS, LL. (2005): Propuestas para la consolidación de la industria de los textiles de uso técnico en Cataluña, Tesis doctoral, Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona.
- [2] CAIXA CATALUNYA (2007): «La indústria tèxtil catalana en l'última dècada: globalització i canvi estructural», *Informe sobre la coyuntura econòmica*, nº 112, febrero, pp. 93-115, Barcelona.
- [3] CANALS, J. (2006): «El sector textil-confección español: situación actual y perspectivas», *Boletín* ▷

<sup>6</sup> Así en un reciente trabajo del Departament d'Innovació, Universitats i Empresa de la Generalitat de Catalunya analizando los datos contables de las empresas catalanas en el período 2004 a 2006, el sector textil y de la confección se sitúa en posiciones bajas en cuanto a rentabilidad, tanto económica como financiera, con una fuerte caída de los beneficios en 2004/2005 y una recuperación de los mismos en 2006.

- Económico de Información Comercial Española*, nº 2768, mayo, pp. 5-9, Madrid.
- [4] CONSEJO INTERTEXTIL ESPAÑOL (2007): Informe anual, Barcelona.
- [5] EURATEX (2007): Rapport Annuel, Bruselas.
- [6] FABREGAT, V. (2003): «La internacionalización del sector textil/confección». *Boletín Económico de Información Comercial Española*, nº 2768, mayo, pp. 41-46, Madrid.
- [7] MALUQUER, S. (2003): «La Industria Textil/ Confección europea en el umbral del siglo XXI», *Boletín Económico de Información Comercial Española*, nº 2768, mayo, pp. 35-40, Madrid.
- [8] PUIG BLANCO, F. (2007): La influencia del distrito industrial y del subsector en la actividad empresarial. Una aplicación al sector textil-confección, Tesis doctoral, Universidad de Valencia, Facultad de Economía, Valencia.
- [9] TOTTERDILL, P. *et al.* (2002): The shape of textiles to come. Implications for management competencies and job skills, TecMinho – University Enterprise Association for Development, Minho University, Guimarães.
- [10] UNIÓN EUROPEA (2004): European Textiles and Clothing in a quota free environment, Informe y recomendaciones del High Level Group, Bruselas.
- [11] VILADECANS, E. y JOFRE, J. (2006): La localització geogràfica de la indústria a Catalunya: El paper de les economies d'aglomeració, Generalitat de Catalunya, Departament de Treball i Indústria, Secretaria d'Indústria, Barcelona.

