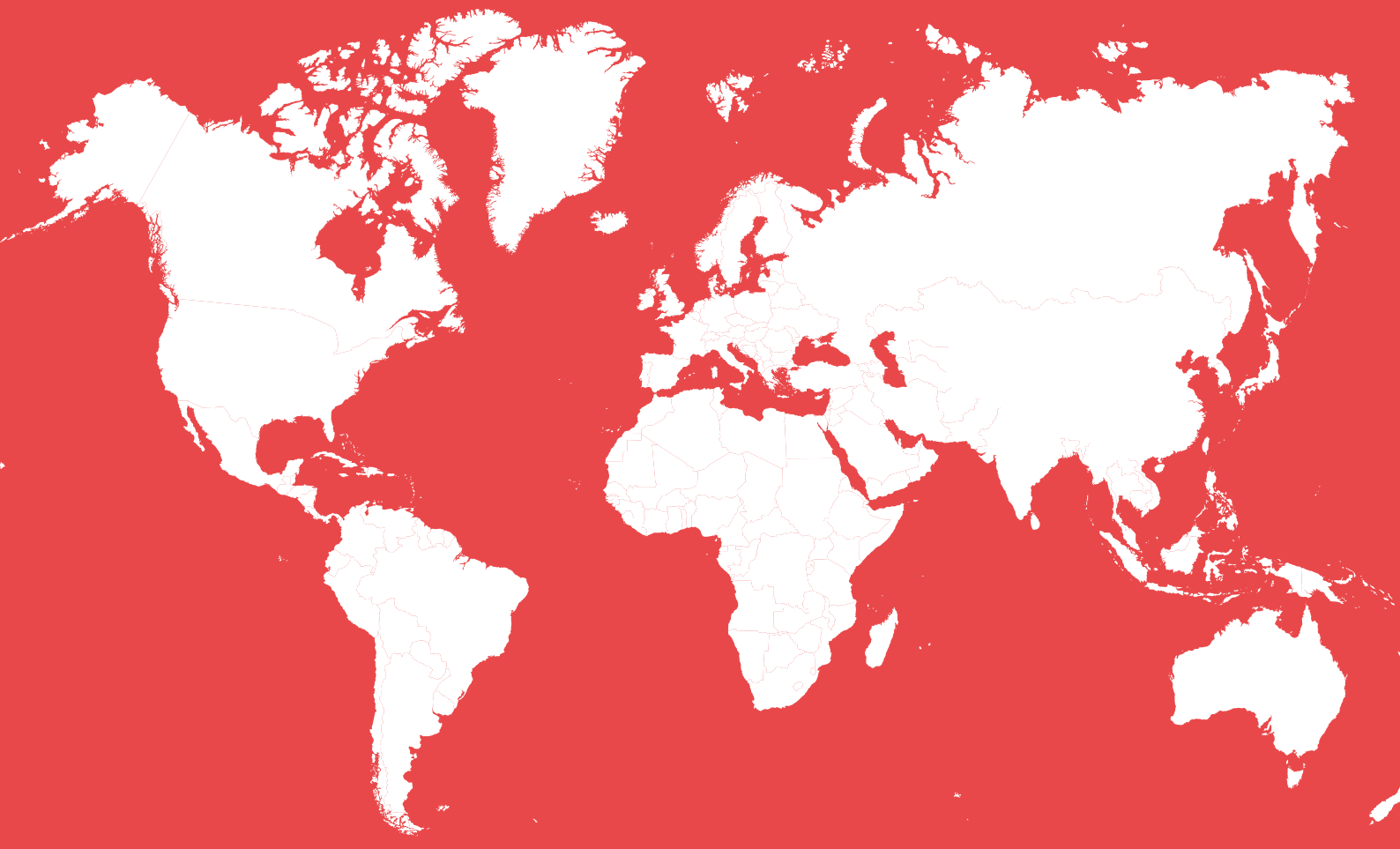
Dossier

modaes latinoamérica

OCTUBRE 2017

SOURCING KEYS



MODAES DOSSIER
Octubre 2017
www.modaes.es

MODAES.ES
Líder en información económica del negocio de la moda

DIRECTORA
Pilar Riaño

EQUIPO REDACCIÓN
Iria P. Gestal
Silvia Riera
Lorenzo Molina
Martí Ventura

REDACCIÓN LATINOAMÉRICA
María Bertero
María Cantini

CONTACTO REDACCIÓN
redaccion@modaes.com

DESARROLLO DE NEGOCIO
Christian De Angelis, director
Vanesa Luaces
Paula Robledo

EQUIPO COMERCIAL
Montserrat Luna
Elena Lorán
Gisela Trillas

CONTACTO PUBLICIDAD
comercial@modaes.es

ATENCIÓN AL CLIENTE
Rosa García
suscriptores@modaes.es

DISEÑO
Àxel Durana, director
Alba Durana

ISSN
2565-165X

EDITA
Ripley Gestora de Contenidos SL
Gran Via de les Corts
Catalanes 646, principal 1°
08007 - Barcelona
(0034) 938 807 878

MODAES PREMIUM
Conviértete en usuario Premium de Modaes para acceder a todas las publicaciones de Modaes y a los servicios del Espacio Premium.

Suscríbete en
www.modaes.es/premium

Reservados todos los derechos. Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización escrita de los titulares del copyright, bajo cualquier método o procedimiento, comprendidos la reprografía y el tratamiento informático, la distribución de ejemplares del presente documento.

CINNAMONNEWS

PRESENTACIÓN

LAS REDES GLOBALES DEL 'SOURCING' EN UN MUNDO EN TRANSFORMACIÓN

El aprovisionamiento se ha convertido en uno de los pilares estratégicos del negocio de la moda. Saber dónde, cómo y cuándo producir son cuestiones decisivas para el devenir de las empresas del sector.
Modaes.es Dossier Sourcing Keys 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. A través del documento se traza 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. El documento empieza con un esbozo de la cadena de valor, poniendo el foco sobre los mayores productores de materia primas. Más adelante, se centra en los principales polos productivos del mundo, con Estados Unidos, México o Brasil en el continente americano y España o Turquía en el europeo, para acabar con China, Bangladesh o India. En base a los últimos datos disponibles, se analiza la actualidad de cada uno de estos polos.

1 —

Los grandes exportadores mundiales

La moda, uno de los sectores pioneros en la deslocalización industrial, ha definido en las últimas décadas un mapa global de aprovisionamiento, que lidera imbatible China, pero en el que han aparecido nuevos países.

LOS GIGANTES DEL APROVISIONAMIENTO

	Textil	Prendas	Calzado
1º	128.136 millones $ **China**	205.723 millones $ **China**	8.927 millones $ **China**
2º	98.747 millones $ UE (28)	131.663 millones $ UE (28)	7.455 millones $ Italia
3º	19.985 millones $ India	34.091 millones $ Bangladesh	5.787 millones $ Vietnam
4º	16.458 millones $ Estados Unidos	30.565 millones $ Vietnam	2.551 millones $ Alemania
5º	12.931 millones $ Turquía	21.160 millones $ Hong Kong	1.410 millones $ Indonesia

Fuente: OMC, World's Top Exporters.

China, Bangladesh o India son a la producción de moda lo que París, Milán o Londres al diseño. En tres décadas, estos tres países se han consolidado como los *hubs* estratégicos para el aprovisionamiento global de la moda. Este sector, uno de los abanderados en la deslocalización industrial, ha logrado construir imperios mundiales de retail gracias, en parte, a haber logrado reducir los costes productivos derivando los procesos manufactureros a Asia.

Pese a que en la actualidad hay un nuevo movimiento de placas tectónicas en las rutas de compras con la relocalización, estos tres núcleos geográficos continúan liderando la fabricación mundial de tejidos, prendas y calzado.

COMERCIO INTERNACIONAL DEL TEXTIL

En el ámbito del textil, China continúa imbatible. El gigante asiático genera el 37,4% de las exportaciones mundiales de artículos textiles, según datos de la Organización Mundial del Comercio (OMC). En el año 2000, el peso de sus ventas globales del sector era del 10,4%.

La Unión Europea, pese haber perdido comba en el mapa mundial del aprovisionamiento, se mantiene como un actor estratégico, aupada por el avance del *fast fashion* y las compras en proximidad. Italia continúa siendo uno de los mayores productores y exportadores de tejidos del mundo, a la vez que Alemania ha reconvertido gran parte de su industria textil al ámbito de los textiles técnicos. En la actualidad, Europa genera el 22,1% de las exportaciones mundiales de artículos textiles, si bien el porcentaje ha disminuido con respecto al año 2000, cuando se situaba en el 36,7%.

Les siguen en el ránking India, Estados Unidos y Turquía, que copan el 5,9%, el 4,8% y el 3,8% de las exportaciones mundiales de tejidos. Completan la clasificación entre los grandes exportadores mundiales de tejido Corea del Sur, que supone el 3,7% de las ventas globales, y Taiwán, en el séptimo puesto, con el 3,3% de las exportaciones mundiales. Cierran el listado Hong Kong, Pakistán y Japón. Los diez mayores vendedores de tejidos del mundo concentran el 86% de las ventas globales del sector.

En cuanto a las importaciones, la Unión Europea continúa siendo el principal comprador de tejido, con un total de 68.000 millones de dólares en 2015; China es ya el segundo importador mundial de artículos textiles, por delante incluso de Estados Unidos. En 2015, el gigante asiático compró tejidos por valor de 30.000 millones de dólares mientras que el mercado estadounidense lo hizo por 29.000 millones de dólares.

Vietnam, Bangladesh, México, Indonesia o Turquía también se han convertido en gran-

China generó en 2015 el 37,4% de las exportaciones mundiales de artículos textiles

des compradores de tejidos ante su creciente protagonismo en la fabricación de prendas. En el caso de Vietnam y Bangladesh, estos han pasado de copar el 0,8% de las importaciones mundiales de tejido en el año 2000 al 6,1% y el 5,8%, respectivamente, en 2015.

COMERCIO INTERNACIONAL DE LA CONFECCIÓN

China lidera también con autoridad las ventas mundiales de prendas de vestir. Pese a que ha habido parte de la producción de la confección del país que ha derivado hacia otros territorios asiáticos con costes productivos más bajos, cuarenta de cada cien prendas de moda tiene aún como origen China.

En el ránking de los grandes exportadores mundiales de prendas de vestir, la Unión Europea mantiene su segunda posición con el 25,2% de las ventas mundiales. Bangladesh, en tercer lugar, genera el 5,9%. El avance del país asiático ha sido meteórico en los últimos años. En el 2000, la industria bengalí de la confección copaba el 2,6% de las exportaciones mundiales del sector.

El salto de Vietnam ha sido de un calibre similar. El territorio es ya el cuarto exportador global de artículos de moda, tras pasar de generar el 0,9% de las ventas mundiales en 2000 al 4,8% en 2015. Cierran la clasificación India, Turquía, Indonesia, Camboya y Estados Unidos. Entre los diez mayores exportadores mundiales de prendas de vestir concentran el 87% del total de las ventas. Quince años atrás, su peso era del 68,9%.

La Unión Europea y Japón, dos de los mayores mercados mundiales de consumo, copan el 34% y el 19,2%, respectivamente, de las importaciones mundiales de ropa. Los países de la Unión compraron en 2015 prendas de vestir por valor de 170.000 millones de dólares, mientras que en el mercado japonés ascendieron a 97.000 millones de dólares. Estados Unidos completa el podio con importaciones por valor de 96.000 millones de dólares.

De lejos les siguen Hong Kong y Canadá, con compras de 15.000 millones de dólares y de 10.000 millones de dólares. El resto de los mayores importadores de ropa son Corea del Sur, Australia, China, Suiza y Rusia. Sin embargo, la aparición de nuevos mercados de consumo ha atomizado el número de destinos de las prendas de vestir. Mientras que en el año 2000, los diez grandes importadores concentraban el 90,2% de las compras mundiales, en 2015 su peso fue del 67,8%.

COMERCIO EXTERIOR DE CALZADO

China vuelve a liderar el ránking de los grandes exportadores mundiales de calzado de piel. Sin embargo, el liderazgo del gigante asiático en esta categoría no guarda tanta distancia como en el textil y la confección. La industria china genera el 18% de las ventas mundiales de zapatos de piel, seguida de cerca por la italiana, que copa el 15% de las exportaciones del sector. En tercer lugar, Vietnam aporta el 11,8%.

En esta clasificación, elaborada por World's Top Exporters, sólo se tiene en cuenta el calzado de piel. Si se ampliara a otras categorías, como el sintético o el textil, China, Vietnam e India elevarían su protagonismo y se colaría Brasil en el *top five*. En piel, en cambio, India ocupa la sexta posición, por detrás de Alemania e Indonesia, y por delante que Portugal. Este *top ten* lo cierra España, que genera el 3,4% de las ventas globales.

Camboya y Vietnam son los países que más han incrementado sus ventas globales de zapatos de piel en los últimos cuatro años, con incrementos del 287,3% y del 83,9%, respectivamente. Por el contrario, los que más descendieron sus exportaciones fueron Hong Kong, con un retroceso del 47,4%; Rumanía, del 19,5%; Bélgica, del 18,2%; Holanda, del 16,9%, y China, con una caída del 16,2%.

Estados Unidos, Reino Unido y Alemania encabezan el ránking de los grandes importadores de calzado. En 2015, el mercado estadounidense adquirió 2.496 millones de pares; el británico, 749 millones de pares, y el alemán, 650 millones de pares, según Statista. Completan el *top five* de los grandes compradores mundiales Japón, con 585 millones de pares y Francia, con 509 millones de pares. España también cierra el ránking de los diez mayores importadores mundiales de calzado, con compras de 284 millones de pares en 2015. Por delante del mercado español están Emiratos Árabes Unidos, que ocupa la sexta plaza de la clasificación, Italia, Bélgica y Hong Kong. **m**

Cuarenta de cada cien prendas que se comercializan en el mundo tienen origen en China

EXPORTACIONES MUNDIALES DE TEJIDOS EN 2015

En porcentaje

China	37,4%
India	5,9%
Unión Europea	22,1%
Resto	34,6%

Fuente: OMC.

EXPORTACIONES MUNDIALES DE PRENDAS DE VESTIR EN 2015

En porcentaje

China	39,3%
Vietnam	4,8%
Bangladesh	5,9%
Resto	24,8%
Unión Europea	25,2%

Fuente: OMC.

EXPORTACIONES MUNDIALES DE CALZADO DE PIEL EN 2016

En porcentaje

Alemania	5,2%
Vietnam	11,8%
Italia	15%
China	18%
Resto	51%

Fuente: World's Total Exporters.

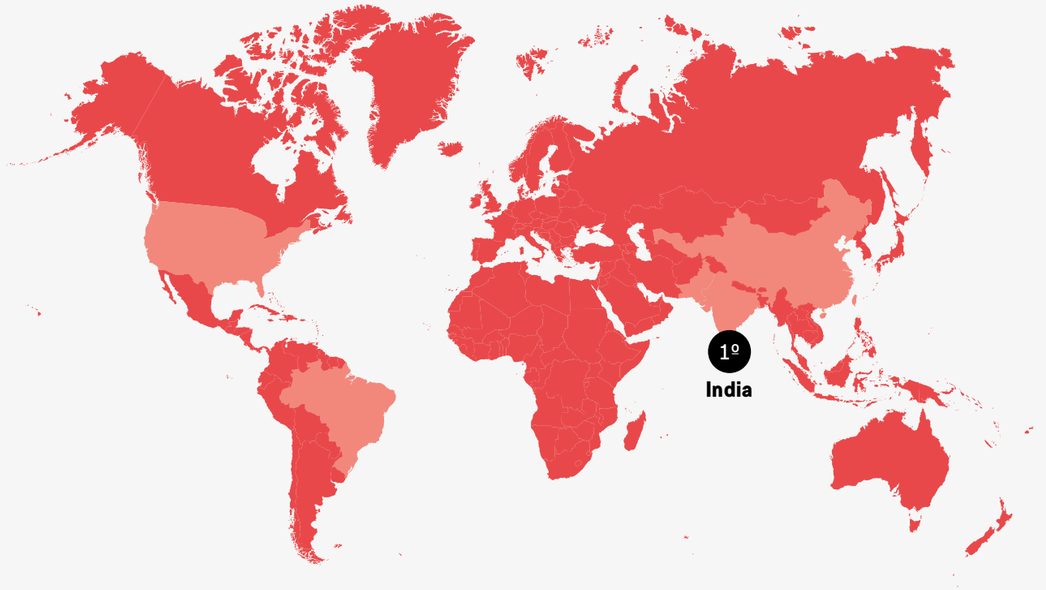
2 —

Los mayores productores de algodón

MUNDIAL

El algodón es una de las materias primas estratégicas para la industria de la moda y la evolución de su mercado, de sus cultivos y de las políticas agrarias de los países productores tienen un impacto directo sobre los márgenes del sector.

LOS MAYORES PRODUCTORES DE ALGODÓN



1º	**India** 5,7 millones de toneladas métricas	3º	**Estados Unidos** 2,8 millones de toneladas métricas	5º	**Brasil** 1,3 millones de toneladas métricas
2º	**China** 4,8 millones de toneladas métricas	4º	**Pakistán** 1,5 millones de toneladas métricas	6º	**Uzbekistán** 0,8 millones de toneladas métricas

Fuente: Statista.

El algodón es la materia prima por excelencia de la industria de la moda. Germen de la revolución industrial textil y de la globalización, el algodón continúa siendo estratégico en el sector y, sobre todo, en sus márgenes. La evolución de su mercado, de sus cultivos y de las políticas agrarias de los países productores tienen un impacto directo sobre los beneficios de las marcas.

En las últimas dos décadas, el algodón ha ido perdiendo peso en la producción mundial de fibras textiles. En 2013, esta materia prima representó el 29% de la producción global; las fibras sintéticas y artificiales aportaron el 70%, mientras que el 1% lo generó la lana. Veinte años atrás, el peso del algodón era del 44% frente al 51% de las fibras sintéticas y artificiales y el 5% del algodón, según el último estudio *Information on man-made fibres,* de la European Man-made Fibres Association (Cirfs).

India arrebató a China el liderazgo mundial en la producción de algodón en 2014, después de que el Gobierno de Pekín decidiera aflojar su política de ayudas a sus cultivos en favor de otras materias primas, como la soja. Durante 2011 y 2013, el gigante asiático llevó a cabo una política de acumulación de stocks, a través de la cual el Ejecutivo de Pekín subvencionó a los agricultores comprándoles el algodón a un precio por encima del mercado.

Desde que China puso fin a esta política, India ha mantenido la primera posición como el mayor productor mundial de algodón, apoyada también por la demanda interna de su propia industria textil. China, por su parte, ha continuado sacudiendo el mercado del algodón liberando parte de sus abultadas reservas nacionales a través de subastas. Por otro lado, el país situó en mínimos las importaciones de esta materia prima para forzar a su industria local del textil a trabajar con algodón chino. Este incremento de la oferta ha contribuido en los últimos años a moderar su precio en el mercado internacional.

India arrebató a China el liderazgo mundial en la producción de algodón en 2014

Estados Unidos es el tercer productor mundial, pero también el mayor exportador. El país ha mantenido una superficie estable, que ha ido encogiendo o engordando según la evolución de los precios. En la campaña en curso 2016-2017, el valor de esta materia prima se sitúa en 75 centavos de dólar por libra y se prevé que alcance hasta 81 centavos, según el Comité Consultivo Internacional del Algodón (Icac). Un año atrás, los precios estaban en 70 centavos.

Para esta temporada, se prevé un incremento del 2% de la producción hasta 23,4 millones de toneladas, algo por debajo del consumo, que se mantendrá en 24,1 millones de toneladas. Se prevé que el ascenso de los precios dé un espaldarazo a la producción en India y Pakistán.

Los grupos de gran distribución de moda están acelerando la plantación de algodón orgánico

ALGODÓN ORGÁNICO

Las nuevas políticas de sostenibilidad de los grandes grupos de distribución está teniendo una incidencia directa en las materias primeras de la industria de la moda y, en concreto, en el algodón. Sus plantaciones son extensivas y requieren elevados consumos de agua, fertilizantes y pesticidas. Por otro lado, y sobre todo en India, está extendido el uso de algodón transgénico, más resistente a las plagas, pero más intensivo en recursos.

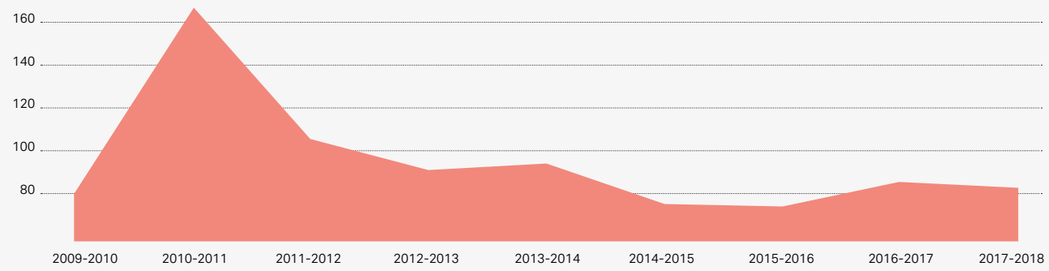
La gran distribución ha acentuado su apoyo a las plantaciones de algodón orgánico, aunque el grueso de la producción mundial continúa siendo convencional. Inditex, H&M, Gap, VF, Adidas, Nike, Bestseller o Marks&Spencer son algunos de los grupos que colaboran con la plataforma Better Cotton Initiative (BCI), orientada a dinamizar el consumo y la plantación de algodón orgánico.

En 2014, la organización duplicó la producción de este tipo de algodón hasta dos millones de toneladas métricas y elevó en un 80% el número de agricultores implicados en el proyecto, hasta 1,2 millones de pequeños propietarios. En 2014, el algodón orgánico cultivado bajo la tutela de BCI fue del 7,6% del total de la producción global de algodón. Las expectativas de la organización para 2015 pasan por elevar la cuota hasta el 11% y alcanzar el 30% en 2020, el equivalente a 8,2 millones de toneladas métricas.

En los países de Tanzania, Malawi, Zambia, Zimbabue y Mozambique, en el África subsahariana, es donde el BCI cuenta con mayor número de agricultores, hasta 733.000 personas, y una mayor superficie cultivada, de 972.000 hectáreas. La producción de algodón orgánico de la región es también una de las más elevadas, de hasta 346.000 toneladas métricas. Sin embargo, Brasil lidera el ránking en producción con 768.000 toneladas métricas, a pesar de que BCI sólo trabaja con 190 agricultores y la superficie cultivada es de 558.000 hectáreas.

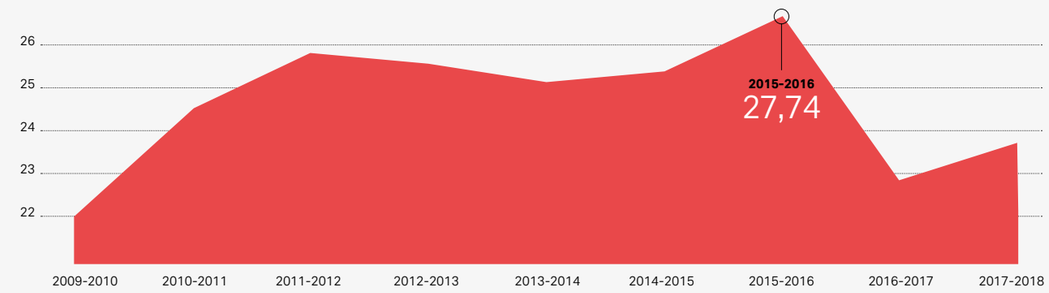
La organización opera también en otros de los grandes países productores, como India, China o Estados Unidos. En India, el BCI colabora con 270.000 agricultores, que suman una superficie cultivable de 456.000 hectáreas y una producción de 283.000 toneladas métricas. En China, la organización trabaja con 6.500 agricultores, con plantaciones de 54.500 hectáreas y una producción de 121.000 toneladas métricas. Por último, en Estados Unidos, la plataforma cuenta con 21 productores asociados, que agrupan 7.400 hectáreas y producen 12.000 toneladas. **m**

PRECIOS DEL ALGODÓN 2009-2018 — En centavos de dólar por libra



Fuente: Icac.

PRODUCCIÓN MUNDIAL DE ALGODÓN 2009-2018 — En toneladas métricas



Fuente: Icac.

APCER es una "empresa de auditoría" reconocida por FTA-Foreign Trade Association para llevar a cabo auditorías de acuerdo con el Código de Conducta BSCI - Business Social Compliance Initiative, cuyo objetivo es asegurar el cumplimiento de los requisitos mínimos de responsabilidad social por parte de los proveedores, promoviendo así la mejora de las condiciones de trabajo en las cadenas de suministro en todo el mundo.

APCER es, por encima de todo, una entidad global de certificación, auditoría y formación que responde de manera proactiva a las necesidades y expectativas de sus clientes, creando valor añadido.
Tenemos los mejores profesionales del mercado, con una cultura de responsabilidad, desarrollo continuo y orientación al cliente.
Nuestra conducta se basa en principios éticos de transparencia, independencia y imparcialidad.

AUDITORÍAS A PROVEEDORES — una herramienta para reducir el riesgo en la cadena de valor

- En todo el mundo, realizadas por auditores locales y de reconocida competencia;
- En cualquier sector de actividad;
- De acuerdo a las necesidades y objetivos del cliente;
- Con la elaboración de un informe detallado, realista y de valor añadido.

BENEFICIOS PARA LA ORGANIZACIÓN CLIENTE:

- Gestión de los riesgos asociados al desempeño de la cadena de proveedores;
- Reducción de costes asociados a las actividades de gestión de la cadena de proveedores;
- Reducción de los recursos internos asignados a las actividades de gestión de la cadena de proveedores;
- Evaluación independiente realizada por profesionales competentes.

Síguenos en in
info@apcerespana.es
www.apcergroup.com
APCER, Puede confiar.

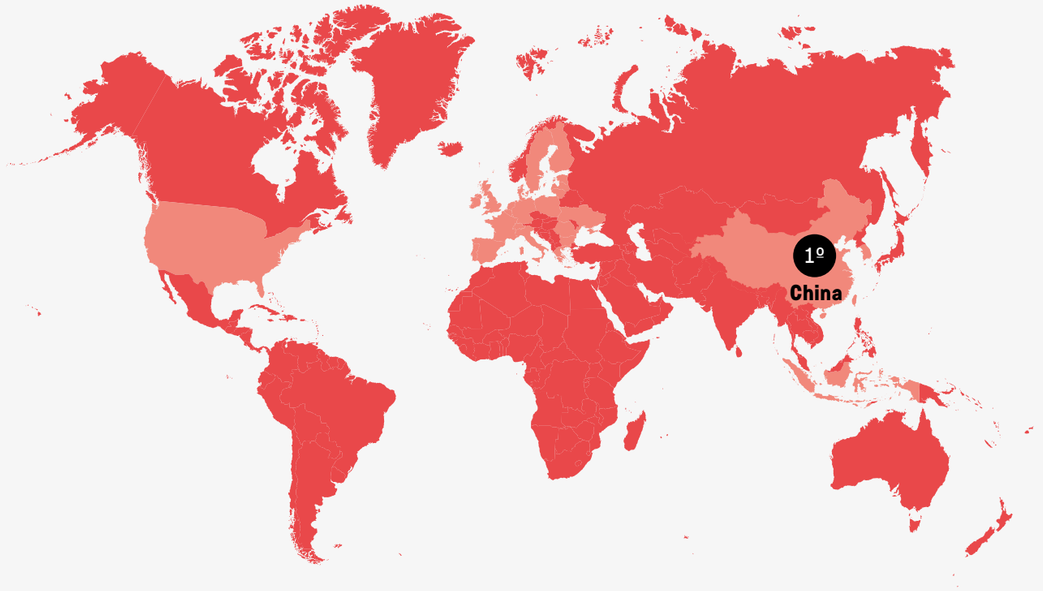
3 —

Los líderes de las fibras sintéticas

MUNDIAL

China, la Unión Europa y Estados Unidos son los principales productores de fibras e hilados como el poliéster, la poliamida, el acrílico o la celulosa, que en las últimas décadas han liderado la producción mundial de las materias primas del textil.

LOS MAYORES PRODUCTORES DE FIBRAS SINTÉTICAS Y ARTIFICIALES



1º	**China** 40,6 millones de toneladas	3º	**Estados Unidos** 2,6 millones de toneladas	5º	**Indonesia** 1,8 millones de toneladas
2º	**Unión Europea** 4,4 millones de toneladas	4º	**Taiwán** 2,15 millones de toneladas	6º	**Corea del Sur** 1,7 millones de toneladas

Fuente: Statista.

Poliéster, poliamida, polipropileno, acrílico o celulosa son las fibras sintéticas y artificiales más utilizadas por la industria textil. Su producción representa ya el 71% del conjunto de las fibras, frente al 28% del algodón y el 1% de la lana, según los últimos datos de la European Man-Made Fibres Association (Cirfs) correspondientes a 2014. Diez años atrás, el peso de la producción de fibras sintéticas era del 59%.

El sector diferencia entre las fibras sintéticas y las artificiales. Las primeras tienen como materia prima el petróleo, mientras que las segundas parten de materias primas orgánicas, como la celulosa. En ambos casos tienen en común un proceso de transformación industrial que las diferencia de las fibras naturales, como el algodón, la lana, el lino, el cáñamo o el bambú.

Este tipo de fibras se introdujeron en el mercado textil a partir de la década de los treinta con las primeras innovaciones industriales en este ámbito. En 1940, la producción de estas materias primas ascendía al 12% del total; en 1986, ya representaban la mitad de la fabricación de fibras textiles.

Su evolución histórica ha sido exponencial. La producción mundial de algodón ha pasado de 13,8 millones de toneladas en 1980 a 25,7 millones de toneladas en 2013. En el caso de las sintéticas y artificiales, su producción se ha multiplicado por cuatro en tres décadas, pasando de 14,1 millones de toneladas en 1980 a 63,2 millones de toneladas en 2013.

Del mismo modo que el algodón, el precio de las fibras sintéticas y artificiales va más allá del mercado de la oferta y la demanda en la industria textil. En el caso del poliéster, la fibra más usada por la moda, depende también de la evolución del precio de su materia prima, el petróleo, y del resto de las *commodities*. Por lo general, el precio del poliéster se mueve siempre por debajo del algodón.

En el primer trimestre del año, el mercado global de las fibras elevó su demanda a la vez que los volúmenes de producción se mantuvieron estables. Los precios del poliéster empezaron a repuntar a inicios de año, pero cayeron de inmediato ante el descenso de los valores del petróleo y de otras materias primas. Otras fibras, como la viscosa, mantuvieron sus precios estables.

China es el mayor productor mundial de fibras sintéticas, mientras que Europa ocupa la segunda posición. El continente europeo es, por otro lado, el principal exportador y fabricante de fibras de elevada resistencia, así como de polipropileno.

La producción china de fibras sintéticas y artificiales ascendió en 2013 a 40,7 millones de toneladas, según los últimos datos publicados por el Cirfs. Europa generó 4,5 millones de toneladas e India, 4,2 millones de toneladas. Los otros grandes fabricantes de estas materias primas del textil son Estados Unidos, con una producción de 2,6 millones de toneladas; Taiwán, con 2,15 millones de toneladas; Indonesia, con 1,8 millones de toneladas, y Corea del Sur, con 1,66 millones de toneladas.

Sólo en celulósicas, lideran la producción China, con 3,4 millones de toneladas; la Unión Eurepea con 557.000 toneladas; Indonesia, con 494.000 toneladas; India, con 446.000 toneladas, y Estados Unidos, con 287.000 toneladas.

Algunos de los principales operadores en el ámbito de las fibras sintéticas y artificiales son la estadounidense Invista, la coreana Creora, la india Reliance o la austríaca Lenzing. La primera de ella cuenta en su cartera de marcas con históricas del sector, como el elastómero Lycra.

La compañía es propiedad del grupo Koch Industries, uno de los mayores conglomerados industriales de Estados Unidos. Invista, que no facilita resultados económicos, cuenta con algunas de las marcas de fibras e hilados sintéticos más populares del mercado. Además de Lycra (que cuenta incluso con una entrada en el diccionario de la Real Academia Española por haberse convertido en un genérico), la empresa es también dueña de Coolmax, Cordura o Thermolite, entre otras.

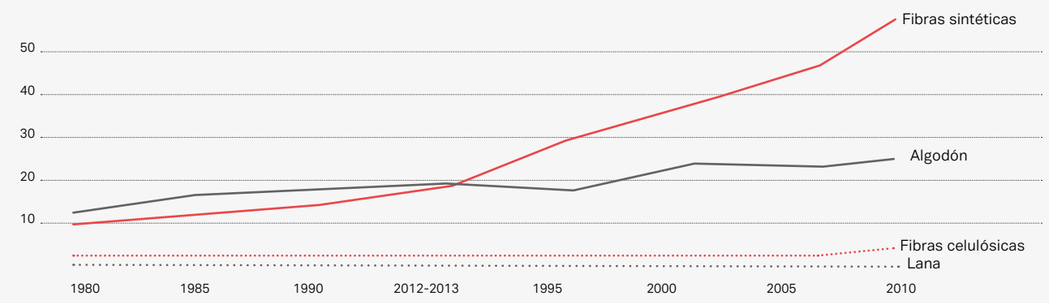
Creora es la marca insignia de la división textil de Hyosung, que inició su actividad en 1992. El grupo coreano, un hólding de 14.119 millones de dólares de facturación, rompió el mercado del hilo elástico en la moda, que hasta entonces había estado liderado por la marca Lycra. A raíz de aquel lanzamiento, la compañía ha desarrollado su negocio textil con la producción de hilos de nylon y poliéster.

Reliance es un gigante petrolífero indio que cuenta con una división de derivados, en la que se encuentran fibras textiles, como el poliéster. Su marca comercial es Recron. Por último, Lenzing es uno de los mayores productores de viscosa. Con sede en la localidad austriaca que lleva su nombre, hace dos años dio un giro estratégico para asentar toda su actividad en base a la sostenibilidad. En la actualidad, la empresa ha empezado a desarrollar hilos procedentes de residuos textiles. **m**

China concentra el grueso de la producción mundial de fibras sintéticas, con 40,7 millones de toneladas en 2013

EVOLUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DE FIBRAS

En millones de toneladas



Fuente: Cifrs.

amfori
Trade with purpose

NUEVA VISION. NUEVO NOMBRE.

Es tiempo de Comercio con Causa

A partir de enero de 2018, la Asociación de Comercio Exterior (FTA - Foreign Trade Association) se convertirá en **amfori** para contribuir a un mundo donde el comercio traiga beneficios sociales, medioambientales y económicos para todos.

Con amfori queremos continuar ofreciendo a nuestros miembros un marco práctico de trabajo y herramientas de último modelo para gestionar el rendimiento sostenible de sus cadenas de suministro y anticipar tendencias. Tambien promovemos un comercio más abierto y sostenible a nivel mudial.

Más informacion: www.fta-intl.org/content/fta-becomes-amfori

4 —

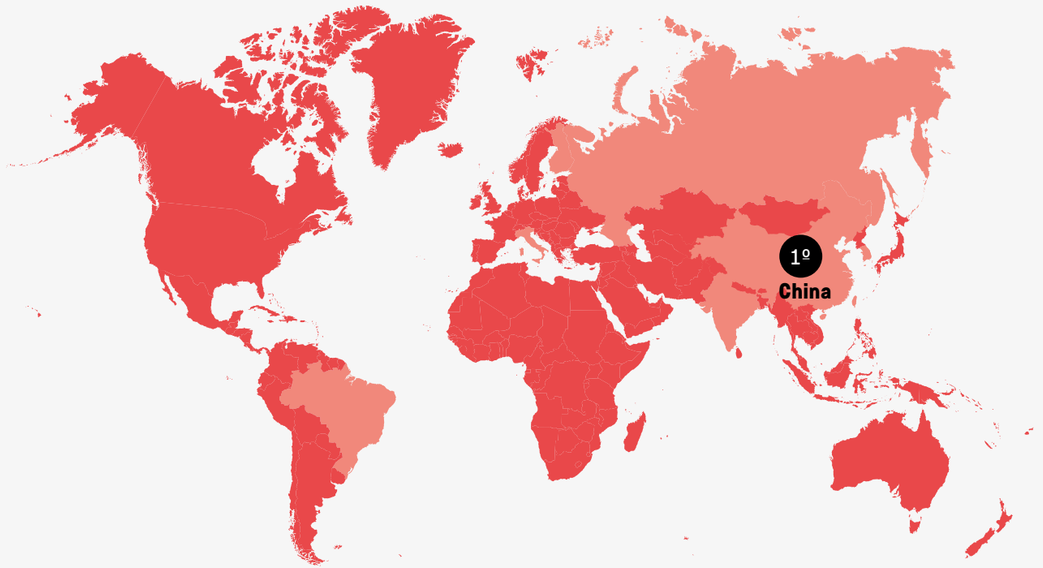
IV

Los reyes del curtido

MUNDIAL

La piel continúa siendo una de las materias primas más demandadas por la industria de la moda y, en concreto, por subsectores como el calzado, la marroquinería o las prendas de vestir.

LOS PRINCIPALES CURTIDORES



1º	**China** 363,5 millones de metros cuadrados	3º	**Italia** 146,2 millones de metros cuadrados	5º	**India** 129,8 millones de metros cuadrados
2º	**Brasil** 170,3 millones de metros cuadrados	4º	**Rusia** 135,7 millones de metros cuadrados	6º	**Corea del Sur** 100,6 millones de metros cuadrados

Fuente: Statista.

De LVMH a Hermès, la piel es la materia prima más valiosa del lujo. El calzado, la marroquinería y parte de la industria del vestir dependen de la curtiduría, que concentra la mitad de su producción en tres polos: China, Brasil e Italia. En los últimos años, las pieles más convencionales, como la bovina, ovina y caprina, han mantenido un crecimiento constante, mientras las exóticas han sido penalizadas por el mercado y han despegado las sintéticas ante la popularización de nuevos estilos de vida.

La industria internacional de la producción de curtidos para la industria de la moda se centra en tres tipos de pieles: ovino, caprino y bovino. Estas pueden obtenerse en el mercado en crudo o ya acabadas. La industria del calzado, la marroquinería y la de prendas en piel acostumbra a adquirir la piel ya terminada (curtida). Detrás de este proceso existe un conjunto de procesos industriales especializados en el tratamiento de la piel cruda para dotarle de flexibilidad y maleabilidad, además de color.

El proceso de la tanería, o curtiduría, se remonta al inicio de la civilización. Hay historiadores que sitúan los inicios del tratamiento de la piel de los animales para su uso en prendas de vestir y accesorios en 7.000 años antes de Cristo. En la actualidad, se trata de una actividad totalmente industrializada. Cuando empezó la manufactura industrial se utilizaba el proceso de cromo, aunque con el tiempo se derivó al curtido vegetal, que es el más utilizado en la moda o el mobiliario.

La producción mundial de pieles en crudo ascendió a 355,2 millones de piezas y 6.446,2 millones de toneladas en 2012, según los últimos datos globales disponibles, que la Food and Agriculture Organization (FAO) publicó en el estudio *World statistical compendium for raw hides and skins, leather and leather footwear*.

La producción y el comercio mundial de la piel se han mantenido estables en los últimos años, incluso durante la crisis. Entre 2002 y 2012 la producción mundial de piel creció un 9,7%. Las importaciones mundiales, por su parte, ascendieron en 2012 hasta 2.734 mi-

La industria del curtido para moda se centra en tres tipos de pieles: ovino, caprino y bovino

llones de toneladas, un 13,1% más que diez años atrás. Las exportaciones, por su parte, se elevaron hasta 2.505 millones de toneladas, un 13% más que en 2002.

En cuanto a la producción mundial de piel curtida, la de bovino (pesada y ligera) ascendió en 2012 a 14.567,6 millones de metros cuadrados, mientras que la de ovino y caprino se situó en 5.336,8 millones de metros cuadrados. En ambos casos, la producción se ha mantenido estable entre 2002 y 2012: la de bovino creció un 12,7% y la de ovino y caprino, un 11,8%.

Las importaciones de piel curtida de bovino se situaron en 2012 en 7.981,4 millones de metros cuadrados y las de ovino y caprino, en 2.226,3 millones de metros cuadrados. Las exportaciones de bovino alcanzaron 9.210,8 millones de metros cuadrados y las de ovino y caprino, 2.146 millones de metros cuadrados.

LOS POLOS PRODUCTORES DE CURTIDOS

La producción de curtiduría se concentra en unos pocos países. China es el principal fabricante de piel. En conjunto, la producción del gigante asiático ascendió en 2012 a 3.913,1 millones de metros cuadros, más del doble que el segundo productor mundial, Brasil. Dos terceras partes de la producción de piel en China se centran en piel bovina. Brasil, por su parte, produjo en 2012 un total de 1.832,7 millones de metros cuadrados de piel bovina, caprina y ovina. Igual que China, el grueso de su producción es de piel bovina.

China es el mayor productor de piel del mundo, seguida de lejos por Brasil e Italia

La tercera posición del podio de la producción de piel la ocupa Italia, con una producción de 1.573,5 millones de metros cuadrados. Le sigue Rusia, con 1.460,3 millones de metros cuadrados; India, con 1.397,5 millones de metros cuadrados; Corea del Sur, con 1.083,1 millones de metros cuadrados; Argentina, con 715,1 millones de metros cuadrados, y Estados Unidos, con 669,1 millones de metros cuadrados.

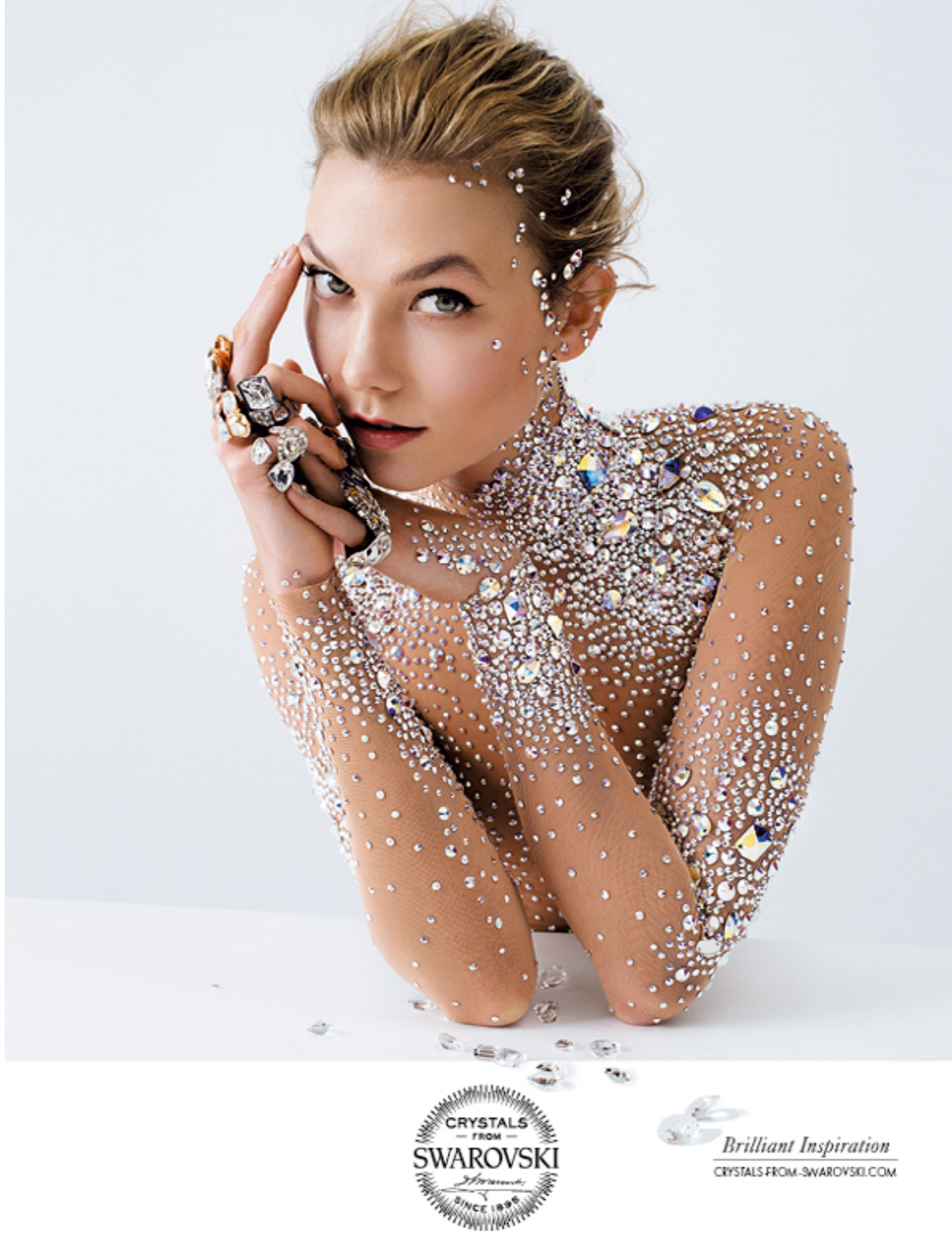
En los últimos años, el auge de estilos de vida vinculados al vegetarianismo y al veganismo han impulsado la industria de piel sintética. Se calcula que, en 2020, el mercado mundial del cuero de imitación tendrá un valor de 85.000 millones de dólares, según la consultora Grand View Investigation. La industria del calzado es la que más se está volcando en esta materia prima, por la que también están apostando otras industrias como la del mobiliario o la automoción, así como otros subsectores de la moda, como las prendas de vestir o la marroquinería.

En el caso concreto del calzado, su apuesta por la piel sintética responde también a una cuestión de volúmenes. El incremento de la demanda mundial de calzado viene también propiciada por el crecimiento de economías emergentes y el cambio de los hábitos de consumo. El aumento del interés del mercado por la piel sintética está vinculado también con sus bajos costes, aunque su industria está en manos de pocos actores.

Por otro lado, el mercado cuenta también con la curtiduría de lujo vinculada al tratamiento de las pieles exóticas, como la de cocodrilo, de serpiente pitón, anguila, elefante, avestruz, cebra, tiburón y raya. Ante las campañas que en los últimos años han llevado a cabo asociaciones animalistas, muchas marcas de moda se han posicionado en contra del uso de este tipo de pieles. **m**

La producción mundial de piel creció un 9,7% en 2012, según los últimos datos disponibles

El aumento del consumo de la piel sintética está vinculado a sus bajos costes



5 —

V

EEUU, relocalización al calor del proteccionismo de Trump

ESTADOS UNIDOS

La industria textil estadounidense vuelve a ganar músculo tras décadas de deslocalización y afianza su continuidad en sus tres polos manufactureros históricos: Nueva York, Greensboro y Los Ángeles.

Fuente: National Council of Textile Organization.

Producción -	**Empleo** 565.000 personas
Exportaciones 30.917 millones $	**Empresas** -

Nueva York, Greensboro y Los Ángeles. Las cunas del textil en Estados Unidos vuelven a recuperar peso en una nueva industrial basada en la proximidad y la agilidad. La llegada al poder de Donald Trump con un programa proteccionista no ha hecho más que apuntalar una tendencia que venía afianzándose desde inicios de esta década y que volvía a poner en el mapa mundial del aprovisionamiento a los tres polos textiles del país.

La industria estadounidense del textil y la confección empleó en 2016 a 565.000 trabajadores, según datos del National Council of Textile Organizations (Ncto). El sector estadounidense cuenta con una balanza comercial deficitaria, con importaciones que en 2016 ascendieron a 74.400 millones de dólares, un 11% más que en 2009, y exportaciones de 26.300 millones de dólares.

Después de décadas de deslocalización industrial, el sector textil y de la confección en Estados Unidos frenó en seco la destrucción de empresas y de empleo a partir del inicio de esta última década, coincidiendo con el incremento de los costes laborales en China. Más allá del desarrollo de una nueva industria tecnológicamente más avanzada y orientada a la investigación en textiles técnicos y textiles inteligentes, recuperaron impulso manufacturas más tradicionales.

La reactivación de la manufactura textil en el país también ha despertado el interés inversor de grupos asiáticos, sobre todo de China. Se calcula que entre 2010 y 2015, el textil estadounidense había atraído más de 45.000 millones de dólares en inversiones chinas. La principal clave era tener acceso directo a todo el mercado estadounidense.

Uno de los principales ejes que captó el grueso de la inversión asiática en el país fueron precisamente los estados de Carolina del Norte y Carolina del Sur, dos de los pilares de la producción algodonera del país. Otro de los grandes atractivos de esta región es su acceso a la materia prima, el algodón, del que Estados Unidos continúa siendo el principal exportador mundial.

Una de las primeras operaciones en este sentido fue las que realizó el grupo chino Keer Group en 2013, que invirtió 218 millones de dólares en la construcción de una fábrica de hilatura en Lancaster County, en Carolina del Sur. Otro de los grandes movimientos en este sentido fue la de la compañía taiwanesa Everest Textile el pasado diciembre, que destinó 18,5 millones de dólares para la construcción de una fábrica de confección en Forest City, en Carolina del Norte.

En Carolina del Norte se encuentra además la ciudad de Greensboro, uno de los princi-

La industria estadounidense del textil y la confección empleó en 2016 un total de 565.000 trabajadores

Carolina del Norte y del Sur han ido atrayendo desde 2010 inversión asiática para construir fábricas de hilatura, tejeduría y confección

pales clústers algodoneros del sector y sede de VF Corporation (propietario de Wrangler y Lee, entre otras). Una de las históricas de esta localidad, International Textile Group (ITG), propietaria de la tejeduría Cone Mills, volvió a seducir al capital y el año pasado pasó a manos del fondo Platinum Equity. La localidad también es sede de Unifi, uno de los mayores fabricantes de hilatura del país.

También en la costa este, Nueva York intenta reactivar su Garment District. El pasado abril, el ayuntamiento de la ciudad aprobó una partida presupuestaria de 136 millones de dólares hasta el ejercicio 2018 para rehabilitar las instalaciones de la Bush Terminal, en el Sunset Park de Brooklyn, para convertirlas en la nueva plataforma industrial del *made in New York*.

Este nuevo complejo se equipará para albergar la producción de prendas textiles, además de destinar parte del espacio a estudios de cine y televisión, y una incubadora de *start ups*.

En cuanto al espacio destinado a la confección de prendas de vestir, este se dividirá en zonas de hasta 2.000 metros cuadrados de superficie, que podrán alquilarse a un precio asequible. Se prevé que el complejo se ponga en marcha durante el ejercicio 2020. No obstante, su ubicación ha causado cierta controversia, sobre todo entre los ciudadanos más nostálgicos que hubiesen preferido que la ubicación de este complejo hubiera sido en el espacio original del Garment District, en Manhattan.

Pese al apoyo institucional a la fórmula, las cifras continúan siendo desalentadoras para el retorno de la industria de la confección en la Gran Manzana. En los años cincuenta, el 90% de la ropa que se comercializaba en el mercado estadounidense estaba fabricada en Nueva York, mientras que actualmente este porcentaje representa solamente el 1%. En cuanto al número de trabajadores, desde 1987, cuando se creó el Garment District, ha retrocedido un 83%. Por otro lado, la superficie destinada a esta actividad ha disminuido un 90%.

Sin embargo, el principal polo del made in the USA está en el extremo opuesto del país,

Nueva York quiere recuperar su Garment District, aunque reubicándolo de Manhattan a Brooklyn

Los Ángeles concentra en la actualidad más de 1.000 empresas de confección que emplean alrededor de 40.000 trabajadores

en Los Ángeles. En la actualidad, la ciudad concentra el mayor número de compañías de confección de prendas del territorio, situadas sobre todo en las zonas sur y este del *downtown*. En total son unas 2.000 empresas que emplean a alrededor de 40.000 trabajadores. Pese a ser una de las economías más avanzadas del planeta, los empleados de la confección en la ciudad se han manifestado en varias ocasiones en los últimos años denunciando sus condiciones laborales.

La mayoría de grupos de moda del país fabrican al menos una parte de su producción en Los Ángeles, incluso gigantes de la distribución como Ross o TJ Maxx, que trabajan a grandes volúmenes. Los Ángeles es también una de las mecas del país para la compra al por mayor. La ciudad cuenta incluso con el LA Fashion District específico para *showrooms* de marcas y diseñadores.

En la otra capital de la moda tienen sede American Apparel, que basó parte de su estrategia en hacer bandera del *made in LA*; además de Guess, Forever21 o 7 for all Mankind. **m**

6 —

VI

México, la ‘maquila’ de la moda de Estados Unidos

MÉXICO

La industria de la moda mexicana se desarrolla al calor de la gran distribución estadounidense. En la actualidad, casi la totalidad de sus exportaciones de ropa del país azteca tienen como destino Estados Unidos.

Fuente: Varias.

Producción
5.760 millones $

Empleo
438.000 trabajadores

Exportaciones
3.790 millones $

Empresas
20.000 compañías

México es la fábrica *low cost* de la moda estadounidense. Sobre la mesa, el país tiene ahora la renegociación del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (Tlcan) a petición del presidente de Estados Unidos, Donald Trump. Las conversaciones avanzan de forma accidentada y a golpe de polémica, sobre un contexto de fuerte tensión con el nuevo Gobierno estadounidense y su empeño en la promesa electoral de construir un muro entre ambos países.

La preocupación de la industria de la moda mexicana por cómo finalice este conflicto es elevada, sobre todo porque el 94,5% de sus exportaciones tiene como destino Estados Unidos. La industria de la confección facturó en 2015 un total de 78.216 millones de pesos (4.359 millones de dólares). El sector generó entonces el 2,5% del Producto Interior Bruto (PIB) del país. La fabricación de prendas en México emplea a 316.571 trabajadores, el 6,7% del total de la mano de obra manufacturera del país.

Se trata de un sector muy intensivo en mano de obra, con experiencia productiva y exportadora muy especializada en productos básicos, ya que muy pocas empresas han avanzado en diseño. En la confección hay un gran número de pequeñas y medianas empresas.

El 5,1% restante de sus ventas internacionales tiene como destino los países del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP), Canadá y el resto del mundo. En cuanto a las importaciones, el 14,7% de las compras tiene como origen el mercado estadounidense; el 5,8% Vietnam, y el 78,1%, el resto del mundo.

Por su parte, la facturación de la industria textil en México ascendió en 2015 a 43.221 millones de pesos (2.409 millones de dólares), un 12,1% más que en el año anterior, y ocupó a 120.894 trabajadores de media, el 2,6% del empleo manufacturero. Su peso en el PIB del país es del 1,4%. Se trata de una industria intensiva en maquinaria y equipos, con poca flexibilidad para producir tejidos para la confección de prendas por la falta de inversión en equipos.

Estados Unidos es su principal socio comercial, tanto para las exportaciones como para las importaciones. El 61% de las ventas exteriores del sector textil mexicano tienen como destino Estados Unidos, que a su vez es el principal proveedor del sector. Canadá es su siguiente mayor socio.

La industria del textil genera el 1,4% del Producto Interior Bruto (PIB) de México y la de la confección, el 2,5%

Uno de los escollos en la negociación del Tlcan es la normativa de origen para las importaciones

EN LA MESA DE NEGOCIACIÓN

Las relaciones comerciales entre México y Estados Unidos parecen ir al margen de las tiranteces políticas. El pasado junio, empresarios mexicanos y estadounidenses de varios sectores económicos pusieron en

marcha el US-Mexico Economic Council para fortalecer sus vínculos. Esta nueva institución quiere apoyar los objetivos pactados en el Tlcan.

Uno de los asuntos que está sobre la mesa en la renegociación del Tlcan es la normativa de origen. Estados Unidos exige la triple transformación industrial para determinar el origen de los productos y, en consecuencia, otorgar a las importaciones las partidas arancelarias correspondientes. En el textil, del mismo modo que ocurre en otras industrias, como la automoción, es difícil que tres procesos industriales se hayan realizado en un mismo lugar.

En el caso de la moda, la triple transformación implica que hilatura, tejeduría y confección, por ejemplo, se hayan efectuado en México para que una prenda que tenga como destino Estados Unidos se beneficie del arancel cero. No obstante, en muchas ocasiones, hay mercancía asiática que se transforma en México para entrar en el mercado mexicano beneficiándose de su posición como miembro del Tlcan.

Sin embargo, México continúa siendo uno de los países latinoamericanos con mayores tasas arancelarias sobre las importaciones con miras a proteger la industria local. De hecho, este año, la Organización Mundial del Comercio (OMC) ha instado al Gobierno del país a reducir los aranceles de 165 categorías de prendas de vestir y de calzado. Regiones como Hong Kong han denunciado en el seno del organismo internacional que México retrasa recortes que debería haber efectuado en 2013. Desde el Gobierno mexicano, por su parte, aseguraron entonces que hasta 2019 no prevén realizar modificaciones sobre los aranceles del textil y el calzado. Camisetas deportivas, corbatas, sujetadores, guantes, sudaderas y pantalones, entre otros, cuentan actualmente con aranceles de entre el 25% y el 30%, según su composición.

Por otro lado, mientras avanza la política proteccionista de la Administración Trump, la Unión Europea estrecha lazos comerciales y México es uno de los países con los que ha abierto negociaciones.

En México, los sueldos en la industria descendieron entre 2005 y 2016, pasando de 2,20 dólares por hora trabajada a 2,10 dólares

COMPETITIVIDAD

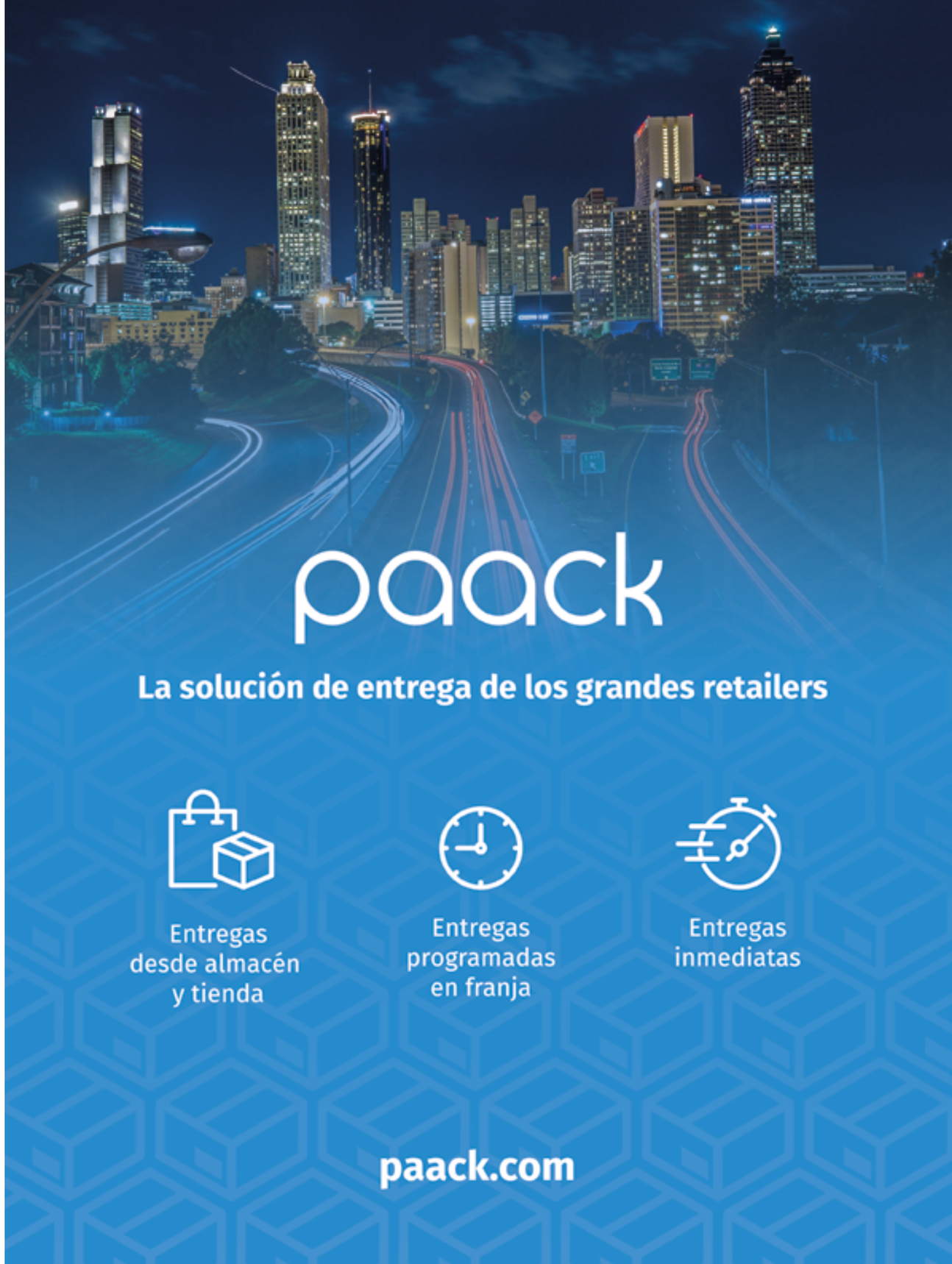
En la actualidad, México está a las puertas de aplicar una nueva reforma laboral orientada a proteger los derechos de sus trabajadores. Una de estas medidas contempla que el sistema de justicia laboral ya no esté directamente controlado por el presidente de México ni por los sindicatos, sino que sea vigilado por expertos, que realicen un seguimiento de los convenios colectivos de manera imparcial, transparente y eficiente.

De la misma manera que ha ocurrido en otros polos *low cost* del aprovisionamiento, los gigantes de la distribución de moda se han aliado para pedir mejoras en el sistema laboral mexicano. Algunas de estas compañías son Inditex, Nike, Adidas, Puma, Under Armour, C&A o VF Corporation, entre otras.

En lo que va de año, la industria mexicana de la confección ha ido destruyendo empleo. Según los últimos datos disponibles referentes a mayo, el número de trabajadores en la fabricación de prendas de vestir se redujo un 1,8% respecto al mismo mes del año anterior. Con esta caída, la mano de obra en el sector acumula ya cinco meses consecutivos de retrocesos.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (Inegi) de México, la producción de la industria de la confección marcó en abril una caída del 13% respecto el mismo mes del año anterior. No obstante, a lo largo del año ha ido recuperándose hasta registrar un ascenso del 0,5% en julio.

En cuanto a los salarios, los trabajadores en la industria de China cobran ya más que los de México. Según un estudio de Euromonitor International publicado a principios de 2017, el salario medio en la industria china se ha triplicado en los últimos once años mientras que en el resto del mundo apenas ha variado. En el caso de México, los sueldos en la industria descendieron entre 2005 y 2016, pasando de 2,20 dólares por hora trabajada a 2,10 dólares. **m**



7 —

VII

Colombia, socio estratégico en Sudamérica

COLOMBIA

La industria colombiana del textil y de la confección representa el 7,5% del Producto Interior Bruto (PIB) manufacturero y constituye el 6% de las exportaciones del país.

Fuente: Varias.

Producción -	**Empleo** 850.000 personas
Exportaciones 691 millones $	**Empresas** 10.500 compañías

Colombia es uno de los socios estratégicos en Sudamérica. El país es uno de los principales núcleos productivos de la industria de la moda en la región. Sus empresas han desarrollado su negocio en el exterior, pero donde continúan generando el grueso de sus ventas es en el mercado interior. Desde el Gobierno colombiano, hace años que se protege la manufactura textil en el país sobre todo con tasas arancelarias. No obstante, en los últimos meses, la producción textil ha empezado a sufrir los efectos de un descenso de su producción tras una bajada de las trabas a la importación.

La industria textil y de la confección en Colombia cuenta con más de cien años de trayectoria y una cadena de producción consolidada. El sector representa el 7,5% del Producto Interior Bruto (PIB) manufacturero y constituye el 6% de las exportaciones del país. La confección continúa siendo el sector con mayor peso en las exportaciones colombianas de moda, copando el 69% de las ventas.

Nichos como el denim, la ropa de baño, la moda íntima y la ropa deportiva son los sectores que en Colombia tienen mayor proyección internacional. Dentro de los principales clientes de la moda colombiana se encuentran Estados Unidos, Costa Rica, Perú, México y Ecuador. El sector se compone de cerca de 450 fábricas de textil y unos 10.000 talleres de confección. El sector emplea unas 850.000 personas, el 24% del empleo manufacturero del país.

Pese al impulso del sector en la última década, en los últimos meses la tendencia ha virado el rumbo

La industria textil y de la confección de Colombia se compone de cultivos de algodón, producción de tejidos y confección de prendas. La producción nacional de tejidos es de 950 millones de metros cuadrados al año. En Medellín se concentra el 40% de la confección.

Pese al impulso que ha tenido en la última década la industria colombiana de la moda, en los últimos meses la tendencia ha virado el rumbo. Hasta agosto, el sector local de la confección de prendas de vestir ha ido encadenando descensos, además de reducir su plantilla. El país, uno de los mayores *hubs* de la industria de la moda en Latinoamérica, se ha enfrentado entre enero y junio a una fuerte caída del consumo, que ha afectado especialmente a la moda. El comercio ilegal es otro de los mayores problemas a los que se enfrenta el sector.

Fabricato, uno de los mayores productores textiles de Colombia, anunció en agosto el cese temporal de su actividad debido a una bajada de las ventas que llevó a la empresa a la sobreproducción.

El sector ha ido acusando el descenso desde finales de 2016. Las exportaciones del sector pasaron de 894 millones de dólares en 2014 a 691 millones de dólares en 2016, según datos de la Cámara Colombiana de Confecciones y Afines (Cccya). El pasado agosto, el Gobierno colombiano puso en marcha un plan de choque para hacer frente a las dificultades por las que atraviesa actualmente el sector. El Ejecutivo colombiano, con el apoyo de otras entidades nacionales como ProColombia, Inexmoda y la Asociación de Industriales de Colombia (Andi), ya ha introducido una serie de medidas para fortalecer el consumo nacional, como el proyecto *Compre colombiano*. Otro de los planes contempla la formación de 100.000 aprendices, dentro del plan de transformación productiva para que cincuenta empresas ya consolidadas del país apadrinen a pymes.

PROTECCIONISMO

La industria de la moda es un sector estratégico para el país y cuenta con el apoyo gubernamental a través del Programa de Transformación Productiva, de inversión público-privada, que tiene como fin dar impulso internacional al sector.

A lo largo de las últimas décadas, el Gobierno colombiano ha llevado a cabo estrategias comerciales proteccionistas con miras a impulsar el desarrollo de la actividad manufacturera del país. Sin embargo, Colombia está trabajando ahora en reducir o eliminar las trabas arancelarias.

En este sentido, y tras un último año de dificultades para el sector, los empresarios se reunieron con el Ejecutivo del país para negociar cambios en los umbrales de los aranceles a la importación. Por otro lado, el pasado marzo, la Organización Mundial del Comercio (OMC) creó una comisión de verificación para comprobar si Colombia no eliminó el arancel a las importaciones de textiles, prendas de vestir y calzado de Panamá. En el calzado, Colombia ha eliminado recientemente el arancel al calzado del Mercosur y ha cancelado la sobretasa arancelaria del 35% con la que gravaba a productos procedentes de Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay y Venezuela. La medida, que estaba vigente desde 2016, penalizaba la presunta práctica del *dumping*, con precios por debajo de los diez dólares. **m**

8 —

VIII

Brasil, en la cumbre de los grandes ‘hubs’

BRASIL

La industria brasileña del textil es la quinta mayor del mundo; la de la confección, la cuarta, y la del calzado, la tercera. No obstante, sus 207 millones de habitantes constituyen aún su principal mercado.

Fuente: Varias.

Producción 55.400 millones $	**Empleo** 1,6 millones de personas
Exportaciones 2.380 millones $	**Empresas** 30.000 compañías

Brasil, entre los grandes *hubs* industriales de la moda. Pese a la fuerte crisis económica e institucional del país, su industria textil, de la confección y el calzado ha continuado avanzando a paso firme. Pese a ocupar las primeras posiciones en los ránkings mundiales, el m*ade in Brasil* está lejos de tener la misma popularidad que el *made in China*. El sector ha crecido al calor de un mercado interior de 207 millones de habitantes, una gran extensión geográfica y protegido con elevadas tasas arancelarias.

A principios de siglo, emergieron los países BRIC, con Brasil al frente como la mayor economía de América Latina. El país creció con solidez suficiente para atravesar sin dificultad los primeros años de la crisis financiera mundial que golpeó a las grandes economías occidentales. En 2010, el Producto Interior Bruto (PIB) del país escaló un 7,5%. Sin embargo, un año después, avanzó sólo un 3%.

Coincidiendo con los efectos colaterales al *boom* del Mundial de Fútbol en 2014 y de los Juegos Olímpicos dos años después, Brasil se sumió en dos fuertes crisis: una vinculada a la corrupción que costó la destitución de su presidenta, Dilma Rousseff, en agosto de 2016, y otra de carácter económico, provocada por una caída en picado de los precios de las materias primas y un paquete de recortes sociales.

El país aguantó el tipo durante la crisis internacional, pero en 2011 su economía empezó a frenar

En 2015, el PIB del país se contrajo un 3,8% y, en 2016, un 3,46%. En estos últimos años, el país disparó también las cifras de paro, lo que tuvo una incidencia directa sobre el consumo de las familias. Con una población de más de 207 millones de habitantes, Brasil se puso en el punto de mira en muchos grupos globales de retail de moda como uno de los grandes yacimientos de consumo aún por explorar.

Sin embargo, uno de los retos a los que se enfrentan los operadores internacionales a la hora de abordar el mercado brasileño es su extensión geográfica y al esfuerzo de capilaridad que deben realizar para llegar al máximo de población. Otro de los retos son las altas tasas a la importación, cuyos costes terminan absorbiendo los precios finales en la distribución. En el lujo, así como en las gamas premium, los precios llegan a ser el doble que en otros países.

Ante este contexto, el mercado de consumo del país está dominado por grupos locales, como Alpargatas, propietario de Havaianas, o su principal competidor, Grendene, dueño de Ipanema. Más allá del calzado se encuentra Mormaii, especializado en moda y artículos de surf; Osklen, en lujo, o AMC Textil, propietario de Colcci, de moda femenina, entre otros.

El plan de ayudas gubernamentales durante los años de crecimiento sacó de la pobreza a gran parte de la población y, de hecho, se considera que la mitad de sus habitantes son clase media. Sin embargo, las desigualdades continúan siendo fuertes y todavía hay decenas de millones de ciudadanos que viven en la pobreza. Por regiones, las más desfavorecidas son el norte, el noreste y el centro oeste del país. Por grupos sociales, **La industria brasileña sigue viviendo de su mercado local, beneficiándose de los altos aranceles del país**

los más desprotegidos continúan siendo las mujeres, los negros y las poblaciones indígenas.

Brasil es uno de los pocos países del mundo con una industria textil que abarca toda la cadena de valor, con grandes compañías operando en los distintos procesos de la cadena de valor. Algunas de ellas, incluso, mantienen estructuras completamente verticalizadas. El país es uno de los grandes productores de algodón y su industria textil cuenta además con una larga tradición, cuyos orígenes se remontan a la primera mitad del siglo XIX.

La industria brasileña del textil y de la confección suma 30.000 empresas y 1,6 millones de trabajadores. En su conjunto, el sector factura 55.400 millones de dólares, según los últimos datos disponibles de 2014 y publicados por la patronal sectorial del país Brazilian Textile and Apparel Industry Association (Abit).

El país es el quinto mayor productor mundial de tejidos y el cuarto de prendas de vestir. Sólo la confección de prendas, una industria que se concentra sobre todo en el sur y el sudeste del país, emplea a 1,3 millones de personas, el 70% de las cuales son mujeres. Este sector genera al año alrededor de 53.400 millones de dólares. Este subsector de la industria textil cuenta en el mercado brasileño con 26.688 empresas, el 80% de las cuales son pymes. Se calcu-

la que Brasil produce al año alrededor de 5.500 millones de prendas, con grandes volúmenes en baño, prendas vaqueras y ropa de hogar.

El textil es una de las industrias estratégicas del país. Desde el año 2000, el Ejecutivo brasileño ha venido apoyando las exportaciones del sector a través de la agencia de comercio exterior Apex. En la actualidad, Apex da apoyo al sector a través del programa Tex-Brasil, cuya principal partida se destina en apoyar la presencia de las empresas en ferias extranjeras. Los mercados objetivo de la industria brasileña de la moda son Estados Unidos, China y Japón, además de algunos países europeos y latinoamericanos.

'HUB' DEL CALZADO

La industria brasileña del calzado es también una de las mayores del mundo por detrás de China e India. El gigante asiático concentra el 55,3% de la producción mundial de calzado; India, el 13,2%, y Brasil, el 4,6%. Completan el *top five* de esta clasificación

Brasil es uno de los pocos países del mundo con una industria textil que abarca toda la cadena de valor

El país es el quinto mayor productor mundial de tejidos y el cuarto de prendas de vestir

Vietnam, con el 4,5% del total, e Indonesia, con el 3,6%.

Por otro lado, Brasil es también el cuarto mayor mercado mundial de consumo de calzado, por detrás de China, India y Estados Unidos. Completan los cinco primeros puestos en el ránking Japón e Indonesia, según datos correspondientes a 2015. Sin embargo, entre los mayores exportadores, la industria brasileña de calzado retrocede hasta el puesto número once, por detrás de España y Reino Unido.

El país cuenta con cercas de 8.000 empresas y 300.000 trabajadores vinculados al calzado. En 2016, la producción del sector ascendió a 954 millones de pares, un 1,3% más que en el año anterior, según datos de Abicalçados, la patronal del calzado del país.

A diferencia del textil y la confección, la industria del calzado cuenta con una mayor fuerza exportadora.

El año pasado, el sector vendió en el exterior 126 millones de pares por valor de 999 millones de dólares a más de 150 países. El principal destino del calzado brasileño es Estados Unidos; donde concentra el 22,2% de sus ventas; seguido de Argentina, con el 11,2% del total; de Francia, con el 5,6%; Paraguai, con el 4,8%, y Bolivia, con el 4,6%.

En sentido contrario, Brasil ha perdido interés como mercado de consumo para el calzado. En 2016, las importaciones del país se contrajeron un 2,8%, hasta 343,7 millones de dólares. Los principales proveedores de calzado del mercado brasileño son Vietnam, que concentra el 45,7% de las compras; China, con el 25,6% del total; Indonesia, con el 17,8%, e India y Paraguai, con un 1,5% en ambos casos.

Por tipos de producto, el 46,6% de la fabricación de calzado en el país es de plástico y caucho; el 27,4%, es sintético; el 19,9%, de piel, y el 4,5%, de textil. Por otro lado, el 67,8% de los zapatos fabricados en Brasil son para el público femenino; el 22,2%, para hombre y, el 10% restante, para el público infantil. Respecto a su uso, el 45,4% del calzado *made in Brasil* son chanclas; el 40,2%, calzado casual, y el 7,8%, deportivo. **m**

La industria brasileña del calzado es una de las mayores del mundo por detrás de China e India

Fabricación 100% nacional
Máxima flexibilidad, agilidad y competitividad en precios
Programación y diseño propios
Capacidad para grandes producciones
Auditada por expertos

Nos adaptamos a ti para ayudarte a crear las mejores colecciones

Quinto PUNTO s.l.

617 642 526 — quintopunto@quintopunto.com — www.quintopunto.com

9 —

IX

Los mayores ‘hubs’ industriales en Europa

EUROPA

Italia continúa siendo el mayor núcleo europeo de la industria de la moda, liderando el sector en el continente por número de empresas y trabajadores. Rumanía, por su parte, gana posiciones como el *hub low cost* local.

COMPRAS EUROPEAS DE TEXTILES Y PRENDAS 2016

1º	**Italia**	15.983,5 millones $
2º	**Polonia**	7.085,1 millones $
3º	**Portugal**	3.936 millones $
4º	**Rumanía**	3.819,4 millones $
5º	**República Checa**	3.483 millones $
6º	**Bulgaria**	1.830,4 millones $

Fuente: Eurostacom.

El *fast fashion* no sólo ha cambiado las reglas del comercio de moda, sino también las de la producción. La aceleración de los tiempos, el fin de las temporadas y la renovación constante de las colecciones ha modificado también las redes de aprovisionamiento. En este sentido, la proximidad ha vuelto a ganar competitividad y la industria textil en Europa ha recuperado músculo. Turquía, Portugal, Rumanía, Bulgaria y Polonia son tres de estos polos, aunque van ganando protagonismo otros países del este de Europa, como Moldavia, Macedonia, Albania y Serbia.

La industria textil vuelve a ganar terreno en Europa. Después de años de deslocalización industrial y de adelgazamiento del sector, la actividad manufacturera de la hilatura, la tejeduría y la confección en el continente europeo consolida su avance. El sector en Europa elevó un 1,1% sus ventas el año pasado, hasta 171.100 millones de euros.

El ascenso de las ventas del sector en 2016 es el tercero consecutivo, pero el de menor intensidad, tras crecer un 2,8% en 2014 y un 3,6% en 2015, según datos de la patronal europea del sector European Apparel and Textile Confederation (Euratex).La industria textil continuó tirando de las ventas del sector en 2016 tras aumentar un 1,9% su cifra de negocio y generar la mitad de los ingresos del conjunto de esta industria.

La confección europea, por su parte, incrementó su facturación un 0,7%, hasta 79.600 millones de euros, mientras que la producción de hilo sintético la disminuyó un ligero 2,6%, hasta 7.400 millones de euros. En cinco años, la actividad textil ha crecido un 8%, mientras que la de la confección lo ha hecho en un 3,9%, y la de hilo sintético la ha disparado un 10,4%.

El empleo del sector en Europa creció un 0,2% en 2016, hasta 1,69 millones de trabajadores. La confección continúa siendo el subsector más intensivo en mano de obra, con 1,02 millones de empleados. Le siguen el textil, con 649.000 trabajadores, y la hilatura sintética, con 20.000 trabajadores. La tejeduría es la única actividad en la que ha aumentado la contratación, con un alza del 2,8% en el último año, mientras que en la hilatura ha arrojado una evolución plana y en la confección ha retrocedido un 1,3%.

A lo largo del año pasado, Europa también aumentó el número de empresas de su industria textil y de la confección. El sector incrementó un 1,6% las compañías, hasta un total de 177.684 sociedades. Tras la fuerte caída registrada en 2013, cuando la estructura del sector encogió un 1,4%, todavía no ha recuperado la cifra previa de 180.200 empresas.

Después de años de deslocalización, la industria textil en el continente europeo consolida su avance

La confección concentra el mayor número de compañías, un total de 121.751, el 68,5% del total. Le sigue el textil, con 55.852 empresas, el 31,4%. La hilatura, por su parte, mantiene en Europa un total de ochenta sociedades.

PRINCIPALES NÚCLEOS EUROPEOS DEL TEXTIL

Italia es el principal eje del sector en Europa. Es el país que concentra el mayor número de empresas en la industria del textil y de la confección, y es el que emplea a más trabajadores en ella. En número de empresas, le siguen en la clasificación Rumanía, Polonia, Portugal, Alemania y Reino Unido. En volumen de trabajadores, los países que lideran el ránking junto a Italia son Polonia, República Checa, Portugal, Grecia y Reino Unido.

La industria textil es en la actualidad uno de los sectores manufactureros estratégicos de la economía italiana. El sector continúa sacando pecho del *made in Italy* con una industria que emplea a 405.000 trabajadores y cuenta con poco más de 50.000 empresas. En 2015, la industria italiana de hilatura, tejeduría y confección de prendas superó los 52.600 millones de euros en ventas.

Rumanía, que prevé entrar en el euro en 2022, ha ido ganando posiciones como uno

En Italia, el textil es un sector industrial estratégico, con 405.000 trabajadores y 50.000 empresas

de los mayores proveedores de prendas confeccionadas para los retailers europeos por ser uno de los países de la Unión Europea con unos costes laborales más bajos. El pasado febrero, el Gobierno del país elevó el salario mínimo, que situó en 1.450 rons (371,5 dólares). Hasta entonces, el sueldo mínimo del territorio estaba fijado en 1.250 rons (319,8 dólares). Se calcula que en Rumanía operan alrededor de un millar de empresas en el ámbito del textil de cabecera y otras 3.000 en el de la confección.

En el caso de Alemania, la industria de la confección ha prácticamente desaparecido y la industria textil ha dado un giro de 180 grados para orientarse hacia otros sectores industriales más allá de la moda. El sector alemán ha sido el que más se ha volcado en la transformación de sus empresas hacia nuevos modelos productivos y nuevos desarrollos de producto, adentrándose en el ámbito de los textiles técnicos.

Por otro lado, Reino Unido, cuna europea de la industria textil, ha vuelto a reivindicar el *made in Britain* y ha empezado a atraer de nuevo inversión en el sector. Según datos de la UK Fashion and Textiles Association (Ukft) correspondientes a 2015, el número de empresas del sector creció un 7,6% respecto al año anterior, hasta 7.880 compañías. En concreto, la mayor subida la protagonizaron los confeccionistas, que elevaron el número de compañías un 10,7%. El empleo superó en 2015 los 132.000 trabajadores, su nivel más alto desde 2006. **m**

10 —

X

Los clústers españoles de la moda

ESPAÑA

Cataluña es textil, Galicia es confección, la provincia de Alicante es calzado y la localidad gaditana de Ubrique, marroquinería. España mantiene aún sus núcleos productivos tradicionales, que han sabido defender sus respectivas cadenas de valor.

Fuente: Informe Económico de la Moda en España.

Producción
16.538 millones $

Empleo
138.631 trabajadores

Exportaciones
21.391 millones $

Empresas
19.441 compañías

España defiende su músculo productivo en la industria de la moda. Tras décadas de deslocalización industrial, el sector textil, de la confección, de la piel y del calzado mantiene aún algunos de sus mayores feudos manufactureros en los que ha conservado los distintos procesos de la cadena de valor. En este sentido, el textil continúa concentrándose en Cataluña, mientras Zaragoza es para la confección, Alicante para el calzado y la localidad gaditana de Ubrique, para la marroquinería.
La actividad manufacturera del sector ha vuelto a ganar protagonismo con las nuevas redes de aprovisionamiento de la distribución y una mayor demanda de la producción en proximidad. El Índice de Producción Industrial (IPI) del país creció en 2016 un 6,1%, encadenando cuatro años consecutivos de ascensos, según datos del Instituto Nacional de Estadística (INE).
La confección, por su parte, ha desarrollado una evolución más irregular que el textil en estos últimos años. El 2016, el indicador ascendió un 11,4%, pero venía de caídas del 6,4% en 2014 y 2015, respectivamente. En cambio, la industria del cuero y el calzado, que encadenó avances en 2014 y 2015, registró el año pasado un descenso del 4,3%.

DE BARCELONA A CÁDIZ, LA INDUSTRIA DEL SECTOR EN ESPAÑA

En el textil catalán, Sabadell (Barcelona) continúa siendo el clúster más importante de la tejeduría en España. Junto a Terrassa, eran dos de las localidades catalanas que concentraban gran parte de la producción textil de Cataluña y de España. En las últimas décadas, Terrassa ha ido abandonando la industria textil orientada a la moda para centrarse en ámbitos más técnicos y de mayor valor añadido. Sabadell, en cambio, a pesar de haber perdido la mayor parte de su grueso productivo, continúa siendo epicentro de algunos de los más importantes tejedores del país.
La actividad textil en la ciudad se remonta al siglo XVI, aunque no fue hasta el siglo XIX cuando se especializó en la lana. Sabadell continúa siendo sede de tejedores como el Grupo Dobert, Tejidos Bombardó o Torras Prades, entre otras. Artextil, de la familia García-Planas y una de las empresas de larga tradición en la industria textil lanera de Sabadell, ha adaptado el modelo de negocio a los nuevos tiempos reorientándose hacia el diseño y la consultoría, siempre en el ámbito textil. También son de esta ciudad la lanera Gorina o la marca Yerse.
Mataró, 30 kilómetros al norte de Barcelona, es uno de los enclaves tradicionales del género de punto. La localidad catalana empezó a especializarse en este campo en el último tercio del siglo XIX, aunque la actividad textil en la ciudad es anterior. A principios del siglo XX, Mataró, junto a las poblaciones colindantes de Calella y Canet de Mar, producían el 60% del punto que se consumía en toda Cataluña y representaban uno de los principales núcleos fabriles de España.
Tras los años de globalización del comercio textil, todavía hay grupos que continúan produciendo en la región, como Vilaseca, propietaria de las marcas Avet y Set. La zona, por otra parte, sigue reivindicando su protagonismo en el sector como sede de gran número de interproveedores de la gran distribución, con empresas como Hi Tex o Happy Punt, entre otras.

Sabadell (Barcelona) continúa siendo sede de algunos de los grandes grupos textiles del país

Igualada, también en la provincia de Barcelona, es otro de los epicentros históricos del textil en Cataluña y en España. Los orígenes de la actividad fabril en esta localidad se sitúan en el siglo XVII, aunque el desarrollo de la industria textil no se dio hasta el siglo XIX, especializándose en el algodón y el punto. Por otro lado, Igualada fue también un importante clúster en el sector de los curtidos, aunque con el tiempo la ciudad ha ido abandonando este ámbito, del que quedan muy pocas empresas.
Del mismo modo que ha ocurrido en el resto de clústers textiles en España, Igualada no escapó de los efectos de la globalización, aunque ahora trata de liderar la relocalización textil en Cataluña. Punto Blanco, Sita Murt, Buff o Escorpión son algunas de las empresas que continúan operando desde esta localidad.
En Galicia, los orígenes de la actividad textil hay que buscarlos en A Coruña a finales del siglo XIX con la aparición de las primeras fábricas de hilatura y de tejidos, aunque su peso en la industria local fue reducido. Aun así, estas empresas pioneras pusieron la primera piedra de la posterior actividad confeccionista.
A partir de la década de los noventa, la industria de la región constató que el futuro del negocio estaba en el diseño y en la distribución y dio un vuelco a su estrategia pasando de industria manufacturera a la creación

Elche (Alicante) es uno de los principales polos productivos del calzado en España

de marca y el desarrollo de redes de tiendas. De A Coruña es Inditex, el mayor grupo de distribución de moda del mundo y que todavía emplea en la región a cerca de un millar de trabajadores en varias fábricas; de Ourense son Adolfo Domínguez o Sociedad Textil Lonia, y de Vigo, Bimba y Lola, Patricia Avendaño o Selmark.

Elche (Alicante) es uno de los principales polos productivos de la industria del calzado en el conjunto de España. Empresas como Cuplé, Mustang, Kelme, Pikolinos, Pura López, Magrit o Wonders, entre muchas otras, tienen su sede en la ciudad alicantina, en la que la industria del calzado es con diferencia el primer generador de empleo.

Junto a Elche, las localidades de Elda, Petrer y Villena forman el llamado Valle del Vinalopó, en el que además de decenas de marcas tiene su sede Tempe, empresa que diseña, fabrica y distribuye todo el calzado del gigante gallego Inditex. En los últimos años, la región ha recuperado parte de su actividad productiva aupada por el regreso de parte de la producción.

Arnedo (La Rioja) y Almansa (Albacete) son otros de los epicentros del sector, aunque, a diferencia de Elche, la mayor parte de las factorías producen para marcas propias. Toda la red de talleres auxiliares que se han ido tejiendo en la zona da servicio a estas factorías. De Arnedo son marcas como Callaghan, Chirucas o Victoria, que mantienen su fábrica en la ciudad. Lo mismo ocurre en Almansa con Magnanni o Sendra Boots.

La localidad gaditana de Ubrique, especializada en la producción de bolsos en piel y marroquinería, emplea a cerca del 80% de su población en la industria de la piel: el sector ha vivido dos épocas de esplendor, una primera en la década de los sesenta, aprovechando la recuperación económica que vivió el país, y una segunda en los ochenta, con la llegada de pedidos de grandes marcas internacionales.

Como ha ocurrido en el resto de sectores industriales, la deslocalización provocó que las empresas manufactureras locales apostasen por la creación de marcas propias y de ahí salieron El Potro, Carla Sade, Carlos Naranjo o Don Puro. Sin embargo, en los últimos años, grandes marcas de lujo internacional han regresado a Ubrique para retomar su producción en proximidad. **m**

MENOS RIESGOS
MAYOR VALOR

Facilitamos el cumplimiento de la normativa textil internacional, garantizando la fabricación de productos de acuerdo con las especificaciones de sus clientes.

NUESTROS SERVICIOS:

- Análisis químicos y físicos acorde a normativas locales e internacionales
- Análisis de sustancias químicas restringidas (REACH): Arilaminas, Formaldehido, Metales Pesados (Pb, Cd, Cr, Ni), etc.
- Análisis de la composición de fibras, acabados textiles, solideces del color, etc.
- Auditorías de proveedor o de segunda parte: de responsabilidad social y técnicas (Factory Assessment)
- Inspecciones de calidad de producto

Ponemos a su disposición nuestra extensa red de más de 1650 oficinas y laboratorios ubicados estratégicamente en todo el mundo, avalando la calidad, seguridad y sostenibilidad de sus productos a lo largo de toda la cadena de producción.

SGS ES LÍDER MUNDIAL EN INSPECCIÓN, VERIFICACIÓN, ENSAYOS Y CERTIFICACIÓN.

CONTÁCTENOS

(t) +34 638 542 936. e-mail: joyce.guevaraflores@sgs.com
(t) +34 619 787 928. e-mail: pinar.sandikcivicentehernandez@sgs.com

WWW.SGS.ES

WHEN YOU NEED TO BE SURE

SGS

11 —

XI

Portugal, el socio industrial del retail español

PORTUGAL

La industria portuguesa del textil y la confección ha sido un aliado para el desarrollo de las marcas españolas de moda, y en la actualidad es el socio productivo para grandes grupos europeos y estadounidenses.

Fuente: ATP.

Producción 8.582 millones $	**Empleo** 134.000 trabajadores
Exportaciones 5.943 millones $	**Empresas** 5.600 compañías

España es retail y Portugal, industria. En las últimas décadas, el mercado español ha ido arrojando marcas de moda mientras que el portugués, con un mercado interno de poco más de diez millones de habitantes, ha optado por apostar por su tejido manufacturero de textil y confección. Las cadenas españolas de reciente creación encontraron en la industria lusa su aliado para el suministro. En la actualidad, el nexo se mantiene y un tercio de las exportaciones portuguesas del sector continúan teniendo España como destino.

La industria textil y de la confección de Portugal empezó a ganar de nuevo músculo productivo en 2010 después de sufrir dos duros baches: la liberalización del comercio textil en 2005 (cuatro años después de la entrada de China en la Organización Mundial del Comercio) y la crisis económico-financiera de 2007, que tuvo un fuerte impacto en el consumo, sobre todo en los mercados occidentales. Sin embargo, la imposición del *fast fashion* como sistema predominante en el negocio de la moda volvió a cambiar las reglas del juego y la redefinición de las redes de aprovisionamiento.

En este nuevo escenario, la cercanía ha vuelto a jugar un papel estratégico y ha dado de nuevo alas a regiones industriales cercanas a los gigantes europeos, como Portugal, pero también al norte de África y a Europa del Este. La industria portuguesa trata de desmarcarse del resto con una fuerte inversión tecnológica, en busca de marcas del segmento *premium* y lujo.

La industria textil y de la confección se concentra en el norte de Portugal, en la zona fronteriza con Galicia. En concreto, se ubica en las regiones de Ave, Cávado y Tâmega e Sousa, mientras que el calzado está aún más concentrado en las localidades de Felgueiras, Guimaraes, Santa Maria da Feira, Oliveira da Azeméis y Sao Joao da Madeira.

Sólo en esta región se concentra el 87% del volumen de negocio y el 85% del empleo de la industria textil y de la confección del país. El otro epicentro, la región centro del país, reúne el 11% de la facturación y el 12% de los puestos de trabajo.

LA INDUSTRIA LUSA EN CIFRAS

La industria portuguesa del textil y la confección está formada por 5.600 empresas que emplean 134.000 trabajadores, producen por valor de 7.288 millones de dólares y generan un volumen de negocio de 8.582 millones de dólares, de los cuales 5.943 millones de dólares son de exportaciones.

Se trata de uno de los sectores estratégicos de la economía nacional, ya que representan cerca del 10% de las exportaciones del país, el 19% del empleo de la industria manufacturera y el 18% de la cifra de negocio de la industria. Es uno de los pocos sectores industriales en Portugal con una balanza comercial positiva, con un saldo superior a mil millones de euros.

La confección de prendas exteriores representa la principal actividad de la industria lusa del sector, con el 38% de todo el volumen de negocio. Le sigue de lejos la tejeduría, con el 9% de la facturación total; la confección de otros artículos textiles, como el textil hogar, que agrupa el 7% de las ventas, y los acabados textiles, que reúne otro 7%.

La Unión Europea es el principal mercado de destino de las exportaciones portuguesas de textil y de confección. Un tercio de todas las ventas del sector luso se dirigen sólo a España, el equivalente a 1.887 millones de dólares en 2015. En total, las exportaciones lusas de tejidos y prendas confeccionadas ascendieron a 5.685,4 millones de dólares, de los cuales el 82,3% se quedó en los países comunitarios y sólo el 17,7% fue fuera de la Unión Europea. Este último grupo de países está liderado por Estados Unidos, donde el sector genera el 5,9% de sus ventas internacionales.

En cuanto a las importaciones, el peso de España en la industria del textil y la confección de Portugal es aún mayor. Cerca del 40% de las compras de artículos textiles y prendas confeccionadas de Portugal tienen como origen España, que en 2015, alcanzaron 1.720 millones de dólares. En total, las importaciones del sector del país ascendieron hasta un total de 4.461,8 millones de dólares.

Portugal es el décimotercer mayor exportador mundial de calzado y el quinto mayor europeo en zapato de piel. El calzado portugués también se ha volcado en los mercados internacionales, hasta el punto de que exporta el 95% de su producción anual a 152 países. En sólo siete años, las ventas exteriores del sector han pasado de 1.410,7 millones de dólares al año a rozar los 2.351 millones de dólares después de encadenar siete años consecutivos de crecimiento. En 2016, Portugal exportó 81.600 millones de pares de zapatos, un 3,2% más que un año atrás.

El calzado ha ido captando en los últimos siete años el fenómeno del retorno de la producción en cercanía para marcas y retailers europeos. Entre 2010 y 2016, el número de empresas del sector creció un 18,3%, hasta 2.818 sociedades. La plantilla conjunta, por su parte, engordó en este periodo un 20,3%, hasta 48.225 trabajadores. **m**

12 —

XII

Marruecos, socio ‘low cost’ en proximidad

MARRUECOS

Su ubicación en la cuenca euromediterránea es la principal ventaja de este *hub* productivo de la moda, desde el cual, en una media de tres días, un contenedor puede ir del puerto de Casablanca a los de Valencia o Barcelona (en España) a un precio de entre 300 euros y 600 euros.

Fuente: Amith.

Producción 3.938 millones $	**Empleo** 160.000 personas
Exportaciones 3.544 millones $	**Empresas** 1.100 compañías

Marruecos es el *hub low cost* más cercano. La proximidad es la principal baza a favor que tiene el textil marroquí en su relación con el retail español y del sur de Europa, junto con la capacidad de los puertos de Casablanca y Tánger. Inditex, Mango, Cortefiel, El Corte Inglés o Mayoral tienen en Marruecos algunos de sus principales polos de aprovisionamiento.

La imposición del *fast fashion* como modelo predominante en el negocio de la moda ha devuelto a la industria marroquí su protagonismo en el nuevo mapa global del aprovisionamiento para los grupos europeos de distribución. El sector vuelve a recuperar músculo después de sufrir un fuerte adelgazamiento con la liberalización del comercio textil global y la posterior crisis financiera y de consumo.

Unos costes laborales bajos, con un salario mínimo en 210 euros mensuales, y unas buenas conexiones marítimas con los puertos del sur de Europa, han devuelto al país a los ránkings de los principales proveedores del sector. Respecto a las infraestructuras, el país cuenta con puertos internacionales como los de Casablanca y Tánger, desde los que llegar a Valencia o Barcelona en una media de tres días con un coste por contenedor de entre 353 dólares y 705 dólares.

Entre las principales ventajas de Marruecos están unos costes laborales bajos y unas buenas conexiones marítimas

Además, la Unión Europea y Marruecos han sellado varios acuerdos de libre comercio, sobre todo en el ámbito de los bienes de consumo, que otorgan al país africano casi el mismo trato que el resto de los Estados miembros.

La industria marroquí del textil y de la confección emplea a más de 160.000 trabajadores y el objetivo que se ha marcado el actual equipo de Gobierno del país es elevar la cifra hasta 500.000 personas en 2020. En este sentido, el Ejecutivo quiere que la manufactura del sector, que ahora representa el 14% del Producto Interior Bruto (PIB), genere el 23% en 2020.

El sector genera un tercio del empleo industrial de Marruecos, copa un 5% de la producción industrial y un 5% de su cifra de negocio, mientras que sus exportaciones representan el 24% del total de las ventas de bienes del país.

España es el principal destino de las exportaciones marroquíes del sector, donde concentra la mitad de sus ventas exteriores

En los últimos años, el país ha puesto el acento en el denim y en los textiles técnicos con la creación de dos clústers específicos para acentuar el desarrollo de estos dos subsectores.

El sector tiene una capacidad productiva de mil millones de piezas anuales y un tejido empresarial formado por 1.100 compañías que generaron exportaciones por valor de 34.222 millones de dirhams (3.544 millones de dólares) en 2016, un 8,8% más que un año atrás, según datos de la patronal local del sector,

Amith (en sus siglas en francés).

España es el principal destino de las exportaciones marroquíes del sector, con la mitad de las ventas exteriores del país africano. En 2016, el país exportó al mercado español artículos textiles y de moda por valor de 18.491 millones de dirhams (1.915 millones de dólares), un 20,5% más que el año anterior. Francia y Reino Unido son su segundo y tercer mercado, con ventas de 8.612 millones de dólares y 2.016 millones de dólares en 2016.

En el último año, el textil y la confección marroquí han disparado su relación comercial con Portugal, uno de los principales *hubs* productivos de Europa. Las ventas del sector marroquí al mercado luso se han catapultado un 31,1% en 2016, hasta 1.436 millones de dólares.

Marruecos es el séptimo proveedor español de artículos de moda, por detrás de Turquía y Portugal, que en las últimas décadas han estado siempre un paso por delante suyo. Las compras españolas de textiles, ropa, calzado y accesorios representan un 5,6% del total de las importaciones del país correspondientes a este sector, según datos del Instituto Español de Comercio Español (Icex). No obstante, las prendas confeccionadas de vestir representan casi la totalidad de las ventas de Marruecos a España.

El mercado español, de hecho, es el principal socio de la industria marroquí del textil y la confección, ya que concentra cerca de la mitad de las ventas marroquíes de productos de moda a Europa.

El país mantiene una relación estratégica con el mercado español, pero su protagonismo se diluye con el resto de socios de la Unión Europea, donde ocupa un modesto puesto 25 entre los principales proveedores de la región, por detrás de los países asiáticos, Portugal, Europa del Este y Turquía. Las importaciones del conjunto de la Unión Europea de textil, confección, complementos y accesorios de moda ascendieron en 2016 a 3.241 millones de dólares.

La principal desventaja de Marruecos continúa siendo su fuerte dependencia de las importaciones de materia prima. A diferencia de otros *hubs* productivos de la cuenca euromediterránea, como Turquía o incluso Portugal, la industria marroquí de la confección acusa la falta de eslabones en la cadena de valor del textil de cabecera. Este vacío le obliga a trabajar con *stocks* de materia prima lo que, en ocasiones, puede retrasar o frenar pedidos. **m**

Marruecos exportó en 2016 artículos textiles y de moda por valor de 3.544 millones de dólares, un 8,8% más que un año atrás

Spring
global delivery solutions

Soluciones óptimas para la logística
y los envíos de tu eCommerce

Hacemos del
mundo una
gran tienda

Spring te acompaña en tu expansión internacional.

Realizamos envíos internacionales a través de nuestras redes más fiables.

Llegamos a todos tus clientes.
En todo el mundo.

www.spring-spain.com

clientes.es@spring-gds.com · +34 91 660 10 51

13 —

XIII

Rumanía, fábrica de ropa ‘low cost’ en Europa

RUMANÍA

El país centroeuropeo, que desde 2007 forma parte de la Unión Europea, ha sacado ventaja en los últimos años de sus bajos costes laborales para ganar protagonismo en el mapa mundial del aprovisionamiento de la moda.

Fuente: Varias.

Producción
3.285 millones $ (2013)

Empleo
101.157 trabajadores (2011)

Exportaciones
3.350 millones $ (2015)

Empresas
5.657 compañías (2015)

Rumanía ha desarrollado su industria textil y de la confección en los últimos años a raíz del espaldarazo de la nueva oleada de relocalización de la producción hacia países más próximos a los mercados de consumo en Europa. El fuerte crecimiento que ha registrado el sector en el país en este último periodo se apuntala sobre dos factores: en primer lugar, el territorio cuenta con una larga trayectoria en esta industria, con empresas que suman más de un siglo de historia. Y, en segundo lugar, Rumanía tiene uno de los costes laborales más bajos de la Unión Europea.

El coste laboral por hora en Rumanía se sitúa en dos euros por hora, según datos de Eurostat. Se trata del segundo valor más bajo de toda la Unión Europea. El resto de países en la tabla baja de esta categoría son Bulgaria (1,5 euros), Lituania (2,7 euros) y Letonia (2,9 euros). En el extremo opuesto se encuentran Dinamarca (25 euros por hora trabajada), Irlanda (18,3 euros) y Luxemburgo (17,8 euros).

Esta ventaja competitiva ha catapultado a la industria rumana de textil y confección como la más importante en cifra de negocio de toda la actividad manufacturera del país. En este sentido, el sector es el principal motor de riqueza del país por detrás de la agricultura y el transporte. Por otro lado, la confección concentra el grueso de la facturación del sector y de su mano de obra, formada sobre todo por mujeres.

Por otro lado, la industria rumana avanzó también posiciones en el mercado global del aprovisionamiento de los retailers europeos a partir de su entrada en la Unión Europea en enero de 2007. Desde entonces, el sistema laboral del país ha debido ajustarse a los estándares de la comunidad.

Una de las principales desventajas de su sector textil y de la confección es su dependencia a las importaciones de gran parte de la materia prima. El país cuenta con factorías para la producción de algunas fibras textiles, pero precisa de fuertes inversiones en este ámbito para construir una cadena de valor consistente en el país.

La producción de prendas de vestir en Rumanía se concentra sobre todo en ocho núcleos fabriles, el mayor de los cuales se encuentra en la región noroeste. En esta área se agrupan la mitad de las compañías del sector, que en 2013 ascendían a 5.657 empresas. De estas, 1.279 sociedades correspondían a la actividad textil, mientras que 4.378 eran de confección.

El coste laboral por hora en Rumanía se sitúa en dos euros por hora, frente a los 25 euros por hora de Dinamarca

En cuanto a la fuerza laboral, el sector contaba en 2011 con un total de 101.157 tra-

bajadores (aunque hay estudios que elevan la cifra hasta 250.000 personas), siendo el segundo país europeo con un mayor número de empleados en el sector por detrás de Portugal. Cerca de la mitad de estos puestos de trabajo se concentran en el ámbito de la confección en la región de Sur-Muntenia.

La producción industrial del sector ascendió en 2013 a 12.792 millones de lei (3.285 millones de dólares). El 37% de la actividad correspondió al textil, mientras que el 73% restante, a la confección. Entre 2000 y 2013, el sector ha catapultado su actividad manufacturera en el país en sus dos subsectores. El textil ha pasado de 1.358 millones de lei (348 millones de dólares) a 4.807 millones de lei (1.234 millones de dólares), mientras que la confección se ha multiplicado por cuatro, desde 2.078 millones de lei (532,5 millones de dólares) en 2000 a 7.985 millones de lei (2.050 millones de dólares) en 2013.

En las exportaciones del país, la confección es el subsector con un mayor protagonismo, seguido del calzado y del textil. La evolución de sus ventas en el exterior depende de la demanda de los grandes grupos internacionales. De hecho, los primeros en trasladar producción a Rumanía fueron industriales alemanes e italianos de hilados o tejidos, a la vez que los grupos de distribución de moda y las marcas de lujo elevaron la subcontratación de la confección de sus prendas.

Italia y Alemania son los principales mercados de destino de las exportaciones rumanas de textil y confección. Sólo el italiano concentra el 17% de las ventas exteriores del sector de Rumanía, que en 2015 ascendieron a 1.275 millones de dólares. Completan el *top five* de los principales compradores Reino Unido, Francia y España.

En cuanto a las importaciones, sus principales proveedores son también Italia, Alemania y Reino Unido. Completan los cinco primeros puestos Turquía y China. En 2015, las importaciones rumanas de artículos textiles de Italia ascendieron a 1.114 millones de dólares.

Pese a su carácter estratégico, la industria rumana del textil y la confección tiene un peso más bien modesto en el conjunto de las compras europeas del sector, donde ocupa un discreto puesto número 17, por detrás de Pakistán, Camboya, Vietnam y Portugal. En 2016, las compras europeas de textil y prendas de vestir de Rumanía ascendieron a 3.821 millones de dólares, un 2,2% más que en el año anterior y un 10,6% más que cinco años atrás. No obstante, representan el 1,5% del total de las compras europeas del sector. **m**

Una de las principales desventajas del sector en Rumanía es su dependencia de las importaciones de gran parte de la materia prima

14 —

XIV

Bulgaria, socio confeccionista de Europa y Turquía

BULGARIA

Sus bajos costes laborales han servido de anzuelo para atraer a los gigantes europeos de la moda, pero también para convertirse en el punto de apoyo *low cost* de la industria turca.

Fuente: Varias.

Producción 2.289 millones $	**Empleo** 116.768 personas
Exportaciones 1.433 millones $	**Empresas** 3.830 compañías

Bulgaria gana protagonismo en el mapa del aprovisionamiento mundial. La industria de la moda en el país europeo se apoya en las ventajas que le dan la proximidad a los mercados de consumo del continente, su estatus de miembro de la Unión Europea y los costes laborales más bajos del continente. Estas características no sólo lo han hecho atractivo para los grandes grupos europeos del sector, sino también para la industria turca, que ha derivado al país parte de su producción *low cost*.

Hugo Boss, Esprit, Barbour, C&A, Next, Otto, Tommy Hilfiger, Armani, Burberry o Max Mara son algunas de las marcas que han trasladado parte de su producción a Bulgaria. También hay grupos extranjeros que han realizado fuertes inversiones en el país para instalar factorías, como Miroglio, Calzedonia, Lise Charmel o Coats.

Entre las marcas y retailers españoles que se aprovisionan en el país se encuentran Inditex, número uno mundial de la gran distribución de moda, o El Corte Inglés, uno de los mayores grupos del mundo de tiendas departamentales. El gigante español de la distribución trabaja en Bulgaria con 33 fábricas, que emplean a 7.574 trabajadores. El número es bastante moderado comparado con otros países del este como Rumanía, con 129 factorías, o Turquía, donde trabaja con 1.285 fábricas.

La confección concentra el grueso de las empresas del sector textil en la industria búlgara, con 3.830 empresas

El sector de la moda en Bulgaria emplea a 116.768 personas, de las cuales el grueso trabaja en la confección

Con una población de 7,1 millones de habitantes y una superficie que es una quinta parte de España, Bulgaria tiene un Producto Interior Bruto (PIB) de 49.711 millones de dólares y un PIB per cápita de 7.180 dólares, frente a los 27.237 dólares de, por ejemplo, España. El país tiene una fuerza laboral de 3,2 millones de personas, de las cuales aproximadamente la mitad trabaja en la economía sumergida.

La industria de la moda emplea a 116.768 personas, de las cuales la mayoría trabaja en la confección, con una plantilla conjunta de 88.076 empleados. Le siguen, de lejos, la industria de la piel, con 15.500 trabajadores, y el textil, con 13.192 empleados. Como ocurre en otros países en vías de desarrollo, las mujeres representan el grueso de la fuerza de trabajo en el sector, con una edad media de más de 45 años. El sueldo mínimo del país es el más bajo de la Unión Europea: 420 levs (unos 252 dólares) al mes.

El subsector de la confección es el que concentra el grueso de las empresas, el empleo y la facturación de la industria de la moda en Bulgaria. En el país operan 3.830 compañías dedicadas a la producción de prendas. La mayoría de ellas se agrupa en dos regiones, en el sur y el suroeste del país. Pese a que el 80% de las compañías son propiedad de empresarios búlgaros, casi la totalidad de la industria está volcada en la exportación hacia los mercados turco, griego y los países de la Europa Occidental.

En este sentido, se estima que entre un 70% y un 80% de las prendas producidas en Bulgaria tienen como destino Europa y, de estas, la mitad son para el mercado alemán. Otros países de destino son Italia, Francia, Grecia y Reino Unido.

Entre 2001 y 2015, la industria de la confección del país ha catapultado sus exportaciones un 75%, hasta 1.587 millones de levs (951 millones de dólares). Del total de sus ventas de prendas de vestir, el 43% se corresponde a género de punto.

La producción de la industria búlgara del textil, la confección, la piel y el calzado se situó en 2015 en 3.812 millones de levs (2.289 millones de dólares), un 2,6% más que en el año anterior. En el conjunto de la actividad industrial del país, el sector representa el 6% del total.

El año pasado, la Unión Europea incrementó un 7% sus compras a Bulgaria, hasta 1.432,8 millones de dólares. Pese al carácter estratégico de su industria, sus ventas de textil, confección, piel y calzado al resto de países miembros representa tan solo un 0,8%. De hecho, en el ránking de los principales proveedores europeos de moda, la industria del país ocupa un discreto puesto número 25, por detrás de República Checa e Indonesia. **m**

Entre 2001 y 2015, la industria de la confección del país ha catapultado sus exportaciones un 75%, hasta 951 millones de dólares

15 —

XV

Turquía, la fábrica textil de Europa

TURQUÍA

Pese a mantener un 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.

Fuente: Varias.

Producción 7% del PIB	**Empleo** Unas 500.000 personas
Exportaciones 23.409 millones $	**Empresas** Unas 55.000 compañías

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*.

El salario mínimo de Turquía se sitúa en 479,5 euros al mes, por encima del de varios países de la Unión Europea

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 del tercer productor de algodón orgánico después de India y China.

Se calcula que en el país hay alrededor de 55.000 empresas que operan en este sector. También se estima que esta industria emplea a alrededor de dos millones de trabajadores, aunque sólo estarían registradas 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, 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 y Adana, entre otras regiones del país

En 2016, la Unión Europea elevó un 1,2% sus importaciones de artículos de moda de Turquía, que se situaron en 15.985,7 millones de dólares, 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, que operan con 750 fábricas, que suman una plantilla conjunta de 155.000 trabajadores. Mango, por su parte, produce el 13,2% de su volumen en el país, mientras que Grupo Cortefiel cuenta con 31 intermediarios.

C&A 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 diferentes 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 veinticinco por ciento de sus compras. **m**

16 —

XVI

Bangladesh, la nueva meca del ‘low cost’ en Asia

BANGLADESH

El país asiático también se ha alzado como emblema de la transformación de la cadena de suministro de la industria de la moda, después de la tragedia del Rana Plaza en 2013.

Fuente: Bgmea.

Producción
13% PIB

Empleo
1,5 millones de personas

Exportaciones
39.030,5 millones $

Empresas
Alrededor de 3.000 compañías

Bangladesh reina en la guerra del precio. El país asiático se ha convertido en la última década en la meca de la producción *low cost* de prendas de vestir tras heredar la corona de China. El territorio también se ha alzado como el emblema de la transformación de la cadena de suministro de la industria de la moda, después de la tragedia del Rana Plaza. Hoy, las empresas del país tratan de subir un peldaño en derechos laborales y seguridad para continuar siendo competitivas.

La industria de la confección es en la actualidad uno de los pilares del desarrollo de la economía bengalí. Pese a sus deficiencias, el sector ha tomado un protagonismo estratégico en la creación de riqueza en el territorio, con 1,5 millones de personas empleadas en él de manera directa y hasta tres millones de puestos de trabajo indirectos. El textil empezó a tomar posiciones en el país en la década de los ochenta, aunque no fue hasta 2005, con el fin del Acuerdo Multifibras, cuando empezó a ser relevante en el mapa global del aprovisionamiento.

La producción de prendas de vestir empezó a adquirir cierto volumen impulsada por la inversión que llegó desde China. En un sector que se mueve en márgenes muy ajustados, la industria china del sector derivó a Bangladesh algunas de sus líneas más económicas, cuya producción había dejado de ser rentable por el incremento de los costes laborales. Tras la llegada de los industriales chinos, a finales de la primera década del

La industria bengalí de la confección cuenta con 4.330 empresas que emplean a cuatro millones de trabajadores

2000, fueron los mismos grupos internacionales de retail los que acudieron a Bangladesh en busca de proveedores. La fuerte tensión social que vivía entonces el país por los bajos salarios y las precarias condiciones de trabajo también ralentizó la llegada de los gigantes de la moda.

El punto de inflexión fue el hundimiento del Rana Plaza en 2013, que provocó más de 1.100 muertos y centenares de heridos. Por primera vez, los grupos globales de dis-

tribución atendieron a las necesidades de la cadena de suministro en Asia creando agrupaciones empresariales para mejorar las instalaciones de las fábricas. Con su industria textil en el punto de mira, el Gobierno bengalí subió también el salario mínimo y se comprometió a presionar al sector para mejorar las condiciones de trabajo.

En 1980, Bangladesh contaba con cincuenta fábricas de confección con un millar de puestos de trabajo. En la estructura empresarial del sector existe una fuerte concentración: unas 3.000 empresas emplean 1,5 millones de trabajadores. El grueso de las prendas que produce el país son de punto. La confección bengalí representa el 13% del Producto Interior Bruto del territorio. La mitad de los trabajadores del sector son mujeres procedentes de entornos rurales.

Pese a las mejoras introducidas en el mercado laboral del país, este continúa siendo el principal *hub* de la moda a bajo coste. Un estudio del Institute for Global Labour and Human Rights concluyó que el coste de fabricar una camisa vaquera en Bangladesh era de aproximadamente unos 1,30 dólares, mientras que confeccionarla en Estados Unidos supondría 7,47 dólares.

Pese a los bajos costes, Bangladesh tiene otros inconvenientes: la falta de una cadena de valor del textil, que le obliga a importar la materia prima, así como la lejanía, y la falta de inversión tecnológica. Sin embargo, en los últimos años, hay grupos industriales que han empezado a invertir en fábricas sostenibles y con procesos respetuosos con el medio ambiente.

Estados Unidos es el principal mercado de destino de las exportaciones de la confección de Bangladesh. Le siguen diferentes países europeos, como Alemania, Reino Unido y Francia. No obstante, pese a los esfuerzos de la industria bengalí para mejorar en cuestiones sociales y de competitividad, las exportaciones de prendas de vestir han empezado a disminuir su ritmo de crecimiento.

A lo largo de su ejercicio 2016-2017, la industria bengalí de la confección empezó a frenar su pulso exportador con avances de un solo dígito. Al final, concluyó el periodo con un leve aumento del 0,2% respecto al año anterior. Las ventas al exterior de prendas de vestir hechas en Bangladesh ascendieron a 28.150 millones de dólares durante el periodo, un 7,3% por debajo del objetivo marcado para el ejercicio.

Las exportaciones de prendas de vestir de Bangladesh han frenado en el último ejercicio 2016-2017, con un avance de sólo el 0,2%

Entre las razones para el descenso, los industriales del país citan la ralentización de la demanda en mercados clave, la debilidad del euro y la apreciación de la moneda local, el taka, frente al dólar estadounidense.

Pese al parón de este último ejercicio, la Unión Europea ha multiplicado por dos sus compras de prendas de vestir a Bangladesh en tan solo cinco años. Las importaciones europeas de ropa bengalí en 2011 se situaron un 8.141,6 millones de dólares mientras que el año pasado alcanzaron 15.630 millones de dólares, convirtiendo al país en su segundo proveedor mundial. **m**

LA MODA PORTUGUESA
ESTÁ DE MODA

PORTUGAL
aicep Portugal Global
Portuguese Trade & Investment Agency
CERCA DE LAS EMPRESAS,
PARA IR MÁS LEJOS
confeccion.proveedoresdeportugal.com

17 —

XVII

China, la fábrica del mundo

CHINA

Pese al alza salarial y a su giro estratégico hacia industrias de mayor valor añadido, el gigante asiático continúa siendo el mayor productor mundial de textil, confección y calzado.

Fuente: Varias.

Producción
481.980 millones $

Empleo
10 millones de empleos*
(confección)

Exportaciones
282.135 millones $

Empresas
-

China es desde finales de la década de los noventa la gran fábrica del mundo de artículos textiles, de prendas de vestir y de calzado. Durante varios años, el gigante asiático fue el destino de la deslocalización industrial de Occidente, sobre todo de procesos de mano de obra intensiva, como la confección. Hoy, la economía china está volcada en el consumo interno y en la industria de mayor valor añadido, pero, aun así, el país continúa siendo el mayor productor del mundo de moda.

La irrupción de China y de los bajos costes productivos en las estrategias de aprovisionamiento de marcas y grupos de distribución contribuyó a cambiar el propio sistema de la moda. El punto de inflexión fue 2001 con la entrada del país en la Organización Mundial del Comercio, a las puertas del fin del Acuerdo Multifibras, que supuso el cese de las cuotas al comercio internacional de artículos textiles. No obstante, antes de concluir la primera década del siglo, el escenario ya había cambiado por completo. El encarecimiento de los costes productivos, la crisis financiera global, la caída de consumo en Occidente y el auge de una nueva clase media en el país hicieron virar la estrategia económica del Gobierno de Pekín. Ante este nuevo contexto, la producción *low cost* empezó a salir de China en busca de enclaves más económicos y el *fast fashion* comenzó a precisar de fabricación más próxima a los mercados de consumo.

China comenzó entonces a ganar atractivo como mercado de consumo más que como fábrica barata. En 2015, las exportaciones de la industria intensiva en mano de obra, como el textil, la confección, el calzado o el mobiliario representaban el 16% del total del sector manufacturero del país. Estas estaban liderados ya entonces por la fabricación de productos mecánicos y eléctricos, y la tecnología.

De hecho, fue en 2015 cuando el gigante asiático rompió el ritmo ascendente de sus exportaciones textiles que, por primera vez en décadas, anotó descensos. Las ventas exteriores de textil y confección de China en 2015 se encogieron un 5% y en 2016 acentuaron su caída y se contrajeron un 7,6%. A pesar del decrecimiento, en términos absolutos el liderazgo de la industria china del sector es incontestable, con exportaciones que siguen superando los 2,35 billones de yuanes (más de 350.000 millones de dólares). Sólo en prendas de vestir, China genera más del 40% de las exportaciones mundiales.

La depreciación del yuan ha compensado en parte el ascenso de los costes, pero el elevado precio del algodón durante los últimos años ha contrarrestado parte de su efecto. No obstante, la industria china del textil y la confección ha empezado a invertir en tecnología, rapidez, series más cortas, mayor personalización, en mejora de la gestión interna y en volcarse hacia el mercado interno.

Estados Unidos es el principal cliente de la industria china del textil, seguido por Japón, Vietnam, Hong Kong y Reino Unido. Completan el *top ten* de los principales destinos de la producción china Reino Unido, Alemania, Corea del Sur, Emiratos Árabes Unidos y Rusia.

China es el principal proveedor europeo de textiles, confección y calzado. En 2016, la Unión Europea importó textiles de China por 11.636 millones de dólares, un 1,6% más que en el año anterior. Pese a su pérdida de competitividad, las compras europeas a la industria china del textil han continuado al alza y han crecido un 25% desde 2011. En la actualidad, las importaciones del gigante asiático en textil representan el 16% del total.

En prendas de vestir, la Unión Europea redujo en 2016 sus compras a China un 7,2%. En los últimos cinco años, las importaciones europeas de confección china han ido a la baja, anotando una caída del 8,1%. Sin embargo, su liderazgo entre los proveedores europeos del textil es aplastante. El 18% de las prendas que importa la región procede de China. El segundo proveedor, Bangladesh, aporta el 9%.

En calzado, China copa el 20% de las importaciones europeas. La Unión Europea compró en 2016 calzado al gigante asiático por valor de 14.972,8 millones de euros. El año pasado, fue el primero desde que se tiene registro en que la región disminuyó sus compras a su principal proveedor exterior de calzado, con un retroceso del 5%. **m**

Estados Unidos, Japón y Vietnam son los principales destinos de las exportaciones chinas de textil y confección

En 2015, China rompió el ritmo ascendente de sus exportaciones textiles y, por primera vez en décadas, anotó descensos

18 —

XVIII

Camboya, la ‘nueva China’ del textil

CAMBOYA

Camboya es desde 2011 uno de los mayores enclaves de la producción de prendas de vestir para marcas y grupos de distribución. También es uno de los países en los que más se ha avanzado en cuestiones sociales.

Fuente: Varias.

Producción 19.802 millones $	**Empleo** Más de 600.000 personas
Exportaciones 7.220 millones $	**Empresas** 1.100 compañías

Camboya se ha colado en los últimos años en los mapas globales del aprovisionamiento de la moda. El país, situado en el sudeste asiático, fue uno de los territorios que absorbió la producción *low cost* que fue saliendo de China a medida que esta fue encareciendo sus costes laborales. Más allá de unos salarios bajos, el principal atractivo de la industria camboyana es su inclusión en el sistema generalizado de preferencias (GSP, en sus siglas en inglés), que le da libre acceso al mercado europeo. Además, el país tiene un trato favorable en las aduanas estadounidenses y japonesas.

A finales de 2015, la industria camboyana de la confección contaba con 1.100 empresas y más de 1.400 fábricas. La mayoría de estas compañías son de capital extranjero, propiedad de grupos de China, Hong Kong, Taiwán o Corea del Sur, y están concentradas en dos áreas industriales, la de la capital, Phnom Pehn y en Sihanoukville. Y de la misma manera que ocurre en muchos de los *hubs* productivos, la materia prima es importada de otros países, como China, Japón o Corea del Sur.

La confección de prendas de vestir se ha convertido en tan solo seis años en un sector económico estratégico para el país. Se calcula que su peso en el Producto Interior Bruto (PIB) del territorio (20.020 millones de dólares en 2016) se sitúa por encima del 16%.

El país ha duplicado su salario mínimo en tres años, pasando de 61 dólares mensuales en 2013 a 140 dólares en 2016

El año pasado, la industria camboyana del textil y el calzado elevó sus exportaciones un 7,2% respecto a 2015, hasta 7.300 millones de dólares. En el último año, el sector ha acentuado la diversificación de mercados. En este sentido, Estados Unidos y la Unión Europea, sus principales clientes, recibieron en 2016 el 65% de las ventas exteriores, mientras que un año atrás, su peso era del 72%. El avance de otros mercados, como Japón y Canadá, ha restado protagonismo a sus mayores destinos.

La Organización Internacional del Trabajo (OIT) aseguró el pasado junio que en 2016 la industria textil del país había recortado un 2,9% los puestos de trabajo. Se calcula que las industrias de la confección y del calzado emplean a más de 600.000 personas.

Este recorte ha coincidido con una nueva subida del salario mínimo en el país, que ha pasado de 61 dólares al mes en 2013 a 140 dólares mensuales en 2016. Para 2018 volverá a subir hasta 153 dólares. La OIT denuncia también que una parte de la producción y el empleo del sector en Camboya continúa derivándose a terceros sobre los que no hay control que, en muchos casos, se utilizan para esquivar regulaciones, como la normativa laboral.

El país es uno de los territorios en el Sudeste Asiático que más ha avanzado en cuestiones sociales, aunque forzado por fuertes tensiones en la calle. En 2013, el Gobierno camboyano accedió por primera vez a aumentar el salario, pero el incremento estuvo por debajo de las expectativas y generó una oleada de protestas y disturbios por parte de los trabajadores, que llevaron a la intervención del ejército. Las manifestaciones provocaron la muerte de un hombre.

Después de aquellos sucesos, los grandes grupos de distribución de moda tomaron cartas en el asunto y empezaron a presionar al Gobierno para continuar elevando el salario mínimo. Inditex, H&M, Primark, Esprit, C&A, Asos o Next son algunos de los quince grandes grupos de moda que participan en la plataforma ACT (siglas de acción, colaboración y transformación), en la que también están representados industriales de Camboya y representantes de los sindicatos, y que tiene como fin alcanzar una negociación colectiva sectorial.

Las mejoras salariales y su presión sobre los costes productivos han restado competitividad a la industria camboyana de la confección respecto a otros países como Bangladesh, Vietnam o Myanmar, con sueldos más bajos. No obstante, las importaciones europeas de prendas de vestir de Camboya crecieron un 15,6% en 2016, hasta 3.690 millones de dólares, siendo ya el sexto mayor proveedor de la región en este sector por delante de otros *hubs* productivos como Vietnam, Marruecos, Pakistán o Túnez. **m**

La industria camboyana de la confección elevó sus exportaciones en 2016 un 7,2% hasta 7.300 millones de dólares

Las mejoras salariales y la presión sobre los costes han restado competitividad al país como centro productivo

19 —

XIX

Vietnam, de rey de las ‘sneakers’ a competir por las ‘t-shirts’

VIETNAM

Antes de convertirse en una nueva potencia de la producción textil, la industria de Vietnam ya estuvo vinculada a la moda a través del calzado y, en especial, del deportivo, del que continúa siendo uno de los mayores *hubs* productivos del mundo.

Fuente: Varias.

Producción
47.022 millones $

Empleo
2.000.000 personas

Exportaciones
45.494 millones $

Empresas
4.800 compañías

Vietnam reivindica su músculo productivo en la moda desde hace varias décadas. Antes de ser uno de los *hubs* industriales del textil *low cost*, el país fue uno de los epicentros fabriles del calzado deportivo. En los últimos años, el territorio ha derivado su actividad hacia el textil captando parte de la producción que ha salido de China en busca de costes productivos más bajos, tal y como ha ocurrido en otros países vecinos, como Bangladesh, Camboya, Laos o Tailandia. Vietnam es, desde 2007, miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC), lo que ha fortalecido su protagonismo en este negocio. En 2016, Vietnam firmó un tratado de libre comercio con Europa (pospuesto hasta 2018), allanando aún más su camino. El país asiático cuenta también con acuerdos de este tipo con Corea del Sur, Rusia, Kazajistán o Bielorrusia.

Pese a su fuerte avance como actor estratégico en el nuevo escenario global del aprovisionamiento de prendas de vestir, Vietnam continúa siendo clave en la producción de calzado deportivo. El país produce en la actualidad 920 pares de zapatos cada año y exporta alrededor de 800 millones de pares a más de cincuenta mercados en todo el mundo, de los cuales la Unión Europea es su principal destino. Se estima que, en la actualidad, operan en el territorio un millar de empresas en la piel y el calzado, de las cuales sólo el 23% son de capital extranjero, aunque concentran el 65% de las exportaciones.

Vietnam suma un millar de empresas en el sector de la piel y el calzado, de las cuales sólo el 23% son de capital extranjero pero generan el 65% de las exportaciones

En 2016, la industria vietnamita de calzado exportó por valor de 16.200 millones de dólares, un 8,8% más que en el año anterior. Casi la mitad de las ventas del sector son de calzado textil, mientras que un tercio es de piel. El calzado generó el año pasado el 9,2% del valor del total exportado por la economía del país asiático. Se prevé que en 2017, esta cifra se sitúe en 18.000 millones de dólares y llegue a alcanzar 54.000 millones de dólares en 2030. En total, se calcula que el sector emplea a alrededor de 720.000 trabajadores.

En este escenario, Vietnam es uno de los mayores proveedores mundiales de calzado deportivo, pero aún no tiene suficiente mercado de consumo interno para desarrollar sus propias marcas. Su mercado local consume 180 millones de pares al año por valor de 5.000 dólares, pero está dominado por producción china de precios bajos y marcas internacionales de gama media-alta.

Por otro lado, su actividad fabril consiste sólo en el montaje, sin haber evolucionado la cadena de aprovisionamiento hacia otras fases, que le enriquecerían como clúster. Otro de los retos del sector del calzado en el país es la robotización. En este sentido, las que avanzan más rápido son las fábricas de capital extranjero. Según la patronal de la piel, el calzado y los complementos de Vietnam, Lefaso, por cada seis pares que las empresas locales fabrican de manera robotizada, las factorías de capital extranjero producen quince.

Las exportaciones de calzado de Vietnam alcanzaron 16.200 millones de dólares en 2016 y prevén situarse en 18.000 millones en 2017

En paralelo a la actividad manufacturera del calzado, Vietnam ha impulsado en los últimos años la del textil. La salida de China de la producción *low cost* en busca de costes productivos más bajos también recaló en este país del Sudeste Asiático. Se calcula que, en la actualidad, la industria textil y de la confección en el territorio suma unas 3.800 empresas, de las cuales unas cincuenta están controladas por el Gobierno y unas 500 son de capital extranjero. El sector emplea a 1,3 millones de personas de manera directa y otras 700.000 de manera indirecta.

De la misma manera que ocurre en el calzado, la industria textil vietnamita está centrada en la confección de prendas y es dependiente de las importaciones de tejido, procedentes sobre todo de China. No obstante, y a diferencia del calzado, el país sí ha facilitado la inversión en la construcción de factorías de fibras, hilados y tejeduría.

Las exportaciones del sector crecieron el año pasado un 7%, hasta 30.000 millones de dólares, según la Vietnam Textile and Apparel Association (Vitas). El sector exporta a cuarenta países, siendo sus mayores destinos Estados Unidos, Japón, Corea del Sur, China y la Unión Europea.

La mayor empresa del textil en Vietnam, y una de las principales del país, es Vinatex, de titularidad pública y con una cifra de negocio anual de 600 millones de dólares. Se

trata de un hólding empresarial que suma unas cincuenta empresas y otras cuarenta en *joint venture* (compañías conjuntas). Con sede en Hanói, la empresa tiene capacidad para producir hasta 23 millones de metros de tejido al año.

La firma del Acuerdo Transpacífico (Ttp) generó también grandes expectativas para la industria textil, de la confección y del calzado en el territorio. En 2016, Vietnam lideró la inversión extranjera en el sector textil y de la confección con un montante de 2.700 millones de dólares, según el informe *World Investment Report*, elaborado por Naciones Unidas. El siguiente país en la clasificación fue Etiopía, con una inversión de 636 millones de dólares.

En el caso del país asiático, los inversores fueron otros grupos de China, Corea del Sur o Taiwán, que quisieron sacar provecho de la adhesión de Estados Unidos al tratado. La salida del mercado estadounidense frenó en seco la llegada de inversión foránea al sector, a pesar de que el país americano ya era, y continúa siendo, el principal destino de las ventas exteriores de la industria textil y de la confección del país, aunque grava las importaciones de ropa procedentes de Vietnam con aranceles de entre el 12% y el 20%.

El país ha logrado hacerse un hueco entre los mayores países productores de prendas de vestir por sus bajos costes laborales, pero la presión sindical ha forzado al Gobierno a subir el listón del salario mínimo. En la actualidad, el Ejecutivo del país está a las puertas de aprobar una nueva subida salarial, que podría mejorar en un 6,5% el sueldo mínimo actual, hasta 175 dólares, tal y como propone el consejo asesor para el salario nacional del país.

Desde que Vietnam tomó protagonismo en el mapa mundial del aprovisionamiento de moda, el país ha ido incrementando de manera paulatina su sueldo básico. En 2008, este se situaba en 33,7 dólares, mientras que en 2015, cuando se llevó a cabo la última subida, se fijó ya en 146 dólares mensuales. Las previsiones del Gobierno vietnamita pasaban entonces por continuar incrementando el salario mínimo para alinearlo con el coste de la vida en el país. En este sentido, el Ejecutivo contemplaba una nueva alza del 21% en 2017 y otra del 55% hasta 2020 con el propósito de situar el listón en 156 euros este año y en 199,95 euros en tres años.

En diez años, el salario mínimo del país ha pasado de 33,7 dólares mensuales a 146 dólares y está a las puertas de volver a subir en 2018

Vietnam es uno de los principales polos de aprovisionamiento de Inditex. A finales de 2016, la española puso en marcha su primera red sindical de proveedores en el país, la primera red de este tipo en la industria textil y pertenecientes a un solo grupo que se creó en el mundo. En 2014, el gigante español del textil trabajó con 134 fábricas de confección y calzado en Vietnam, que empleaban a unos 152.101 trabajadores. **m**

RESET

Barcelona Fashion Summit

1 de febrero de 2018
Barcelona

2018

Auditori Fòrum

01 Día
02 Mes
18 Año

La mayor cita del negocio de la moda en España ya esta aquí

6ª edición

¡Reserva ya tu entrada!

Mas información e inscripciones en www.barcelonafashionsummit.com — 933 180 551

20 —

XX

India, plata en el podio mundial del ‘sourcing’

INDIA

Lejos de los volúmenes de China, India lucha por mantener su liderazgo en el mapa mundial del aprovisionamiento defendiendo un segundo lugar. El textil genera el 14% de la producción industrial india y el 4% de su PIB.

Fuente: Varias.

Producción
117.556 millones $

Empleo
51 millones de trabajadores

Exportaciones
32.916 millones $

Empresas
3.000 empresas
(sólo hilatura y tejeduría)

India intenta no perder comba en el mapa mundial del aprovisionamiento. El país continúa siendo uno de los mayores *hubs* del *sourcing low cost* de prendas de vestir y calzado, mientras su Gobierno continúa subvencionando a la industria con el propósito de generar cientos de miles de puestos de trabajo. No obstante, el sector indio se enfrenta a retos que frenan su crecimiento, como la falta de infraestructura, los costes energéticos y un déficit significativo en innovación tecnológica en comparación con otros países productores en Asia.

El Banco Mundial afirmó a principios de 2017 que India iba a ser de nuevo una de las economías más expansivas a lo largo de este año, con un avance de su Producto Interior Bruto (PIB) del 7,6%. Para 2018 y 2019, el órgano internacional estimó un crecimiento del país del 7,8%. Las industrias del textil, la confección y el calzado son tres de los motores de crecimiento económico del país. Sólo la producción textil y de la confección genera el 4% del PIB indio. En 2017, el Ejecutivo indio aprobó una partida presupuestaria de 60.000 millones de rupias (912 millones de dólares) para impulsar el sector textil, con un plan de incentivos fiscales y productivos y una mayor flexibilidad en la normativa laboral. Esta inversión pública tiene una duración de tres años y tiene como objetivo crear más de diez millones de puestos de trabajo en este sector.

India será en 2017 una de las economías más expansivas, con un crecimiento del PIB del 7,6%, según el Banco Mundial

India es el segundo país más poblado del mundo, con una población de casi 1.400 millones de personas y una densidad de alrededor de 400 habitantes por metro cuadrado. La apuesta gubernamental por este sector es clara, sobre todo porque India es el segundo mayor fabricante del mundo de tejidos y prendas de vestir después de China. Este sector representa la principal actividad manufacturera del país.

La industria textil y de la confección en India genera el 14% de su producción manufacturera. El sector es el segundo del país que más empleo crea con cerca de 51 millones de trabajadores directos y otros 68 millones indirectos.

Sólo de hilatura y tejeduría se calcula que operan en el país unas 3.000 fábricas, tres cuartas de las cuales se concentra en el estado de Tamil Nadu. El sector aspira a alcanzar una cifra de negocio de 150.000 millones de dólares y a crear cincuenta millones de puestos de trabajo hasta 2025, la mayoría de ellos de mujeres.

En 2016, las exportaciones indias de artículos textiles retrocedieron un 6% respecto al año anterior, hasta 16.000 millones de dólares, según datos de la Organización Mundial del Comercio. Las ventas exteriores de este sector acumulan dos ejercicios de caídas, tras retroceder también un 6% en 2015. Pese a este descenso, el textil indio mantiene una cuota del 5,7% en el conjunto del comercio exterior textil, que lidera China con el 37,2%.

En el caso de las prendas de vestir, las exportaciones indias en 2016 se contrajeron también un 2%, hasta 18.000 millones de dólares, registrando la primera caída tras años de crecimiento continuado. Pese a este retroceso, la confección india ha seguido ganado cuota de mercado en el exterior, que ha pasado del 3,2% en 2015 al 4% en 2016. A diferencia de otros países productores, India es uno de los principales fabricantes mundiales de materia prima. El país es el principal productor mundial de algodón, un cultivo en el que ha redoblado su apuesta en el último año impulsada por el alza de los precios. Por otro lado, el consumo nacional de algodón se ha frenado, ya que muchos tejedores indios han importado de manera agresiva esta materia prima tras la apreciación de la rupia. En la campaña 2015-2016, India produjo 5,9 millones de toneladas de algodón.

India exportó en 2016 textil por 16.000 millones de dólares y 18.000 millones de dólares en prendas de vestir

El país es también el mayor fabricante de yute, con una producción de 1,7 millones de toneladas en 2013-2014; el segundo mayor fabricante de seda, con 29 millones de kilos en 2014-2015; uno de los mayores de lana, con 48 millones de kilos en 2014-2015, y el segundo mayor productor de fibras artificiales, con 2,5 millones de toneladas en 2015-2016, según datos del Gobierno indio.

INDIA, POLO MUNDIAL DEL CALZADO DE PIEL

En calzado, la mayoría de las empresas fabricantes orientadas a la exportación son de capital hindú. Agra es uno de los mayores clústers productivos de calzado en India, tanto para el mercado nacional como internacional, en el que se integran numerosas fábricas y talleres de todos los tamaños. Uno de los problemas que acusa la industria del sector es la derivación de algunos procesos hacia el trabajo domiciliario.

La industria india de la piel y el calzado genera un negocio anual de alrededor de 12.000 millones de dólares. En el periodo 2016-2017, el sector exportó por valor de 5.670 millones de dólares, marcando un crecimiento medio interanual del 3,10% en los últimos cinco años. El país es el segundo mayor productor de calzado y artículos de piel del mundo.

La industria india de la piel y el calzado genera un negocio anual de alrededor de 12.000 millones de dólares

Su industria está muy atomizada en varias regiones del país: Tamil Nadu, Bengala Occidental, Uttar Pradesh, Punyab, Karnataka, Andhra Pradesh, Haryana, Madhya Pradesh y Kerala.

El país es también uno de los principales productores mundiales de materia prima para el calzado. India concentra actualmente el veinte por ciento de las reses mundiales de vacas y búfalos y el once por ciento de cabras y ovejas.

En este sentido, se estima que la industria de la piel genera en el territorio de manera indirecta millones de puestos de trabajo en el país. Cada año, este subsector produce alrededor de 280 millones de metros cuadrados de curtido. **m**

LÍDER EN INFORMACIÓN ECONÓMICA DEL NEGOCIO DE LA MODA

modaes.es

HAZTE USUARIO PREMIUM AHORA Y DISFRUTA DE MODAES SIN LÍMITES

Ocho años líder en información económica del negocio de la moda

Ten acceso a

TODA LA ACTUALIDAD SIN RESTRICCIONES
Accede a todos los artículos de Modaes.es, también las noticias, los reportajes y las entrevistas Premium.

REVISTA MODAES.ES
Recibe cada trimestre la Revista Modaes.es en formato impreso en tu casa u oficina.

AGENDA DE EVENTOS
Agenda de ferias y eventos específicos de moda en España y en todo el mundo.

PUBLICACIONES ONLINE SIN LÍMITES
Todas las publicaciones de Modaes.es en tu ordenador o tablet.

JORNADAS MODAES.ES
Acceso preferente a las jornadas y eventos de Modaes.es.

BANCO DE INFORMES Y DIRECTORIO
El mayor directorio de empresas y entidades del sector en España y el más completo banco de informes.

INFORMES Y PUBLICACIONES
Recibe el Informe Económico, el Barómetro de Empresas, el Quién es Quién y el resumen de Barcelona Fashion Summit.

DESCUENTOS ESPECIALES
Descuentos especiales en todos los productos y jornadas de Modaes.es.

¡SUSCRÍBETE YA!

TODO POR SÓLO 96 EUROS AL AÑO
¿TE LO VAS A PERDER?
WWW.MODAES.ES/PREMIUM

Etiopía, el último polo ‘low cost’

ETIOPÍA

El país africano ha pisado el acelerador para convertirse en el próximo Bangladesh y ha logrado hacerse un hueco en las redes globales de aprovisionamiento. En este despegue ha contribuido la apuesta en firme de H&M por este territorio.

Fuente: Varios.

Producción
-

Empleo
Más de 37.000 personas

Exportaciones
115 millones $

Empresas
130 compañías

Etiopía, el último en llegar. Tres años después de que el Gobierno del país apostara de manera clara por impulsar el sector textil, Etiopía se ha hecho ya un hueco entre los principales polos mundiales del aprovisionamiento *low cost* de moda. El primer gran grupo de moda que apostó por el país fue H&M, que inició operaciones en 2014. El grupo sueco de distribución de moda optó incluso por constituir *joint ventures* (empresas conjuntas) con fabricantes locales para formar a los trabajadores y preparar a los ejecutivos de las factorías.

Los orígenes de la industria textil en Etiopía se remontan a 1939 y, en la actualidad, acoge los procesos de hilado, tejido, acabado textiles y confección, entre otros. Las fábricas presentes hoy en el territorio producen tejidos de lana, algodón y nylon, hilos de acrílico y algodón, hilo de coser y prendas confeccionadas, entre otros.

Con 96,6 millones de ciudadanos, Etiopía es el segundo país más poblado del África Subsahariana, superado sólo por Nigeria. En los últimos años, la economía del país ha crecido una media del 11% anual, apoyándose sobre todo en la agricultura, que genera aún el 46% del Producto Interior Bruto (PIB) del país. El plan de industrialización del país tiene como fin dar respuesta al crecimiento demográfico, que espera duplicar en 2030.

Para reforzar la industria de la confección, Etiopía trabaja también en mejorar las plantaciones algodoneras y desarrollar el resto de la cadena de valor

El país africano ha hecho del textil uno de sus grandes pilares de crecimiento económico. Para 2025, el Gobierno etíope espera que las exportaciones textiles del país alcancen 30.000 millones de dólares. Las expectativas de futuro del Ejecutivo son optimistas si se tiene en cuenta que, en 2016, las ventas exteriores del sector alcanzaron 115 millones de dólares, un 56% más que el año anterior. A principios de año, el Gobierno del país puso en marcha un plan para dinamizar precisamente las exportaciones de textil y prendas de vestir.

La industria textil y de la confección ha sido la principal apuesta industrial del Ejecutivo etíope, que en 2010 trazó un plan económico para impulsar el crecimiento del país. Hace siete años, Etiopía inició su desarrollo en base a la agricultura para más adelante decantarse por la confección de prendas.

Los planes económicos del país pasan por erigirse como el principal *hub* de aprovisionamiento textil en África en ocho años, siguiendo los pasos de otros países, como Vietnam o Bangladesh. Para reforzar la industria de la confección de prendas en el país, se trabaja también en mejorar las plantaciones algodoneras y desarrollar el resto de eslabones de la cadena de valor. Actualmente, la producción de algodón del país suministra el 40% de la demanda industrial local. Entre las ventajas del sector están los bajos costes de la energía y del agua.

Se calcula que la actividad exportadora del textil genera en la actualidad cerca de 37.000 empleados en el país. Hoy, el sector en el país cuenta con unas 130 fábricas, de las cuales 37 son de propiedad extranjera, y sus exportaciones representan el 6% del conjunto de la economía local. En los últimos cinco

El primer gran grupo de moda que apostó por el país fue H&M, que inició operaciones en el país en 2014

años ya se ha percibido un aumento de las exportaciones textiles del país. En 2014-2015, Etiopía exportó hilados, tejidos y prendas por 160 millones de dólares mientras que en 2010-2011 eran sesenta millones de dólares.

La Unión Europea es el principal destino de los artículos textiles producidos en el país subsahariano, sin embargo no es su cliente directo. Junto a H&M, también cuentan con oficinas en el país Primark y Tesco. El grupo sueco de distribución de moda, por ejemplo, optó incluso por constituir *joint ventures* con fabricantes locales para formar a los trabajadores y preparar a los ejecutivos de las factorías.

Sin embargo, pese al despegue de Etiopía como *hub* textil, las importaciones europeas de artículos de moda procedentes del país asiático han caído un 23,4% en los últimos cinco años, pasando de 77 millones de dólares en 2011 a 59 millones de dólares en 2016.

Quienes están capitaneando las inversiones en territorio etíope son los grupos textiles de China, Bangladesh, Turquía o India, proveedores de las grandes compañías internacionales de distribución. Algunos de los que

Etiopía lideró la inversión extranjera en el sector textil y de la confección en 2016 con un total de 636 millones de dólares

están presentes en el país son Jiangsu Lianfa, de China; Arvind, de India, o Ayka, de Turquía.

Etiopía cuenta ya con varios parques industriales, como Bole Lemi I, en las afueras de Adís Abeba, o Hawassa, que supuso una inversión de 250 millones de dólares y contempla generar 60.000 puestos de trabajo. Ahora, dos constructoras chinas han invertido 221,2 millones de dólares para poner en marcha dos parques industriales dedicadas al textil y la confección en Adías Abeba y Jimma.

El grupo Cgcoc construirá el parque Bole Lemi II, una extensión del ya existente Bole Lemi I, en el sur de Adías Abeba. El proyecto supondrá una inversión de 3.500 millones de birrs (147 millones de dólares), la mayor parte de los cuales se financiará con un préstamo del Banco Mundial. Por otro lado, la constructora Cccc construirá un segundo parque en la región Oromia de Jimma, que supondrá una inversión de 1.500 birrs (63 millones de dólares).

Además, el Gobierno etíope ya ha comenzado a trabajar con gigantes del sector como PVH para impulsar nuevos parques industriales, como el puesto en marcha en Hawassa, que supuso una inversión de 250 millones de dólares y generará un total de 60.000 puestos de trabajo.

Según la última edición del informe *World Investment Report*, elaborado por Naciones Unidas, Etiopía lideró la inversión extranjera en el sector textil y de la confección en el ejercicio 2016. En total, la industria etíope del sector recibió a lo largo del año pasado una inyección de 636 millones de dólares. El país africano sólo fue superado por Vietnam, que atrajo 2.700 millones de dólares ante las expectativas que generó la firma del acuerdo de libre comercio TPP para la región Pacífico, de la que después salió Estados Unidos.

En Etiopía, la principal inversión estuvo protagonizada por el grupo chino Jiangsu Shunshine, que invirtió un total de 350 millones de dólares en plantas que crearán 3.000 puestos de trabajo en el sector textil. La también china Indochine International, por su parte, desembolsó 138 millones de dólares en el sector de la confección.

Una de las primeras operaciones fue la apertura en 2010 de Ayka Addis, filial de la turca Ayka Textile, que supuso una inversión de 141 millones de dólares. El grupo bengalí DBL, por su parte, ha invertido cien millones de dólares en una fábrica textil y de confección, que prevé poner en marcha el próximo febrero con una plantilla de 150.000 trabajadores. **m**

Los grupos textiles de China, Bangladesh, Turquía o India son quienes están capitaneando las inversiones en territorio etíope

La industria etíope del sector recibió a lo largo del año pasado una inyección de 636 millones de dólares

TÉCNICO EN SERIGRAFÍA CON EXPERIENCIA EN MODA, JEFE DE LOGÍSTICA PARA TU TIENDA ONLINE, REPRESENTANTE PARA LA ZONA DE LEVANTE...

Encuentra al profesional que buscas en Empleo Modaes.es

empleo.modaes.es

www.modaes.es

Dossier

modaes latinoamérica

MODAES.ES
Gran Via de les
Corts Catalanes 646,
Principal primera
08007 - Barcelona
933 180 551
www.modaes.es