

LA RENOVACIÓN DEL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN EN ESPAÑA.

Proceso de ajuste y contenido tecnológico

**MARÍA TERESA COSTA
NÉSTOR DUCH**

Instituto de Economía de Barcelona
Facultad de Ciencias Económicas
y Empresariales
Universidad de Barcelona

La industria textil-confección constituye un sector heterogéneo y diverso que comprende un amplio número de actividades productivas, desde la producción de las fibras hasta la elaboración de la prenda de vestir o artículo textil final que llega al consumidor, y que en cada una de esas etapas presenta rasgos particulares y característicos. Los artículos textiles podrían

definirse desde una doble perspectiva: como bienes de primera necesidad, ya que todo individuo necesita disponer de prendas de vestir; pero también como bienes de lujo, representados por el sector de la moda y las prendas de alta costura.

Se trata de un sector que se define como de demanda débil y contenido tecnológico bajo, y que se caracteriza por un proceso productivo intensivo en mano de obra, especialmente en la confección. No obstante, en muchos subsectores se utilizan intensivamente tecnologías avanzadas y materiales altamente sofisticados. La industria textil tiene fuertes conexiones con el sector primario, que le proporciona parte de los *inputs* necesarios (fibras textiles naturales) y con la industria química (que le proporciona fibras sintéticas).

A lo largo de las dos últimas décadas, el sector textil-confección ha sufrido sucesivos procesos de reconversión y reestructuración con el fin de adoptar nuevas tecnologías productivas para hacer frente a la

cada vez mayor competencia internacional, derivada de la creciente liberalización del comercio mundial de productos textiles y, sobre todo, de la inminente finalización del acuerdo multi-fibras prevista para el 2005.

En los últimos años, la industria textil-confección ha sufrido los efectos recesivos derivados del estancamiento de la demanda interna y del endurecimiento de la competencia, ya que al liberalizarse el comercio internacional de fibras y productos textiles han aumentado, de manera considerable, las importaciones de productos de bajo coste elaborados en países en vías de desarrollo. Ante estas dificultades, las empresas del sector han reaccionado adoptando modificaciones tecnológicas y organizativas, que les han permitido mantener la competitividad, con independencia de las fluctuaciones de los precios. Para conservar y reforzar su posición competitiva, la industria española deberá profundizar en este proceso de modernización tecnológica e innovación.

Este trabajo, en el que se analizan las estrategias de respuesta de las empresas ante el cambiante entorno competitivo de la industria, se estructura de la siguiente forma. En el primer apartado se revisa la evolución de la industria española textil-confección en los últimos 20 años, analizando los principales factores que explican su especial situación. En el segundo apartado se analiza la influencia que el cambio tecnológico ha tenido en el posicionamiento competitivo de la industria textil-confección española. En el tercer apartado se pone de manifiesto uno de los cambios más importantes en la organización de la industria textil-confección, reflejado en el nuevo papel de la distribución como elemento de competitividad del sector. Finalmente, se recogen las conclusiones.

LA INDUSTRIA TEXTIL-CONFECCIÓN ESPAÑOLA EN PERSPECTIVA HISTÓRICA †

Hasta finales de los años setenta, la industria textil española estuvo altamente protegida, orientada principalmente al mercado interno, pero mantenía una limitada capacidad exportadora derivada de políticas de apoyo a la exportación. Las ayudas a la inversión, el elevado nivel de proteccionismo y los bajos salarios generaron un crecimiento sectorial que se tradujo en una industria de escasa productividad y con un elevado exceso de capacidad productiva instalada. La crisis de finales de los setenta y el cambio en las orientaciones de política económica, iniciado en este período, constituyeron el detonante de una fuerte crisis del sector y de su posterior transformación.

En una primera fase se trató de una política de reconversión, ampliamente tutelada por el sector público a través de diversos planes que contaron con sustanciosas ayudas, orientadas básicamente a la amortización de equipos excedentes y a la financiación de nuevas inversiones para su modernización. El resultado de estos planes permitió un considerable ajuste de la capacidad productiva y de las plantillas, al tiempo que posibilitó una importante inyección de recursos financieros a las empresas que lograron acogerse a las ayudas. Todo esto, junto con la persistencia de importantes medidas proteccionistas, permite explicar que la industria textil española mantuviera un saldo exportador positivo en la primera mitad de la década de los ochenta.

La adhesión española al proceso europeo de integración económica supuso un cambio importante en el contexto competitivo, al producirse una considerable desregulación arancelaria y al eliminarse la política de fomento a la exportación. Este efecto se vio reforzado por una política monetaria restrictiva, que provocó altos tipos de interés —que afectaron negativamente a los costes empresariales— y una revalorización de la moneda que aumentó las dificultades

en el sector exterior. La creciente competencia internacional, tanto de los países comunitarios como de los extracomunitarios, se tradujo en una fuerte presión hacia la industria local, que tuvo enormes dificultades para sobrevivir, tanto en el segmento más bajo del mercado, donde la pérdida de medidas proteccionistas favoreció la entrada de productos baratos provenientes de países en vías de desarrollo, como de productos de mayor calidad, en los que las marcas, el diseño y las redes de comercialización desempeñan un papel fundamental. Éstos provenían, en su mayoría, de los socios comerciales comunitarios.

Los efectos más visibles de esta competencia creciente se encuentran en la caída de la producción interior, el desequilibrio del comercio exterior —que refleja la pérdida de una parte del mercado doméstico por las empresas locales y sus dificultades de expansión internacional— y la fuerte pérdida de empleo.

A principios de la década de los noventa, el sector se vería afectado de nuevo por una crisis económica general, que se tradujo en una importante caída de la demanda de bienes de consumo. A pesar de que tuvo lugar una cierta recuperación a partir de 1994, ésta no fue ni excesivamente fuerte ni se tradujo en una fuerte expansión del consumo, efecto este último que se explica por las políticas de moderación salarial y recorte de los subsidios de paro, así como por la generalización del empleo temporal, que aumentó la desconfianza de los consumidores y provoca cierta restricción en el consumo.

La alternativa a la débil demanda interna la constituye la exportación, segmento que, tras el cambio experimentado a finales de la década de los ochenta, ha mantenido un claro perfil deficitario. Sin embargo, merece la pena destacar que el grado de cobertura ha podido mantenerse en los últimos años, cuestión que por sí misma implica que la industria textil-confección española ha experimentado una reestructuración bastante profunda, que le ha permitido conservar algunos nichos de mercado, aunque no tan grandes como para mantener una posición netamente exportadora o, simplemente, para mantener el empleo.

Así, la crisis de la industria textil-confección española se explica en parte por la importancia del *shock* exterior y su particular posición en el contexto mundial; en parte se explica también por la depresión del propio mercado interior y el retraso en la adopción de medidas de reconversión. Cabe destacar al respecto los factores explicativos de coste y de estructura empresarial como los elementos básicos para entender la profundidad de la misma.

En el primer campo cabe señalar que la industria española estaba mal posicionada para hacer frente a

muchos de sus competidores. Los costes salariales, inferiores a la mayoría de países europeos, eran, en cambio, sustancialmente superiores a los de los países extracomunitarios e incluso algunos comunitarios (especialmente Grecia y Portugal). Si a ello se añade el alto coste financiero y las escasas economías de escala, se puede entender que la industria fuese incapaz de competir en aquellos segmentos de producto donde el coste desempeña un papel crucial, es decir, especialmente en los segmentos inferiores del mercado.

Por otra parte, la industria española, tradicionalmente orientada al mercado interior, de pequeña dimensión carece en muchos casos de estructuras orientadas al mercado mundial, por lo que se encontraba con enormes dificultades para competir con éxito con aquellas industrias más maduras y con experiencia de actuación global. Al menos esto resultó infranqueable para un gran número de empresas, y explica la importancia que adquieren en España las importaciones provenientes de países comunitarios como Italia o Francia, donde existe una amplia experiencia de actuación en el mercado mundial.

La reconversión sectorial parece haber provocado una situación bastante estable en cuanto al grado de cobertura de las importaciones, una vez absorbido el *shock* de la integración europea. Esta estabilización se explica, en gran medida, por la evolución de la industria local, en el sentido de ocupar algunos de los nichos de mercado ya indicados y tras producirse el proceso de ajuste que hemos señalado en apartados anteriores.

Cabe destacar que esta especialización parece apuntar hacia el desarrollo de productos más sofisticados, de mayor calidad, de alto valor añadido y relacionados con la capacidad de respuesta a los cortos ciclos comerciales, a los que debe responderse con capacidad de innovación, diseño y coordinación entre producción y comercialización. Una muestra de que ésta parece ser la línea seguida es que el déficit comercial es bastante mayor cuando se mide en unidades físicas que cuando se mide en unidades monetarias, debido al menor coste medio de los productos importados respecto a los productos de exportación. Ello no sólo se explica por el hecho de que España es un importador neto de materias primas (algodón, lana), sino también porque los productos manufacturados que se importan están, en muchos casos, orientados hacia segmentos medios del mercado, en lugar de orientarse hacia los segmentos superiores (1).

Una gran parte de las importaciones obedecen, efectivamente, a la entrada de productos baratos desde países con bajos costes de producción. Se trata, en muchos casos, de importaciones provenientes de países que no sólo cuentan con mano de

obra barata, sino que también han realizado un importante esfuerzo inversor para desarrollar una importante industria exportadora de productos manufacturados, a partir de materias primas locales.

La posición competitiva de la industria española es muy variada, según productos y países, aunque como norma general puede destacarse que los déficits se producen tanto en productos de gama alta como de gama baja, puesto que allí donde se generan estos déficits se encuentran tanto productores de bienes de bajo precio, como países especializados en producciones de calidad y con altos precios medios de exportación.

Algunos de los factores que han generado en la industria textil-confección presiones al cambio estructural son comunes a la mayoría de países europeos y otros se presentan con diferente fuerza y urgencia en los distintos países. En el caso español parece legítimo destacar el escaso crecimiento de la demanda y la mayor competencia, derivada no sólo del proceso de integración europeo sino sobre todo de la mayor competencia de los productos provenientes de países de bajo coste unitario del trabajo, como las dos grandes amenazas que todas las empresas españolas (y europeas) han tenido que afrontar en los últimos años.

La respuesta de las empresas a estas amenazas se ha dado en términos de modificaciones de la tecnología (materiales y/o procesos y productos) y de la propia organización de la industria (producción y/o distribución). Estas respuestas han tomado diferentes matices, en función de la posición de la empresa en la cadena de valor y en el mercado, de la competencia y experiencia adquirida históricamente y de la capacidad de innovación e imitación, entre otros factores. Los aspectos más relevantes se describen en los siguientes apartados.

LA INCIDENCIA DE LA TECNOLOGÍA †

El sector textil ha experimentado un duro proceso de ajuste desde la entrada de España en la Comunidad Económica Europea en 1986 hasta la actualidad, lo que ha provocado una reorientación de la producción hacia segmentos de elevado valor añadido para competir dentro de un mercado mundial progresivamente más liberalizado. Este ajuste ha supuesto una reestructuración de la capacidad productiva y ha tenido un elevado coste, sobre todo en términos de empleo.

El textil es un sector intensivo en el uso del factor trabajo, sin embargo, a medida que ha sufrido diferentes procesos de reestructuración la importancia de dicho factor se ha reducido. La inversión en tecnología y la renovación de los equipos productivos es fundamental para mejorar la productividad y la competitividad de un sector como el textil, expuesto a la com-

petencia internacional de países con costes notablemente inferiores.

El conjunto del sector textil está formado por una serie de procesos interrelacionados que comprenden desde la producción de fibras hasta la confección de un variado conjunto de prendas, así como de artículos de vestuario para el hogar y para usos industriales. El sector de maquinaria textil y de confección produce los equipos y herramientas necesarios para fabricar los diversos productos del sector textil-confección (hilados, tejidos, telas de punto, prendas de vestir, entre otros).

La anterior es una definición tradicional que actualmente va siendo sustituida por la de tecnología textil-confección, al englobar no sólo las máquinas sino además los sistemas productivos en su concepción más amplia, incluyendo maquinaria y también los sistemas de gestión de los procesos: calidad, diseño, control, etc. Hay que señalar el hecho de que la tecnología textil-confección se caracteriza por estar sujeta a innovaciones incrementales, es decir, que la tecnología conocida se va mejorando gracias a la incorporación de pequeños avances que aumentan su nivel competitivo.

A esto contribuye, por ejemplo, la informática, que ha sido en los últimos años un buen ejemplo de este fenómeno, ya que su introducción en el sector ha permitido mejorar la productividad de las máquinas, la calidad de los productos y la rapidez en los cambios de diseño. Esta introducción ha afectado a las máquinas individualmente consideradas, que incluyen ya mecanismos informáticos que pueden llegar a representar un importe más elevado que el de los componentes mecánicos.

El cambio en la tendencia de crecimiento de la demanda y la segmentación del mercado por medio del precio y del ingreso, regulada por un sistema de distribución cada vez más especializado, ha ejercido una influencia creciente en la determinación de las estrategias y, en particular, en la elección tecnológica de las empresas textiles y de confección en el transcurso de los años setenta y ochenta. Desde finales de los setenta las técnicas se adaptan cada vez más a las nuevas formas de competencia: la fuerte diferenciación del producto y del precio así como la rápida renovación del muestrario requirieron un aumento de la flexibilidad de producción y, por tanto, de un reordenamiento de la dirección de la innovación tecnológica con ese objetivo.

La idea, muy extendida hacia la mitad de los años ochenta, de que la madurez del sector textil-confección no habría dejado ningún margen de competitividad para los países industrializados no pudo sostenerse durante mucho más tiempo. En particular, destaca el enfoque derivado de la teoría del ciclo de

vida del producto, que alude a la presunta consecución de una fase de madurez tecnológica en la que la tecnología alcanzaría tarde o temprano un grado de estandarización que la haría accesible a todo el mundo. Resulta evidente que la tecnología ha sufrido modificaciones profundas, sobre todo en el textil, y que la influencia de las innovaciones basadas en la microelectrónica, lejos de haberse agotado, se están extendiendo hacia las fases de producción hasta ahora menos automatizadas por sus propias características, como la costura y la confección.

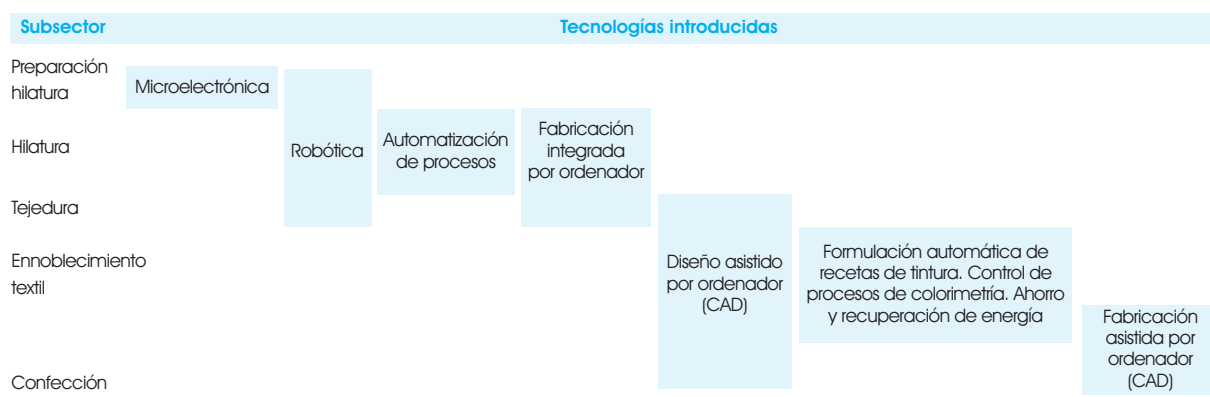
Al trazar a grandes rasgos las principales transformaciones tecnológicas de la industria textil-confección que han conducido a un decisivo cambio tecnológico en el sector, se distinguen normalmente dos «oleadas» de innovaciones. La primera, ocurrida en los años cincuenta y sesenta, a la que la industria textil-confección española se incorpora con cierto retraso, nace de la convergencia con la industria de las fibras químicas e incide fundamentalmente en las actividades más propiamente textiles. La segunda, basada en la microelectrónica, es más reciente, pero más horizontal, ya que se extiende también a las actividades de confección.

El cambio tecnológico de la industria textil-confección se ha desarrollado a partir de tres innovaciones cruciales: 1) los materiales (básicamente las fibras sintéticas); 2) los rotores *open-end* en la hilatura, y 3) los telares sin lanzadora en los tejidos. Más recientemente, también han sido fundamentales las aplicaciones de la electrónica en las fases de diseño (CAD) y de corte (CAD-CAM), y su utilización en la transmisión de información entre las diferentes fases tanto de elaboración como de venta.

En los procesos preliminares a la hilatura, las nuevas tecnologías se encuentran en el ámbito del laboratorio, con la utilización de aparatos electrónicos de medida y evaluación y aplicaciones de la robótica. En la hilatura se ha dado una automatización de procesos y la aplicación de la fabricación integrada por ordenador (CIM) para hacer controles periódicos o constantes de calidad del producto o de la evolución de los lotes de productos que se están manufacturando. En la tejeduría de calada y género de punto, además de la aplicación de la robótica y del CIM, se ha introducido el diseño asistido por ordenador (CAD). En las actividades de ennoblecimiento textil, las aplicaciones de las nuevas tecnologías van desde la formulación automática de recetas de tinte, hasta el control de procesos, pasando por la colorimetría. También cabe destacar la importancia del CAD en los procesos de estampación (cuadro 1).

La confección es la única actividad de la industria que no ha sufrido un cambio profundo y se mantiene como una fase tradicional y de alta intensidad de mano de obra. Aquí, la tecnología básica sigue sien-

**CUADRO 1
NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA INDUSTRIA TEXTIL-CONFECCIÓN**



FUENTE: Jódar, P. (dir.) (1998).

**CUADRO 2
INVERSIÓN TECNOLÓGICA DE LA INDUSTRIA TEXTIL-CONFECCIÓN**

| Rama de actividad | Empresas innovadoras | Porcentaje de empresas innovadoras | Gastos en innovación (millones de euros) | Gastos en innovación respecto de la cifra de negocio (%) | Cifra de negocios debida a innovaciones de producto |
|--------------------------------|----------------------|------------------------------------|--|--|---|
| Total industria | 16.100 | 10,0 | 6.100 | 1,6 | 18,6 |
| Textiles | 517 | 7,9 | 100 | 1,3 | 11,2 |
| Prendas de vestir y peleterías | 562 | 5,0 | 32 | 0,4 | 4,9 |

FUENTE: COTEC (2004).

do la máquina de coser, en la que el cambio técnico se ha traducido en casi el doble de puntos por minuto entre los años cincuenta y ochenta. Lo anterior sólo ha tenido un impacto menor en los costes, ya que el funcionamiento de las máquinas representa únicamente el 15%-20% del tiempo efectivo requerido para la elaboración de una prenda de vestir, siendo el tiempo restante dedicado a la manipulación del tejido.

En este sentido, los cambios más importantes han ocurrido en las fases de preensamblaje, es decir, de precorte (selección y preparación) y de corte, en las que la utilización del CAD-CAM permite ahorros en costes de mano de obra estimados, respectivamente, en el 50%-70% y en el 25%-50%, así como ahorros en materiales del orden del 5%-10%.

La informática también se ha convertido en un elemento básico en todo lo concerniente a la gestión global del proceso productivo: diseño de los productos, regulación y programación de los procesos y control de la calidad. A pesar del importante potencial, el sector presenta los siguientes factores negativos:

Escasa dimensión empresarial en este tejido industrial, característica más acentuada en determinados subsectores, sobre todo los finales.

Deficiente estructura de distribución en los mercados interior y exterior, lo que resta eficacia y encarece los costes.

Estructuras empresariales rígidas, que no permiten adecuar fácilmente la oferta a las características cambiantes de la demanda, originadas tanto por su temporalidad intrínseca como por el efecto moda.

Falta de internacionalización del sector, con bajos niveles de exportación respecto al valor de producción.

Deterioro progresivo y alarmante de la balanza comercial, con unos ritmos de incremento en las importaciones por encima de los de las exportaciones.

En el cuadro 2 puede observarse cómo el nivel medio de inversión en tecnología está muy por debajo de la media del total de la industria.

En un estudio reciente (AITEK, 2004) se puede constatar que alrededor del 60% de las empresas realizan esfuerzos de innovación y desarrollo, y que cerca del 75% lo hacen en cuanto a innovación de productos se refiere, aportando el mayor dinamismo en diseño y moda, y valorando muy positivamente el grado de modernidad de los equipos y la competitividad. Estas empresas llevan a cabo, en gran medida, la intro-

ducción de productos innovadores en el mercado. Es interesante observar que se hace poco esfuerzo por mejorar los canales de distribución, aunque existe una manifiesta intención de mejora y desarrollo de las nuevas tecnologías.

CAMBIOS EN LA RELACIÓN PRODUCCIÓN-DISTRIBUCIÓN ↓

Uno de los elementos más significativos en la evolución reciente del mercado interior de productos textiles lo constituye la paulatina transformación de las estructuras comerciales en los últimos años, con el consiguiente impacto sobre el proceso productivo.

En la década de los ochenta se acelera en España el proceso de modernización de las estructuras comerciales, con la aparición de nuevas organizaciones que transformarán el sector dominado por un número limitado de grandes almacenes y un gran número de pequeñas tiendas. Entre las principales novedades se sitúan, por una parte, las nuevas cadenas de hipermercados, que entran con fuerza a ofrecer productos del segmento inferior y que tienen un importante protagonismo en la introducción de productos extracomunitarios de bajo coste. Por otra, se desarrollan las nuevas cadenas comerciales, que tratan de presentar un estilo propio y que se ven reforzadas por la implantación de centros comerciales con una oferta idéntica.

Mientras el panorama comercial de las ciudades españolas estaba dominado hasta hace diez años por una enorme variedad de pequeños comercios locales, hoy pueden encontrarse las mismas cadenas de tiendas en casi la totalidad de las grandes y medianas ciudades, así como en los modernos centros comerciales.

Algunas de estas cadenas forman parte de grupos multinacionales, lo que significa una vía adicional de importaciones. Esta transformación ha tendido a cambiar la relación de poder entre productores y comerciantes en favor de estos últimos, generando presiones tanto en el plano de los costes como en el del diseño, variedad y ritmos de entrega de los productos. Variaciones que en los casos más exitosos han provocado una auténtica transformación de las estructuras del sector.

El resultado de este proceso se ha traducido en una clara reducción del tamaño del sector, lo que se pone de manifiesto mediante la observación de la drástica caída del empleo y de la producción interna. Hoy existen muchas menos empresas textiles de las que había hace una década, y las que han resistido tienden a mostrar un perfil diferente de sus antecesoras.

Desde el punto de vista de la organización de la industria, el cambio más notorio lo constituye la con-

solidación de las empresas integrales, que controlan el ciclo completo del producto, desde la producción de base hasta la comercialización final. Aunque no se trata necesariamente de empresas integradas, sí se caracterizan por ejercer un control directo sobre las diversas fases del proceso productivo (por ejemplo, recurriendo a las subcontratas bajo estrecha supervisión), con objeto de controlar costes, calidades y plazos de entrega. Esta estrategia, que en el pasado se limitaba a unas pocas empresas, ha sido desarrollada de forma novedosa por diversos grupos, que cubren distintos segmentos de mercado o que incorporan divisiones especializadas (principalmente Zara, Adolfo Domínguez y Mango).

En lo que atañe al número de empresas de comercialización de textiles (2), en el año 2002 se elevó a 91.052 empresas (6.021 empresas más que en 1999, cuando estaban registradas 85.031). En porcentaje, el mayor crecimiento lo tuvo la actividad de comercio al por mayor (12,75%). Este aumento es correlativo al incremento del número de locales, 4.000 más en el período indicado. De nuevo el comercio al por mayor es el canal con porcentaje de incremento más elevado, 16,93% (cuadro 3).

En relación con el total de empresas de distribución en todos los sectores, el textil representa aproximadamente un 11%, con un crecimiento progresivo, en el período analizado (1999-2002), de casi un punto porcentual por año (cuadro 4).

De las distintas magnitudes a analizar, el volumen de negocio es la más característica, habiendo tenido un incremento notable en el período 1999-2002, especialmente en el caso de intermediarios del comercio de textiles y prendas de vestir y de comercio al por menor de prendas de vestir. El importante aumento de la facturación se ve acompañado por el incremento, notable también, del número de empresas y locales, como se puede comprobar en el cuadro 3.

En un estudio privado realizado por ACOTEX (2003) se evalúa de forma global el nivel de ventas y el número de establecimientos en la distribución del sector textil-confección. Según este informe, en los últimos cinco años la facturación en España de la distribución textil ha registrado un incremento medio anual del 4,2%, y en la última década se ha incrementado en un 27,4% el número de establecimientos.

En lo que se refiere a la facturación derivada de la venta minorista de artículos de confección, alcanzó en España en el año 2000 la cifra de 15.866 millones de euros. Esta cantidad supone un incremento del 1,73% respecto al ejercicio anterior. Las causas del descenso del crecimiento del mercado obedecen a la ya mencionada atonía de la demanda interna y a una reducción de la facturación de la industria textil en general.

CUADRO 3
NÚMERO DE EMPRESAS Y DE LOCALES EN EL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA COMERCIALIZACIÓN

| Año | Magnitudes | Textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero (a) | Textiles (b) | Prendas de vestir y calzado (c) | Textiles (d) | Prendas de vestir (e) |
|------|--------------------|---|--------------|---------------------------------|--------------|-----------------------|
| 1999 | Número de empresas | 6.804 | 2.412 | 5.326 | 20.899 | 49.590 |
| | Número de locales | 6.923 | 3.063 | 6.539 | 22.222 | 62.701 |
| 2000 | Número de empresas | 7.096 | 2.671 | 5.598 | 20.749 | 50.265 |
| | Número de locales | 7.120 | 3.175 | 7.318 | 23.065 | 62.154 |
| 2001 | Número de empresas | 6.684 | 2.639 | 6.005 | 22.250 | 50.145 |
| | Número de locales | 6.780 | 3.033 | 7.646 | 23.660 | 64.416 |
| 2002 | Número de empresas | 8.851 | 2.785 | 6.307 | 21.023 | 52.086 |
| | Número de locales | 8.964 | 3.515 | 8.398 | 22.428 | 67.138 |

a) CNAE 5116: Intermediarios del comercio de textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero; (b) CNAE 5141: Comercio al por mayor de textiles; (c) CNAE 5142: Comercio al por mayor de prendas de vestir y calzado; (d) CNAE 5241: Comercio al por menor de textiles; (e) CNAE 5242: Comercio al por menor de prendas de vestir.

FUENTE: INE, Encuesta anual de comercio, varios años.

CUADRO 4
COMERCIALIZACIÓN EN EL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN, 1999-2002

Porcentaje de empresas en ese año con relación al total de la industria en cada año

| Año | Total empresas de distribución | Total empresas sector textil | Total empresas sector confección | Total empresas de distribución textil |
|------|--------------------------------|------------------------------|----------------------------------|---------------------------------------|
| 1999 | 774.893 | 23.311 | 61.720 | 85.031 |
| | — | 3,01% | 7,96% | 10,97% |
| 2000 | 787.428 | 23.420 | 62.959 | 86.379 |
| | — | 2,97% | 8,00% | 10,97% |
| 2001 | 784.765 | 24.889 | 62.834 | 87.723 |
| | — | 3,17% | 8,01% | 11,18% |
| 2002 | 785.653 | 23.808 | 67.244 | 91.052 |
| | — | 3,03% | 8,56% | 11,59% |

FUENTE: INE, Encuesta anual de comercio, varios años.

CUADRO 5
VOLUMEN DE NEGOCIO EN LA COMERCIALIZACIÓN DEL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN

Millones de euros

| Año | Textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero (a) | Textiles (b) | Prendas de vestir y calzado (c) | Textiles (d) | Prendas de vestir (e) |
|---------------------|---|--------------|---------------------------------|--------------|-----------------------|
| 1999 | 338,9 | 2.818,3 | 7.680,3 | 1.573,4 | 8.779,5 |
| 2000 | 334,2 | 3.312,4 | 8.477,1 | 1.755,1 | 10.564,6 |
| 2001 | 517,9 | 3.219,3 | 8.517,9 | 1.843,2 | 11.004,8 |
| 2002 | 556,9 | 3.381,2 | 9.585,8 | 1.785,2 | 12.189,1 |
| Variación 1999-2002 | 64,3% | 20,0% | 24,8% | 13,5% | 38,8% |

(a) CNAE 5116: Intermediarios del comercio de textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero; (b) CNAE 5141: Comercio al por mayor de textiles; (c) CNAE 5142: Comercio al por mayor de prendas de vestir y calzado; (d) CNAE 5241: Comercio al por menor de textiles; (e) CNAE 5242: Comercio al por menor de prendas de vestir.

FUENTES: INE, Encuesta anual de comercio, y elaboración propia.

De cualquier forma, en el período 1996-2000, la facturación aumentó 2.734 millones de euros (un 20,82%), dato que resulta considerable si tenemos en cuenta el descenso del sector. La facturación media por establecimiento minorista en 1999 fue de 185.621 euros, por lo que en su mayoría se encontrarían en el ámbito de la PYME. El incremento en la facturación media entre 1996 y 1999 fue del 12,32%.

El carácter minorista del comercio textil se refleja también en el número de empleados por empresa, que, haciendo una media entre todos los subsectores, es de tres empleados, con muy pocas variaciones en el período 1999-2002 (cuadro 6).

Respecto a la densidad comercial conviene mencionar dos aspectos: la concentración a nivel local, por un lado, y la distribución territorial del sector por

CUADRO 6
OCUPADOS POR EMPRESA Y SALARIO MEDIO EN EL SECTOR TEXTIL-CONFECCIÓN

| Año | | Textiles, prendas de vestir, calzado y artículos de cuero (CNAE 5116) | Textiles (CNAE5141) | Prendas de vestir y calzado (CNAE 5142) | Textiles (CNAE 5241) | Prendas de vestir (CNAE 5242) |
|------|-----------------------|---|----------------------|---|----------------------|-------------------------------|
| | | 2002 | Ocupados por empresa | 1,2 | 5,7 | 5,1 |
| | Salario medio (euros) | 26.637 | 21.262 | 21.120 | 13.525 | 14.712 |
| 2001 | Ocupados por empresa | 1,5 | 5,3 | 5,1 | 1,8 | 2,9 |
| | Salario medio (euros) | 25.268 | 16.350 | 16.692 | 10.645 | 11.272 |
| 2000 | Ocupados por empresa | 1,2 | 5,6 | 5,4 | 1,9 | 2,8 |
| | Salario medio (euros) | 18.563 | 15.670 | 16.331 | 8.476 | 11.573 |
| 1999 | Ocupados por empresa | 1,3 | 5,9 | 4,8 | 1,7 | 2,7 |
| | Salario medio (euros) | 14.730 | 14.262 | 15.314 | 10.289 | 12.733 |

FUENTE: INE, Encuesta anual de comercio.

comunidades autónomas. La penetración y localización de la empresa y el comercio textil a nivel local carece de datos específicos. En este sentido, y sin hacer alusión a fuentes estadísticas, hay que destacar que la estrategia de localización de las tiendas en las mejores calles y en los centros comerciales de las principales ciudades se ha transformado en una de las prioridades de las principales cadenas. Muchas de éstas han reducido sus presupuestos publicitarios y hacen de la ubicación y escaparates sus principales medios de comunicación. Una localización privilegiada permite también abarcar un mercado amplio con un número reducido de tiendas.

Por ello, podemos decir que la alta penetración (50%) de las cadenas especializadas es debida a una situación privilegiada que les permite cubrir un amplio mercado, conseguir altos índices de tráfico en las tiendas, una comunicación eficiente y unas mayores ventas. Una de las estrategias para las tiendas multi-marca es el localizarse en las ciudades pequeñas como base para preparar el asalto o la resistencia en plazas grandes.

En contra de los numerosos datos reflejados en la parte de distribución territorial de la industria textil, existen pocos datos referidos a la comercialización en cada comunidad autónoma, fundamentalmente en lo que se refiere a número de establecimientos y ubicación de los principales comercios. En lo que respecta al volumen de ventas de los comercios, el estudio de ACOTEX (2003) muestra datos reveladores. Por ejemplo, Andalucía ocupa el primer lugar, con un 17,2% sobre el total estatal, seguida por Cataluña (14,4%), Murcia (13,7%) y la Comunidad Valenciana (9,6%) (cuadro 7).

Tal y como se ha puesto de manifiesto, el sector de distribución de prendas de vestir está experimentando una desaceleración de su ritmo de crecimiento. La distinta repercusión que ha tenido en los diversos canales de distribución, la disminución del crecimiento de la facturación y del número de estableci-

mientos acumulada en el sector durante los últimos años, se debe a que tendencias mundiales como la globalización y la evolución tecnológica convergen en un mayor desarrollo de las cadenas especializadas, frente a otros tipos de distribución.

Por otro lado, la globalización y las tecnologías de la información también han tenido efectos beneficiosos para el sector, pues han permitido reducir la distancia entre los diferentes agentes que intervienen en el proceso de fabricación, reduciendo el tiempo desde el diseño de una prenda hasta su llegada a la tienda y creando el concepto de la distribución de circuito corto. Estas mejoras han permitido crear modelos de negocios capaces de responder a la demanda en cuestión de semanas, adaptándose al cambio de tendencias y modas. Los cambios que acabamos de señalar han cristalizado en dos hechos muy significativos en la distribución textil en España.

Por una parte, se observa un predominio de la distribución organizada. Ésta sería la gran novedad de la distribución textil que aparece aproximadamente a finales de los años ochenta. Su principal fuerza es su mayor eficiencia, que genera unos costes de transformación más bajos, que repercuten, a su vez, en precios más baratos. Este tipo de distribución ha dado lugar a unas tipologías comerciales propias, como las cadenas múltiples, las franquicias, los hipermercados y supermercados.

El paradigma de este tipo de distribución serían las cadenas del grupo INDITEX (Zara, Massimo Dutti, Pull&Bear, Bershka, entre otras), verdadero fenómeno mundial del comercio de la moda. Los hipermercados han entrado en el comercio textil y actualmente representan aproximadamente un 10% de las ventas totales. Los grandes almacenes mantienen su posición en el mercado gracias, en parte, a los beneficios de ventas en prendas de vestir.

En segundo lugar, se hace patente la crisis de la distribución clásica, que se centra básicamente en los

detallistas independientes multimarca, que han perdido desde los noventa buena parte de su cuota de mercado. La venta informal, la ambulante y la domiciliaria se mantienen más o menos estables, mientras que se introducen de forma tímida algunos nuevos sistemas de comercialización, como los centros comerciales, y también, en cierta medida, el comercio electrónico.

CONCLUSIONES ↓

Los cambios producidos en el entorno competitivo, derivados, fundamentalmente, de la liberalización del comercio internacional de productos textiles y la lógica aparición de competidores de bajo coste han obligado a una profunda reestructuración del sector textil-confección español. Dicha transformación se ha llevado a cabo, y no hay elementos que indiquen que la situación futura será muy diferente a la actual, en un marco de estabilidad económica, de estancamiento en el crecimiento de la población, pero de crecientes complejidades de los mercados, derivadas de las mayores exigencias de los consumidores y de una elevada competencia tanto en el mercado europeo como en los mercados internacionales. El nuevo entorno competitivo se articula alrededor de tres aspectos fundamentales: la supremacía del consumidor, la globalidad de los mercados y la tecnología.

La industria textil-confección ha pasado por un profundo proceso de reestructuración que sólo han podido superar las empresas más preparadas para afrontar las exigencias del nuevo entorno competitivo. El resultado de este proceso es una industria con una posición competitiva sensiblemente mejor a la observada a principios de los años noventa y con buenas oportunidades para competir en los mercados internacionales, siempre que se avance en la mejora de sus debilidades al tiempo que se refuerzan sus aspectos positivos.

Dada la supremacía del consumidor y la dificultad de segmentación, los productos textiles y de confección requieren una renovación constante, por lo que la innovación, la relación calidad-precio y la fidelidad del consumidor son importantes. Se deben mejorar las relaciones en toda la cadena de valor entre proveedores, fabricantes y distribuidores. La logística será un elemento clave de competitividad en el futuro inmediato.

Las empresas que deseen permanecer en el mercado deberán adoptar estructuras organizativas más acordes con el nuevo entorno competitivo, lo que seguramente generará un proceso de especialización. Los mercados altamente competitivos requieren estructuras potentes y de elevada capacitación y especialización, cuyo coste está fuera del alcance de las PYMEs, por lo que también resulta fundamental la cooperación entre empresas y las fusiones en busca

CUADRO 7
DISTRIBUCIÓN DE LA FACTURACIÓN EN 2001 POR
COMUNIDADES AUTÓNOMAS

| Comunidad Autónoma | Ventas (en millones de euros) | Porcentajes sobre el total nacional |
|----------------------|-------------------------------|-------------------------------------|
| Andalucía | 2.825 | 17,2 |
| Aragón | 558 | 3,4 |
| Asturias | 476 | 2,9 |
| Baleares | 378 | 2,3 |
| Canarias | 476 | 2,9 |
| Cantabria | 279 | 1,7 |
| Castilla-La Mancha | 1.084 | 6,6 |
| Castilla-León | 690 | 4,2 |
| Cataluña | 2.365 | 14,4 |
| Comunidad Valenciana | 1.577 | 9,6 |
| Extremadura | 356 | 2,2 |
| Galicia | 1.150 | 7,0 |
| Madrid | 149 | 0,9 |
| Murcia | 2.250 | 13,7 |
| Navarra | 476 | 2,9 |
| País Vasco | 306 | 1,9 |
| La Rioja | 936 | 5,7 |
| TOTAL | 16.425 | 100,0 |

FUENTE: ACOTEX (2003).

de la escala eficiente y las relaciones horizontales y verticales necesarias.

El futuro del sector depende, por tanto, de la evolución de su propia transformación, en el sentido de continuar una línea de actuación orientada a mejorar la calidad, la capacidad de respuesta y de propuesta al consumo, la rapidez con la que se conectan las esferas productivas y comerciales, la creación de una red exterior y de una imagen bien posicionada. En suma, innovaciones en las que debe primarse la formación laboral, la coordinación y cooperación entre unidades productivas y la eficiencia tecno-productiva.

Pero dependerá también de aspectos macroeconómicos que, en parte, están fuera de la capacidad de control del propio sector y que constituyen aspectos que pueden ayudar o perjudicar su desarrollo; entre ellos cabe destacar: el aumento o reducción del consumo interno (lo que depende en buena medida de las políticas de rentas) y la cotización externa del euro.

NOTAS ↓

- (1) Existen, sin embargo, excepciones notorias que deben ser tenidas en consideración y que se observan cuando se analiza la situación exterior, producto por producto y país por país.
- (2) Desde el punto de vista de la comercialización y distribución existen pocos datos, ya que la encuesta anual de comercio elaborada por el INE sólo existe desde 1999.

BIBLIOGRAFÍA ↓

ACOTEX (2003): *El Comercio Textil en cifras*, ACOTEX, Asociación empresarial del comercio textil y complementos.

- AITEX (2004): *Investigación de las mejores técnicas disponibles para la mejora continua de los productos industriales textiles*, AITEX Instituto Tecnológico Textil.
- AVISE, R. y FOQUIN, M. (2001): *Textiles and Clothing: The end of discriminatory protection*, CEPII Working Paper.
- BURSI, T. (ed.) (1992): *Acquisizioni e alleanze nell'industria tessile abbigliamento*, Milán, Franco Agneli.
- CITYC (2003): *Evolución del sector textil /confección en 2002*, Centro de Información del sector Textil y Confección.
- COMITEXIL (1993): *Le textile: une industrie pour l'Europe*, Bruselas.
- COMISIÓN EUROPEA (2003): *Economic and competitiveness analysis of the European textile and clothing sector*, Commission staff Working Paper.
- COTEC (2004): *El sistema español de innovación. Situación en 2004*, Fundación COTEC para la innovación tecnológica.
- FABREGAT, V. (1992): *La indústria a Catalunya. Tèxtil i confecció*, Barcelona, Departament d'Indústria i Energia de la Generalitat de Catalunya.
- GONZÁLEZ VEGA, I. (2003): «Evolución del consumo y precios del vestido», *Boletín de Información Comercial Española*, n.º 2768.
- GUILLEM GRAEL, D. (2003): «Nuevas oportunidades: los textiles técnicos», *Boletín de Información Comercial Española*, n.º 2768.
- HUSNU, D. (2003): *Talking points on the estimate of international trade policies in the textile and apparel sector*, OCDE Room Document, n.º 17.
- ICEX (2002): *Las marcas renombradas españolas. Un activo estratégico para la internacionalización de España*, foro de marcas renombradas españolas.
- JÓDAR, P. (dir.) (1998): *El sector textil: una perspectiva territorial*, ACTE, Ajuntament de Terrassa.
- KURT SALMON ASSOCIATES (1990): *Estratègia global pels sectors tèxtils i confecció i propostes d'ajut*, Barcelona, Departament d'Indústria i Energia de la Generalitat de Catalunya.
- MALUQUER, S. (2003): «La industria textil-confección europea en el umbral del siglo XXI», *Boletín de Información Comercial Española*, n.º 2768.
- MINISTERIO DE ECONOMÍA (2001): *Plan Global de la Moda*, Mineco.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA Y COMERCIO (1992): «Comercialización de productos textiles», Colección Estudios, *Boletín de Información Comercial Española*, n.º 2768.
- NUENO INIESTA, J. L.; MORAL BAHIMA, C. y MONSERRAT GOLSA, J. (2001): «El sector de la distribución textil en España», *Boletín de Información Comercial Española*, n.º 2768.
- OECD (2003): *Liberalising Trade in Textiles and Clothing: a survey of quantitative studies*, París.
- PIORE, M. J. y SABEL, CH. (1990): *La segunda ruptura industrial*, Madrid, Alianza.
- SECRETARÍA DE ESTADO DE ENERGÍA, DESARROLLO INDUSTRIAL Y DE LA PYME (2003): *El sector textil y de confección en Europa ante la desaparición de las restricciones cuantitativas a la importación: Diagnóstico y Soluciones*, informe interno.
- STENGG, W. (2001): «The Textile and clothing industry in the EU», *Enterprise Papers* n.º 2, Enterprise Directorate General.