

Entorno

Sourcing keys (XI): Turquía, la fábrica textil de Europa

Pese a mantener una tensa situación política con la Unión Europea, el país euroasiático continúa siendo uno de los principales proveedores en cercanía para la distribución de moda en el continente europeo.

Silvia Riera
7 ago 2017 - 05:00

El aprovisionamiento se ha convertido en uno de los pilares estratégicos para el negocio de la moda. Saber dónde, cómo y cuándo producir son cuestiones decisivas para el devenir de las empresas del sector. Modaes.es aborda las claves en las políticas de compras de las compañías y pone el acento en definir los principales hubs del sourcing y en los núcleos productivos de las materias primas. Bajo el título de Sourcing Keys, se irá trazando durante varias semanas una radiografía exhaustiva de los principales ejes geográficos en los que se concentran los distintos procesos manufactureros de la cadena de valor de la moda.

Sourcing keys (XI): Turquía, la fábrica textil de Europa

Turquía avanza como fábrica europea de la moda. Con una cadena de valor completamente integrada en su territorio, el país euroasiático saca partido de su posición geográfica para erigirse como el mayor productor en cercanía para la distribución de moda en el continente europeo. A pesar de la tensa situación política entre los gobiernos turco y europeo, el peso de Turquía entre los principales proveedores de moda de Europa ha continuado al alza en los últimos años.

Además de la proximidad al mercado europeo de consumo, una de las ventajas de Turquía como *hub* de aprovisionamiento para el sector de la moda es el desarrollo en el país de toda la cadena de valor, desde la producción de materias primas hasta la confección. Esta estructura dota al país de rapidez en la respuesta.

Por otro lado, el país ha ido elevando también su salario mínimo, que se sitúa en 479,5 euros al mes, por encima del de varios países de la Unión Europea, como Albania, Montenegro, Macedonia, Serbia, Bulgaria, Rumanía, Lituania, Hungría, República Checa, Eslovaquia, Estonia, Croacia y Polonia. La industria turca del textil y la confección también ha aprovechado su proximidad con algunos de estos países

para derivar allí parte de su producción *low cost*.

La industria del textil y la confección genera el 7% del Producto Interior Bruto (PIB) de Turquía y contribuye al 10,3% de sus exportaciones. Turquía es el séptimo productor mundial de algodón y el cuarto consumidor de esta materia prima, además de ser el tercer productor de algodón orgánico después de India y China.

El salario mínimo de Turquía se sitúa en 479,5 euros al mes, por encima del de varios países de la Unión Europea, como Albania, Montenegro o Macedonia, entre otros

Se calcula que en el país hay alrededor de 55.000 empresas que operan en este sector. También se estima que esta industria emplea alrededor de dos millones de trabajadores, aunque sólo estarían registrados en torno a 500.000 personas.

Uno de los pilares de la industria textil de Turquía es el algodón. La estructura industrial del país se compone tanto de grandes compañías verticalizadas con capacidades productivas a gran escala, como de empresas atomizadas de menor tamaño para series cortas o de apoyo. La producción textil y de la confección se concentra en Estambul, Bursa, Adana, Denizli, Kahramanmarash, Esmirna, Gaziantep, Tekirdag, Kayseri y Usak.

La industria turca del textil exportó en 2015 por valor de 5.087 millones de dólares. Sus principales clientes fueron Italia, Rusia, Alemania, Rumanía y Bulgaria. Las ventas exteriores de prendas confeccionadas, por su parte, ascendieron a 14.843 millones de dólares (12.517,4 millones de euros), de los cuales el 60% correspondió al género de punto. Las prendas más exportadas fueron camisetas de punto, vestidos y faldas, trajes chaqueta y pantalones para hombre.

La producción textil y de la confección se concentra en Estambul, Bursa, Adana, Denizli, Kahramanmarash, Esmirna, Gaziantep, Tekirdag,

Modaes

Kayseri y Usak

En 2016, la Unión Europea elevó un 1,2% sus importaciones de artículos de moda de Turquía, que se situaron en 13.598,4 millones de euros, siendo la menor subida de los últimos años. Entre 2012 y 2016, las compras se han incrementado un 18,7%. El peso de Turquía entre los principales proveedores europeos de moda es del 3,9% en la actualidad.

Grandes operadores internacionales del retail han tomado posiciones en Turquía. El gigante gallego **Inditex** cuenta en el país con 183 proveedores, propietarias de 750 fábricas, que suman una plantilla conjunta de 155.000 trabajadores. **Mango**, por su parte, produce el 13,2% de su colección en el país, mientras que **Grupo Cortefiel** cuenta con 31 intermediarios.

C&A, por su parte, tiene en la actualidad noventa proveedores, mientras que **Marks&Spencer**, 85. **Gap**, que concentra su fuerza productiva en Asia, ha ido diseminando su red de aprovisionamiento en los últimos años hacia otros puntos del Mediterráneo, como Turquía o Egipto. **H&M**, por su parte, tiene una estrategia similar a la de su competidor estadounidense. El grupo sueco concentra en la región Emea (Europa, Oriente Medio y África) el 25% de sus compras.