CESCE
El valor del crédito

INFORME SECTORIAL DE LA ECONOMÍA ESPAÑOLA

2015

Sector textil

SECTOR TEXTIL

El presente informe ha sido elaborado en base a información pública, entrevistas con directivos de las empresas y análisis internos y refleja las conclusiones que se han alcanzado por la Unidad de Riesgos de CESCE, siendo propiedad intelectual de la Compañía.

CESCE no asume responsabilidad alguna por errores, inexactitudes y omisiones en la información contenida en el informe y, especialmente no responderá de ningún daño y/o perjuicio, cualquiera que sea su índole, que se pudiera derivar de la información contenida en el mismo ni como consecuencia de las decisiones o acciones que puedan ser adoptadas por cualquier entidad basándose en su contenido.

SECTOR TEXTIL

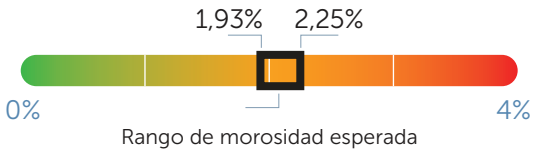
La industria de la moda mantiene su dinamismo exportador y crea empleo

La industria de la moda, que representa el 2,7% del PIB español, mantuvo un comportamiento favorable en 2014 tanto por el crecimiento de la actividad industrial como por la expansión internacional. Las empresas de textil, confección, cuero y calzado generaron empleo.

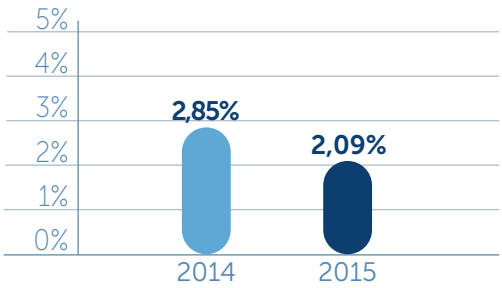
ÍNDICE DE MOROSIDAD

En porcentaje

Morosidad esperada 2015



Morosidad media prevista



Fuente: Elaboración propia

Características y evolución del sector

El sector textil se refiere al conjunto de procesos que tienen como finalidad la creación de diferentes productos de vestuario. Estos procesos incluyen desde la producción de las fibras y la elaboración de prendas de vestir y calzado, hasta la distribución del producto al consumidor final.

El sector textil-confección es un sector maduro, atomizado y muy intensivo en mano de obra a medida que baja hacia la confección, ya que las fases productivas superiores son esencialmente intensivas en capital.

La evolución de la industria de la moda presenta un comportamiento favorable, no solo a nivel de empleo, sino también por el crecimiento de la actividad industrial en algunos de los subsectores, el mantenimiento de los precios y la tendencia de las exportaciones.

El ejercicio 2014 fue un año de recuperación y de expansión internacional de muchos de los grupos de moda españoles, pero también fue un periodo en el que gran número de competidores extranjeros pisaron España por primera vez.

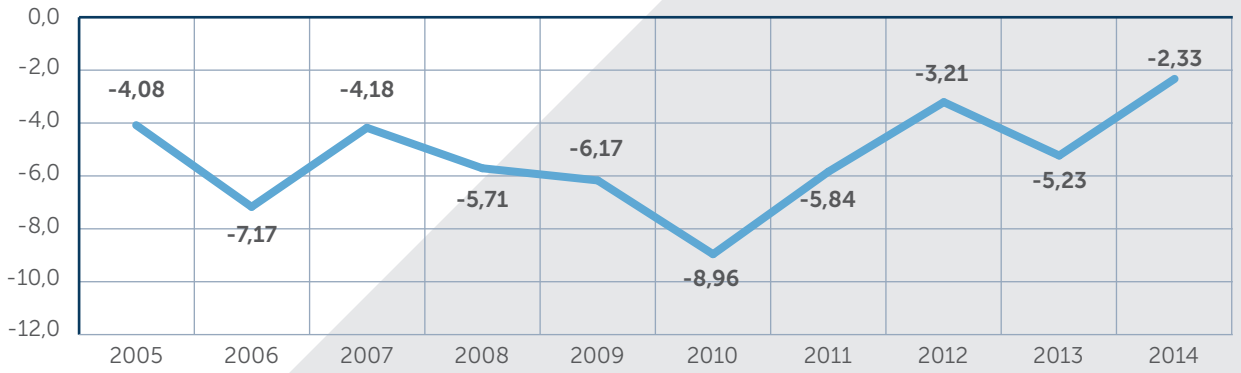
La contribución del negocio de la moda a la economía española muestra su relevancia, ya que representa el 2,7% del PIB del país, situándose como uno de los sectores económicos más importantes. El porcentaje que aporta la moda al PIB del comercio en España es el 13,3% y el porcentaje en el que contribuye a la industria en España es el 5,5%.

A inicios del año 2014 existían en España 19.302 empresas de los sectores textil, confección, cuero y calzado, lo que implica un descenso del 2,33% respecto a 2013 (caída superior al del conjunto de la economía que se situó en 0,9%) o, lo que es lo mismo, la desaparición de 461 empresas. Tomando en consideración que el sector textil arrastra 12 años de reducción en el número de empresas, este dato muestra un acento positivo, ya que es la menor caída desde 2004. Cabe destacar que el 16,9% de las empresas tienen menos de un año de antigüedad. FIGURA INFERIOR

Además, se mantiene la tendencia de reducción del número de empresas de mayor dimensión, ya que en 2014 el sector textil solo sumaba 23 empresas de 200 o más trabajadores, que suponen el 1% del total.

Evolución del número de empresas. Textil, confección y cuero y calzado. 2005-2014

VARIACIÓN ANUAL EN PORCENTAJE

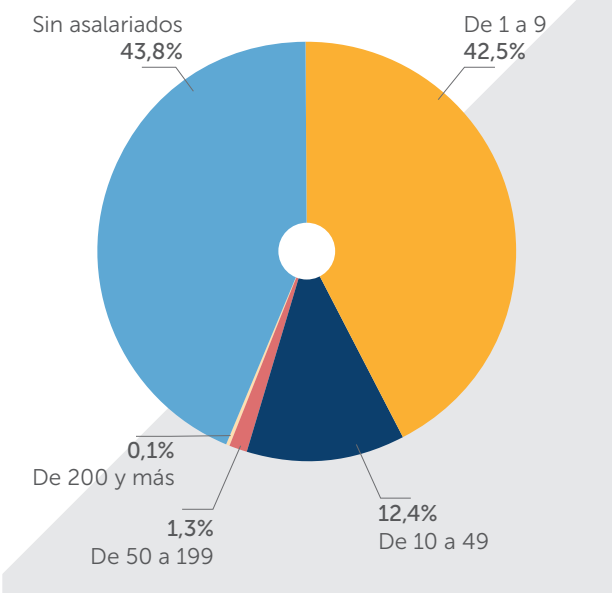


Nota: Hasta 2008, CNAE93, a partir de 2009, CNAE 2009.

Fuente: Informe Económico Modaes.es de la moda en España 2014

Empresas por estrato de asalariados en 2014. Textil, confección y cuero y calzado

PORCENTAJE



Fuente: Informe Económico Modaes.es de la moda en España 2014

El sector de la moda representa el 9,7% del total del tejido empresarial en España, con el 19% de las empresas de comercio y el 10,6% de las empresas industriales. Hay que señalar que los concursos de acreedores en el sector textil se han reducido un 33% en 2014, aunque el número está todavía muy lejos de los niveles previos a la crisis.

El 44% de estas empresas no cuenta con ningún empleado y el 43% tiene entre uno y nueve empleados. FIGURA IZQUIERDA

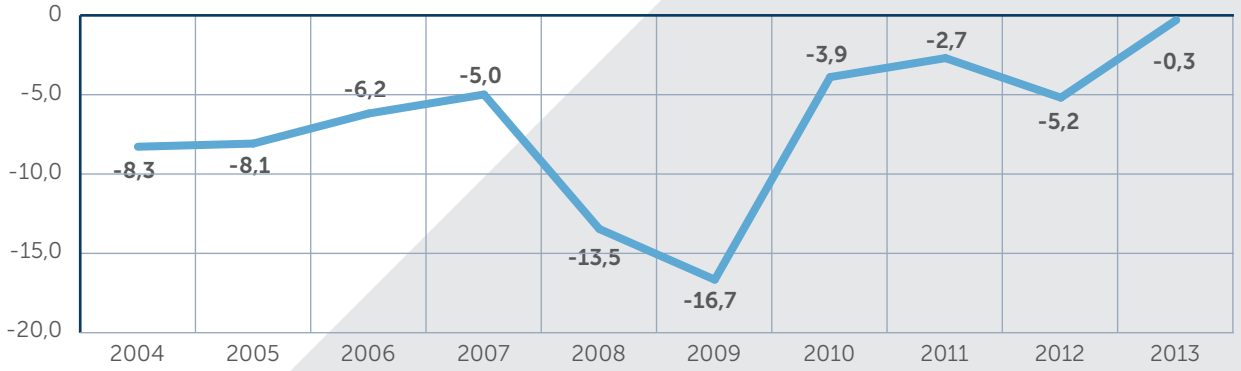
Por condición jurídica, es reseñable que el segundo grupo más numeroso son las personas físicas, que representan el 38,9% del total de empresas del sector.

En términos laborales, la moda aporta el 4,2% de los puestos de trabajo activos del mercado, como consecuencia de la generación de empleos vinculados a la distribución mayorista y minorista. De hecho, en la industria el empleo relacionado con el sector textil representa el 7,6% del total del sector, mientras que en la distribución mayorista y minorista alcanza el 18% de los puestos de trabajo.

A inicios de 2014 los sectores textil, confección, cuero y calzado sumaban 129.002 empleados, lo que implicaba un descenso tan solo del 0,3%. FIGURA INFERIOR

Evolución del número de trabajadores. Textil, confección y cuero y calzado. 2004-2013

VARIACIÓN ANUAL EN PORCENTAJE



Nota: Hasta 2008, CNAE93, a partir de 2009, CNAE 2009.

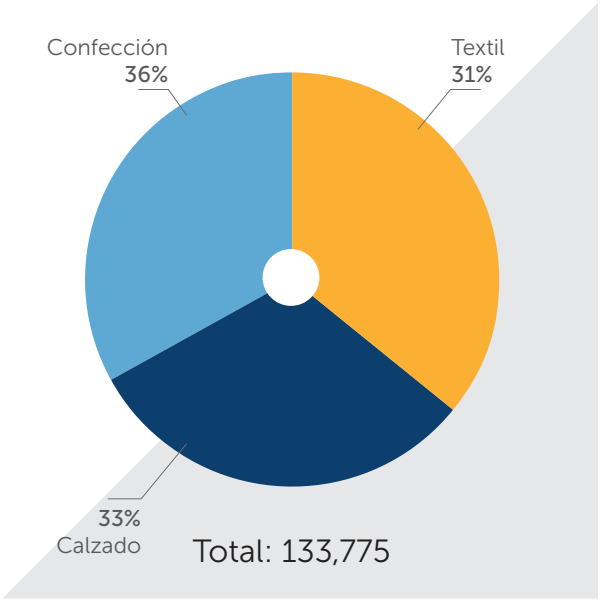
Fuente: Informe Económico Modaes.es de la moda en España 2014

La moda representa el 9,7% del tejido empresarial español, con el 19% de las empresas de comercio y el 10,6% de las industriales

Tras meses en los que cuero y calzado, en primer lugar, e industria textil, en segundo, tiraron de la generación de empleo, la confección se sumó a esta tendencia en noviembre. Así, los tres sectores generaron empleo en 2014, con una subida en el número de afiliados del 10,9% en el caso de cuero y calzado, del 1,9% en la industria textil y del 0,5% en el sector de la confección. FIGURA INFERIOR

Distribución del empleo por sectores

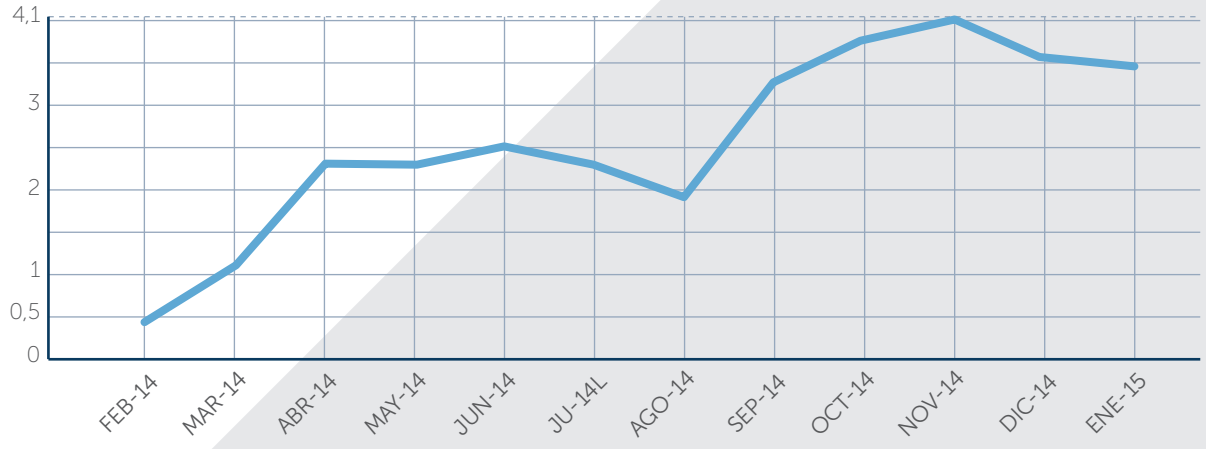
MEDIA MENSUAL DE TRABAJADORES EN ENERO DE 2015



Fuente: modaes.es

Evolución del empleo en la industria de la moda

VARIACIÓN INTERANUAL EN PORCENTAJE



Fuente: modaes.es

En enero de 2015, el empleo en los sectores de las industrias textil, confección, cuero y calzado sumaban 133.775 trabajadores lo que implica un incremento interanual del 3,6%.

En la figura "Distribución del empleo por sectores" puede apreciarse el peso de cada sector. FIGURA SUPERIOR PÁGINA ANTERIOR

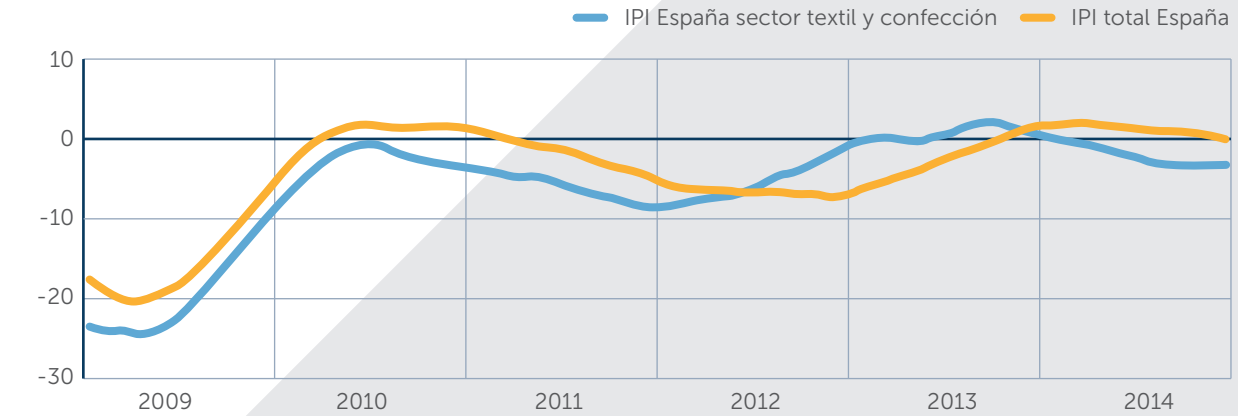
Cabe destacar que los trabajadores autónomos han ganado importancia en la industria de la moda en los últimos años. En 2014, uno de cada cinco nuevos puestos de trabajo se creó a través de la figura del autónomo, representando al cierre de 2014 el 16,2% de los afiliados a la Seguridad Social en estos sectores.

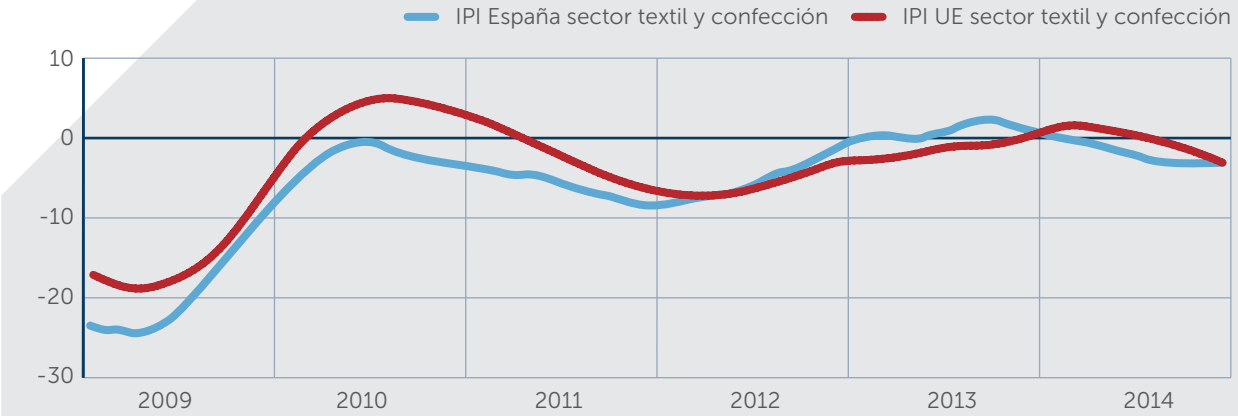
La evolución de la actividad del sector textil continúa siendo paralela a la del conjunto de la industria, aunque más desfavorable, a excepción del periodo 2012-2013. FIGURA INFERIOR

En la Unión Europea (UE) la producción de los sectores textil y confección muestra una tendencia más expansiva (o menos contractiva) que la nacional, a excepción del año 2013.

Evolución reciente del Índice de Producción Industrial (IPI)

TASAS DE VARIACIÓN ANUAL SUAVIZADA

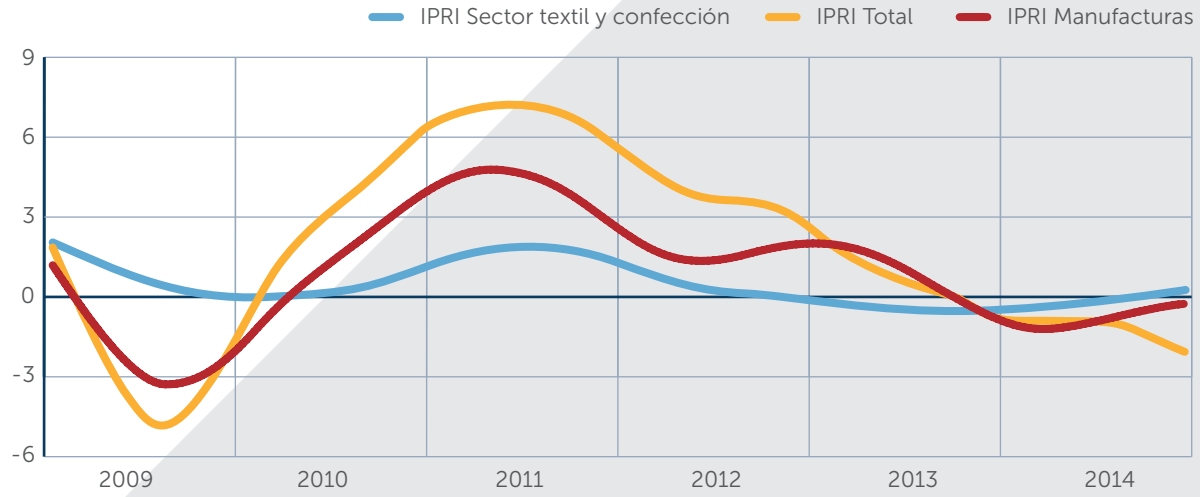




Fuente: presentaciones sectoriales del Ministerio de Industria, Energía y Turismo

Evolución reciente del Índice de Precios Industriales (IPRI)

TASAS DE VARIACIÓN ANUAL SUAVIZADA



Fuente: presentaciones sectoriales del Ministerio de Industria, Energía y Turismo

Asimismo, los precios industriales de ambos sectores muestran una mayor estabilidad que los precios del conjunto de las manufacturas y una evolución favorable a partir de 2014, como se puede observar en el gráfico "Evolución reciente del Índice de Precios Industriales (IPRI).

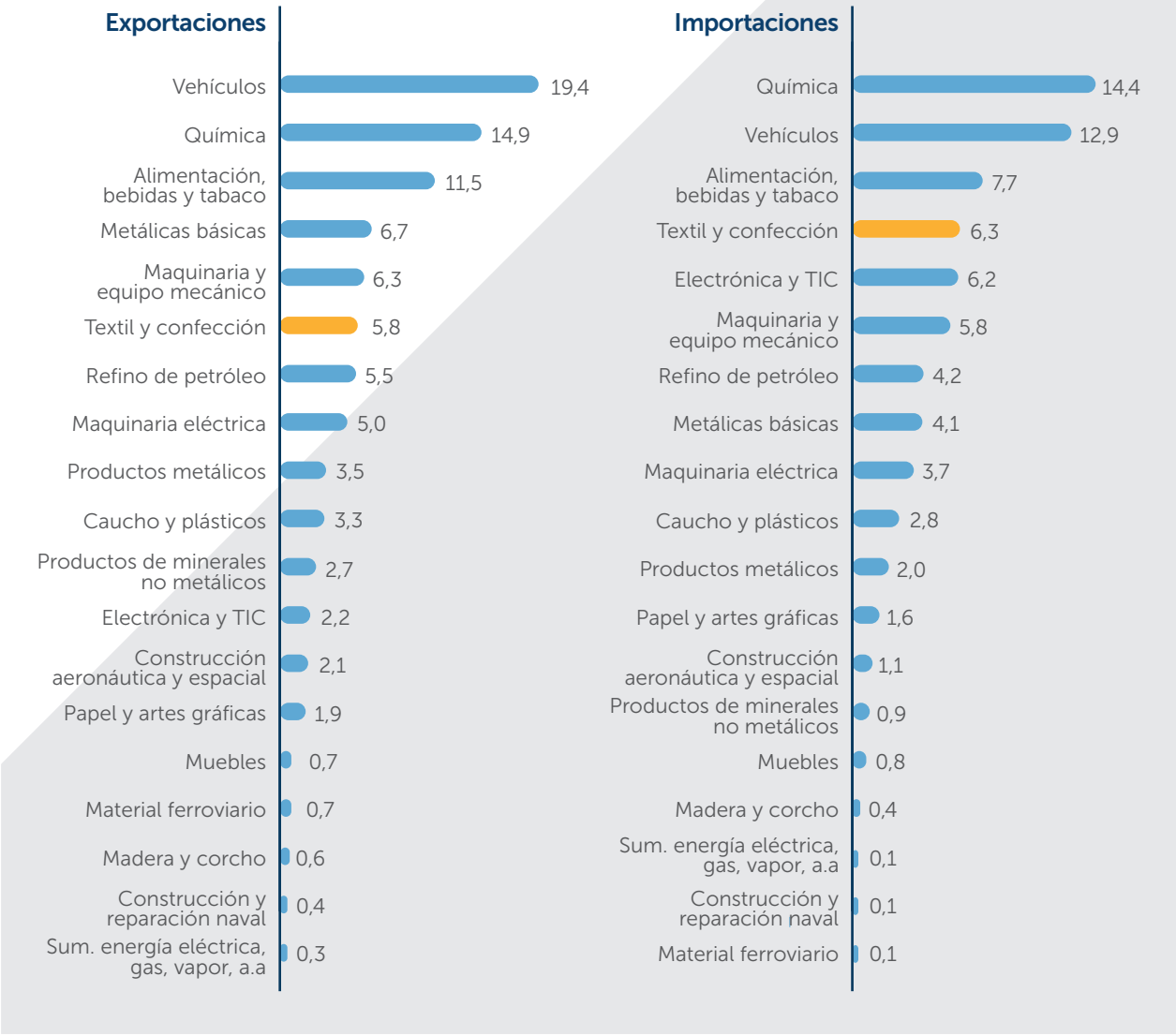
FIGURA SUPERIOR

El sector textil supone el 5,8% de las exportaciones industriales manufactureras y el 6,3% de las importaciones.
FIGURA INFERIOR

Históricamente, este sector ha presentado un **saldo comercial** deficitario, si bien se moderó entre 2010 y 2013 para volver a crecer en 2014 por el aumento de las

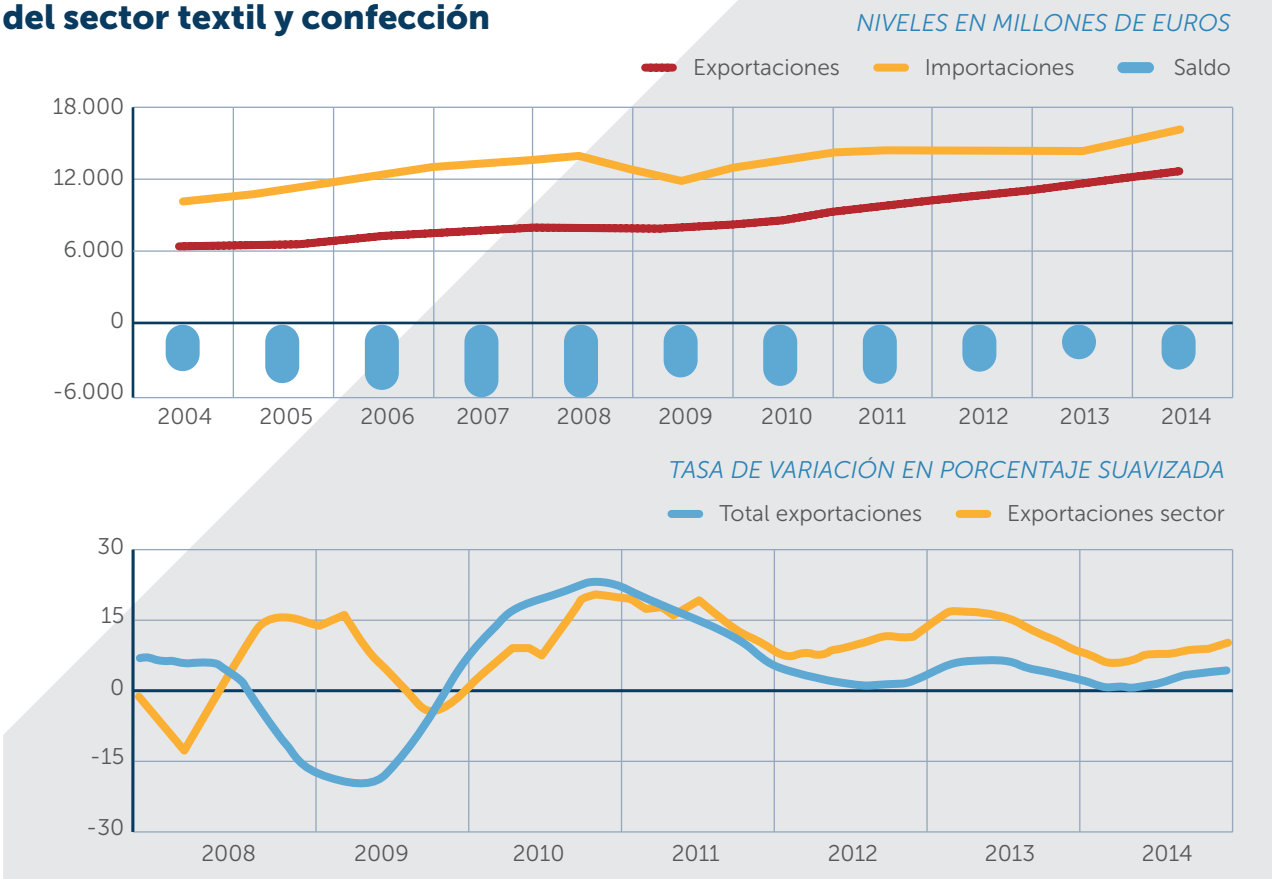
Exportaciones e importaciones por sectores industriales

PORCENTAJE RESPECTO AL TOTAL DE LA INDUSTRIA EN 2014



Fuente: presentaciones sectoriales del Ministerio de Industria, Energía y Turismo

Exportaciones e Importaciones del sector textil y confección



Fuente: presentaciones sectoriales del Ministerio de Industria, Energía y Turismo

importaciones. En el gráfico "Exportaciones e importaciones del sector textil y confección" puede apreciarse esta evolución. FIGURA SUPERIOR

De hecho, una de las principales características del sector textil es su capacidad exportadora, siendo sus principales destinos Francia, Italia, Portugal, Alemania y Reino Unido.

En cuanto a los productos exportados, las prendas de vestir (excepto las de punto) son los productos más exportados, seguidas por las de punto y el calzado, tal y como aparece en la figura "*Ranking* de los principales productos exportados por España en el sector textil". CUADROS PÁGINA SIGUIENTE

Además de los grupos españoles de moda mas importantes como Inditex, Mango y Desigual —cuya facturación en el exterior supera el 80%, demostrando un destacado comportamiento entre los líderes internacionales del sector—, el textil español también cuenta con miles de empresas de menor dimensión, con una fuerte orientación hacia el mercado exterior, que totalizan el 49,4% del total del sector.

En cuanto a las importaciones, representan el 8,2% del total, siendo el primer país de origen China. Los principales productos importados son las prendas de vestir (excepto las de punto), como puede observarse en las figuras que ilustran la página siguiente. CUADROS PÁGINA SIGUIENTE

Ranking de los 10 principales países destino de las exportaciones de España en el sector textil

MILES DE EUROS

País	2014
Francia	2.747.999,67
Italia	1.835.379,78
Portugal	1.611.707,80
Alemania	1.192.089,96
Reino Unido	954.942,13
Marruecos	891.848,79
Bélgica	487.686,29
Polonia	442.714,61
China	437.056,81
Turquía	417.844,26
Subtotal	**11.019.370,10**
TOTAL	**17.210.195,02**

Fuente: ICEX

Ranking de los 10 principales países de origen de las importaciones de España en el sector textil

MILES DE EUROS

País	2014
China	5.219.406,12
Italia	1.814.826,21
Turquía	1.646.713,32
Bangladesh	1.493.414,02
Portugal	1.435.099,62
Marruecos	1.425.010,52
India	996.657,86
Francia	934.681,21
Vietnam	889.475,98
Alemania	577.375,97
Subtotal	**16.432.660,91**
TOTAL	**20.722.562,09**

Fuente: ICEX

Ranking de principales productos exportados por España en el sector textil

MILES DE EUROS

Producto	2014
Prendas de vestir (excepto las de punto)	5.594.584,04
Prendas de vestir de punto	3.482.133,55
Calzado; sus partes	2.779.093,95
Manufacturas de cuero, marroquinería	976.288,30
Pieles (excepto peletería) y cueros	730.701,01
Algodón	645.039,06
Filamentos sintéticos o artificiales	608.556,42
Artículos textil hogar, prendería	524.107,29
Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	429.953,63
Fieltro, telas sin tejer, cordelería	391.518,71
Subtotal	**16.161.975,96**
TOTAL	**17.210.195,02**

Fuente: ICEX

Ranking de los principales productos importados por España en el sector textil

MILES DE EUROS

Producto	2014
Prendas de vestir (excepto las de punto)	6.718.658,20
Prendas de vestir de punto	5.586.385,63
Calzado; sus partes	2.515.928,90
Manufacturas de cuero, marroquinería	1.316.673,91
Artículos textil hogar, prendería	947.831,27
Pieles (excepto peletería) y cueros	715.179,76
Filamentos sintéticos o artificiales	648.432,21
Fibras sintéticas o artificiales discontinuas	610.749,94
Algodón	427.583,71
Fieltro, telas sin tejer, cordelería	326.519,58
Subtotal	**19.813.943,11**
TOTAL	**20.722.562,09**

Fuente: ICEX

Dentro de los planes de expansión internacional, se ha puesto el foco en mercados tan diversos como México, China, Alemania y Uruguay. También destacan las ventas de moda nacional en Rusia (a pesar de las turbulencias económicas y políticas), China, Arabia Saudí e Irlanda.

En cuanto a la evolución de los precios de exportación, si bien el conjunto de las exportaciones españolas cerró con un descenso del 1,1%, las empresas textiles lograron elevar un 1,8% sus precios de exportación, tras descender un 0,6% en 2013. La industria de la confección alcanzó un máximo de 3,5%, en tanto que el aumento fue del 3% en la industria del cuero y el calzado. Este incremento de precios contribuyó a la subida general del valor de las exportaciones de productos de moda, que permitió marcar un récord en 2014.

Según un informe de la consultora Kantar Worldpanel, el sector textil (incluyendo prendas de vestir, accesorios, calzado y textil hogar) cayó el 1,7% por volumen de prendas, evolución que, a pesar de ser negativa, representa una mejora respecto a la evolución previa.

Esta trayectoria ha sido diferente por **segmentos**. Así, el volumen de prendas compradas por mujeres creció un 1,4% entre octubre de 2013 y septiembre de 2014, mientras que en la moda masculina se mantuvo, con un aumento del 0,1%, y en la moda infantil siguió con tendencia negativa, descendiendo el 5,4% debido a la disminución de la natalidad. Más de la mitad del volumen de prendas compradas en España corresponde a moda femenina. En vista de ello, y dado su rol de compradora en el segmento infantil y masculino, la mujer es clave en la recuperación del sector.

Atendiendo al mismo informe, la recuperación de compradores es una realidad. De hecho, entre el segundo y tercer trimestre de 2014, un 1% mas de personas adquirieron alguna prenda.

Los **hábitos de compra** también se han modificado: un 75% de los españoles "se sienten orgullosos de comprar ropa a buen precio"; a un 72% "no le importa comprar ropa de temporadas anteriores" y un 65% "prefiere no pagar mucho por prendas de última tendencia".

Estos cambios de hábitos y la importancia del precio en la compra benefician directamente a las cadenas de bajo coste, que ya han crecido un 54% y que en los últimos tres años han ganado cuatro millones de nuevos compradores. De hecho, más de 12 millones de españoles al año compran en este tipo de establecimientos. Como curiosidad, la cadena irlandesa Primark destronó a Zara como primera cadena de tiendas por número de compradores.

La evolución de los precios ha estado condicionada por las rebajas más dilatadas y por novedades como el *Black Friday*, llevando al sector a sus márgenes más reducidos durante la crisis. Kantar Worldpanel ha calificado el *Black Friday* de éxito para el sector textil, ya que las ventas de esa campaña han permitido aumentar su facturación un 6,5% durante la última semana de noviembre, días en los que el número de prendas compradas creció un 4,9%. Esta iniciativa no ha atraído, sin embargo, a nuevos clientes, sino que ha aumentado el gasto de los habituales. Cabe destacar que el 35% de las prendas compradas esa semana tenían rebaja.

Las **comunidades autónomas** más importantes para el sector en términos de empleo, número de empresas y facturación agregada de la industria textil, confección, cuero y calzado son Comunidad Valenciana, Cataluña, Galicia, Andalucía y Madrid:

• De las 3.417 empresas del sector que se encuentran en la Comunidad Valenciana, el 54% corresponden a cuero y calzado, el 29% a industria textil y el resto a confección.

• El 55% de las empresas ubicadas en Cataluña se dedican a la confección, el 40% a la industria textil y el resto al sector de cuero y calzado.

• En Galicia se sitúan 1.358 empresas, el 64% de las cuales son de confección, el 33% de industria textil y el resto de cuero y calzado.

• Andalucía concentra 1.980 empresas: la mitad de confección, el 33% dedicadas a la industria textil y el resto a cuero y calzado.

• Por último, en la Comunidad de Madrid el 68% opera en la confección y el 22% en la industria textil.

El retorno de la producción deslocalizada que se inició en 2013 es una realidad creciente, que afecta directamente a regiones tradicionalmente textiles como Cataluña, actualmente en la senda de recuperar parte de su época dorada en la industria textil.

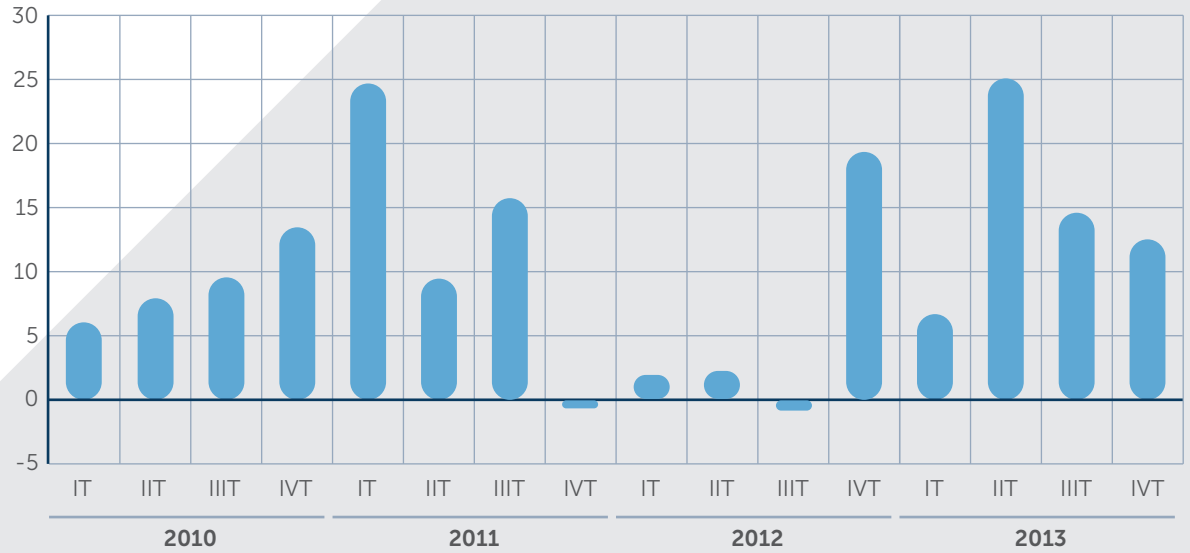
La importancia de Cataluña puede comprobarse en la figura "El sector textil en Cataluña 2013". FIGURA PÁGINA SIGUIENTE

El sector textil en Cataluña. 2013

	En Cataluña	Porcentaje sobre industria catalana	En España	Porcentaje sobre industria en España
Empresas (número)	2.563	10,7	8.238	31,1
Volumen de negocio (millones de euros)	3.821,9	3,0	9.868,1	39,0
Empleos (número)	26.125	6,2	81.954	31,9
Exportaciones (millones de euros)	3.826	6,8	10.571,9	36,2

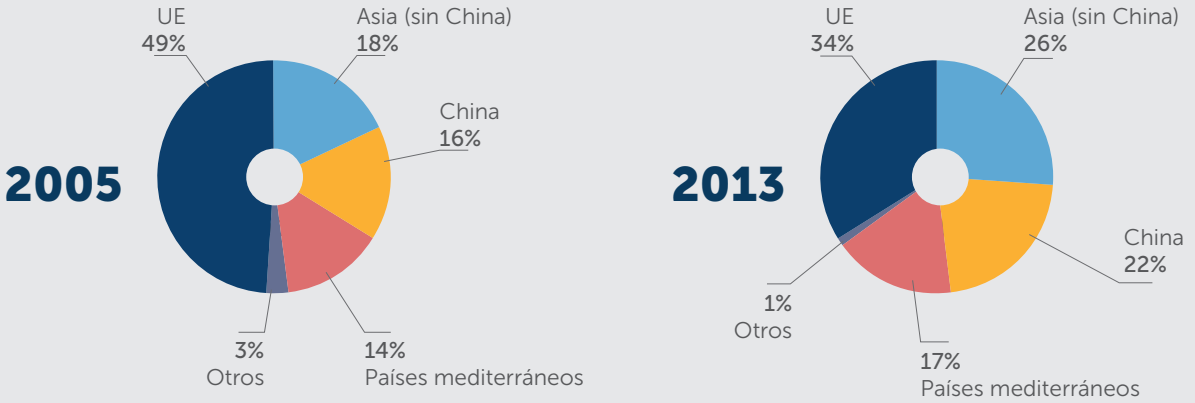
Exportaciones del sector textil/confección en Cataluña

PORCENTAJE VARIACIÓN INTERANUAL



Origen de las importaciones textil/confección en Cataluña (%)

PORCENTAJE



Fuente: Idescat

La fabricación en proximidad en España va de la mano de un aliado estratégico: el sector textil portugués. Mientras las empresas gallegas ganan en competitividad y rebajan sus costes, la industria portuguesa está experimentando un auténtico *boom,* rozando el límite de su capacidad hasta el punto de que ya hay fábricas que no pueden aceptar nuevos encargos. El textil en Portugal ha mantenido su estructura y ha sido capaz de adaptarse a una nueva demanda de series cortas con elevado valor añadido.

De esta forma, Portugal juega una carta clave en el denominado *Fast Fashion*, que permite a los fabricantes lanzar varias colecciones por temporada. La proximidad de Galicia, —donde están Inditex, Textil Lonia, Bimba y Lola y Adolfo Domínguez— con el principal clúster textil de Portugal ha contribuido en parte a su reactivación. De hecho, se estima que el 30% de la producción de textil portugués se destina a Galicia.

La relocalización de la producción surge como respuesta a la demanda de series cortas de producto, a la necesidad de reponer y ofrecer de forma rápida colecciones en el mercado y a la mejora de las condiciones laborales en países lejanos, que hacen que ya no resulten tan rentables. Esta necesidad de un nuevo consumo rápido se fomenta desde diversos canales como los blogs de moda y YouTube. Además, hay mercados en los que los consumidores demandan productos europeos sin que les importe pagar un plus por ello.

Prueba de ello es que se está produciendo un fenómeno, que hay que sumar al aumento del empleo, y es que las empresas han vuelto a realizar inversiones destinadas a comprar maquinaria.

Según Cityc y Fitex, la industria textil en España tiene capacidad para asumir un 30% adicional a la ocupación actual. Eso sí, la reindustrialización se está produciendo de forma lenta, lo que significa que no se va a realizar con el mismo ritmo que se hizo la deslocalización.

El año 2014 estuvo marcado por varios acontecimientos, entre ellos, la reorientación de parte de los negocios de Inditex y Desigual. El primero relanzó Uterque con nueva imagen para generar rentabilidad, mientras que el segundo cambió su estrategia en China, cerrando tiendas y apostando por los *corners* y la venta *online*.

También en 2014 Blanco pasó oficialmente a manos del grupo saudí Alhokair; en el capital de Dogi entró Sherpa Capital; Montefribre Hispania fue adquirida por Praedium;

Las empresas han vuelto a realizar inversiones destinadas a comprar maquinaria y ha crecido el empleo

Tino González y Pepe Botella entraron en concurso de acreedores, mientras que Charanga alcanzaba un acuerdo con los suyos. También Caramelo y Sita Murt se enfrentaron a la salida de concursos de acreedores, así como Festa que, tras abandonar el concurso de acreedores, retomó su crecimiento con cinco nuevas tiendas.

Algunos planes de internacionalización se materializaron en empresas como Shana, que desembarcó en China y Oriente Medio y creó una nueva filial en Reino Unido. Viriato y Guillermina Baeza entraron en México. Corea del Sur fue el país elegido por Mango para abrir una macrotienda y también donde Bimba y Lola aterrizó de la mano de los socios de Uniqlo.

La **venta por internet** ha presentado una evolución favorable. Ejemplo de ello son los resultados de Vente Privee, con un crecimiento del 26% en el país y una facturación de 1.600 millones de euros. De hecho, el sector textil representa el 4,5% de las ventas *online* en España.

La importancia del comercio electrónico se refleja en el crecimiento del 22% experimentado en 2014 –que sitúa a España en el cuarto puesto europeo tras Reino Unido, Alemania y Francia—, siendo la moda uno de los tres productos que concentran el mayor volumen de ventas. Factores que han facilitado este incremento son la gratuidad de los gastos de envío, la confianza en la plataforma, los precios competitivos y la facilidad para realizar devoluciones y reclamaciones.

Por otra parte, una de las amenazas mas importantes para el sector textil son las falsificaciones, que en 2014 ocuparon el segundo lugar tras los productos electrónicos y suponen el 18% del total de falsificaciones.

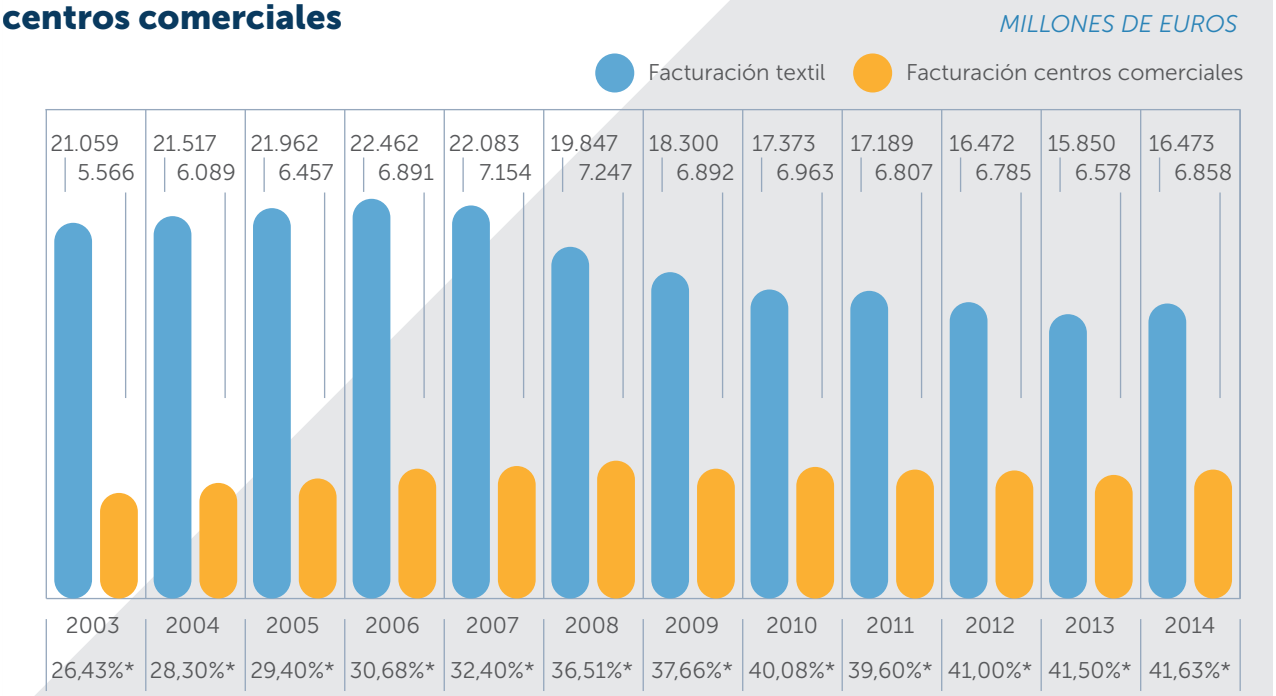
Los **centros comerciales** mantuvieron su relevancia en 2014: las ventas minoristas en estos centros significaron el 41,63% de la facturación del sector textil. FIGURA INFERIOR

En cuanto a las estrategias competitivas que siguen llevando a cabo las empresas, se incluyen la diversificación y diferenciación a través de los textiles técnicos. La incorporación de bioprocesos en la obtención de materiales, la protección del medio ambiente y la entrada de las nuevas tecnologías en los ***wearables*** (ropa o complementos que incorporan tecnología proactiva, conectada e inteligente) es ya un hecho, lo que concede una clara ventaja a sus titulares.

En 2014, las ventas de prendas y accesorios de moda inteligentes superaron los 52 millones de unidades vendidas (+32%). Además, está despertando el interés de los inversores, ya que los *wearables* tienen oportunidades en segmentos como la salud, el ocio y el deporte. Por ahora, el mercado de consumo tan solo ha acogido los *hard wearables*, la tecnología aplicada a los accesorios como relojes, pulseras y gafas. Sin embargo, los *soft wearables*, la tecnología aplicada a la ropa, todavía está en una etapa incipiente de desarrollo.

En la última década se han incorporado al proceso de fabricación nuevos tejidos elaborados de forma sintética con el fin de sustituir las fibras naturales, más costosas o volátiles debido a la variación en los precios de las materias primas, que condicionan la evolución y el comportamiento del sector textil.

Facturación textil en centros comerciales



(*) Porcentaje que representa la facturación en centros comerciales sobre la facturación total en textil.

Fuente: Acotex

Las **fibras sintéticas** experimentaron un pico de precios durante el periodo 2010-2011 y, desde entonces, han descendido los valores máximos. De hecho, como consecuencia de la caída de los precios del petróleo, desde el segundo semestre de 2014 se ha producido una disminución del precio de las fibras sintéticas que se aceleró en los Estados Unidos, Europa Occidental y Asia / Lejano Oriente. En este sentido, el mes de diciembre de 2014 registró los precios más bajos, con disminuciones interanuales del 15,4% en Asia, 8,9% en Estados Unidos y 12,7% en la Unión Europa, lo que conllevó una caída a nivel mundial del 13%. FIGURA INFERIOR

En cuanto al **algodón**, materia prima clave de la industria de la moda, después de meses de descenso, el precio ha vuelto a recuperarse.

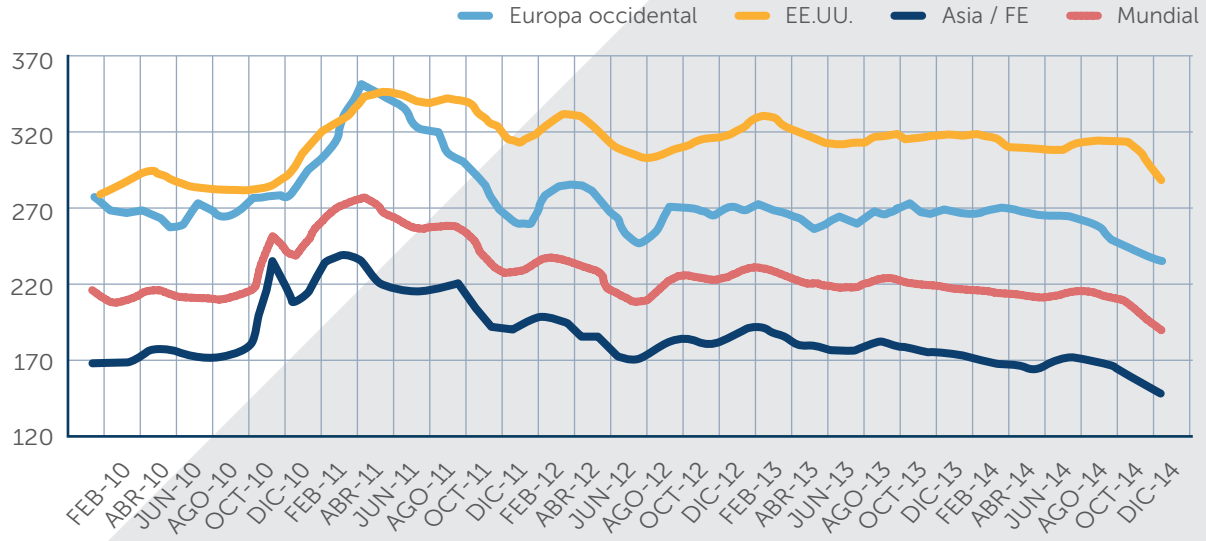
El precio del algodón en 2014 ha evidenciado un buen comportamiento, situándose en término medio en 0,6 euros por libra, lo que implica un 8,6% menos que en 2013. FIGURA PÁGINA SIGUIENTE

El precio del algodón empezó a descender en marzo de 2014, después de que Gobierno chino decidiera liberalizar parte de sus reservas nacionales, revisara las subvenciones a los agricultores (ampliándolas para frenar las importaciones) y fijara las cuotas de importación a los máximos que permite la Organización Mundial de Comercio (OMC).

El precio del algodón se situó en 0,6 euros por libra en 2014, lo que supone un descenso del 8,6% con respecto al año anterior

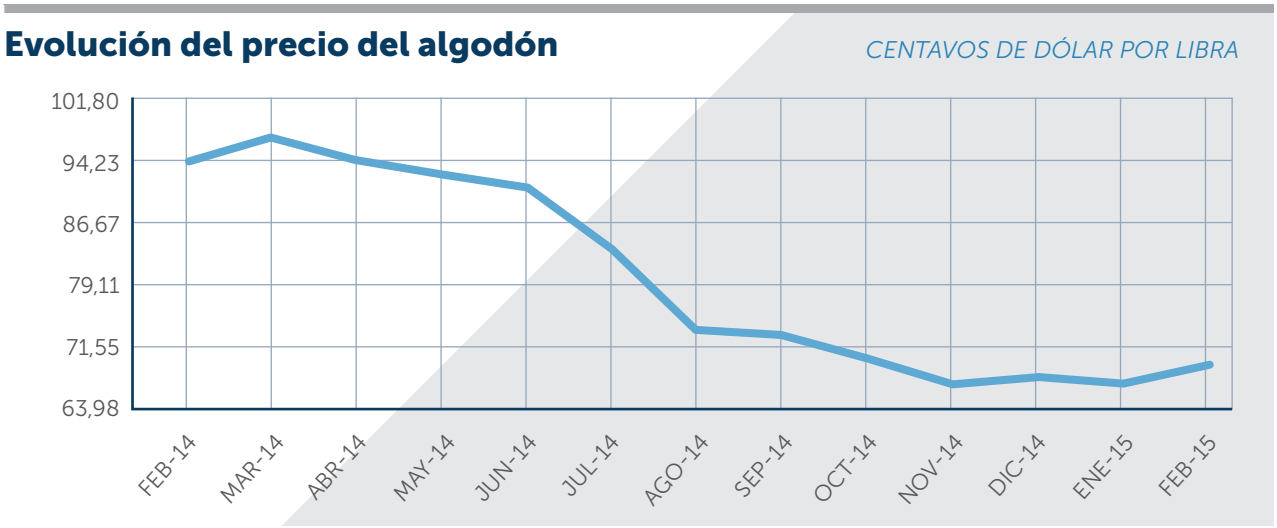
Evolución del índice del precio de las fibras sintéticas

ÍNDICE DEL PRECIO DE LAS FIBRAS SINTÉTICAS



Fuente: Euratex basado en fibras PCI

Evolución del precio del algodón



Fuente: Indexmundi

Hay que señalar que China es el principal consumidor de algodón del mundo y a través de estas medidas frenó su comercio internacional. Así, a septiembre de 2014, las compras chinas de algodón habían caído un 38%.

Este descenso en las importaciones chinas —que no se ha podido compensar con los aumentos en Pakistán, Turquía y Bangladesh— ha perjudicado a los principales productores y exportadores mundiales, como India (-0,5%) y Estados Unidos (-23%). Cabe destacar que India ha logrado arrebatar a China el liderazgo en la producción de algodón ya que concentra el 37% del total del algodón cultivado en el mundo, a pesar de que su producción se haya reducido un 0,5% como consecuencia de la caída del consumo global.

La disminución en el precio del algodón ha llevado a los gobiernos de Brasil, Australia y otras zonas del este de África a reducir la superficie cultivable ante las estimaciones de una sobreproducción en la campaña 2014-2015. En este sentido, el objetivo es reducir la superficie de cultivo de algodón un 12% respecto a 2013-2014, disminuyendo de esta forma la producción un 18%. Se estima que para la temporada en curso el comercio internacional del algodón descienda un 11%. En vista de este ajuste de la producción, después de meses de descensos, el precio empieza a remontar ligeramente.

La evolución del precio del algodón a la baja también ha arrastrado a los precios del poliéster, la viscosa o el *nylon*. Es verdad que los primeros beneficiados son las empresas que operan en el textil de cabecera, pero no es menos cierto que sufren la presión de los grandes grupos de distribución, tanto en precio como en el retraso de pedidos.

Respecto al algodón orgánico, a pesar de que los grandes grupos de la moda se han comprometido a impulsar la fabricación de sus prendas con esta materia prima, la producción no termina de arrancar. De hecho, según el estudio de Textile Exchange, la producción en algodón orgánico descendió un 21% en la temporada 2012-2013. El problema de esta materia prima es la recuperación de la inversión; además, la mayor parte de los productores son pequeños propietarios en países pobres con acceso limitado al comercio internacional.

Mercado europeo

La industria textil y de la confección en la Unión Europea confirmó su renacimiento en el período enero-septiembre de 2014, a pesar de sufrir una clara desaceleración durante el tercer trimestre. Los indicadores cualitativos de varias encuestas sugieren expectativas positivas y favorables para la industria en los próximos meses.

Con la recuperación de la economía, que lucha por ganar impulso en gran parte de Europa, la evolución de la actividad en el sector textil y confección en la UE durante el tercer trimestre de 2014 fue claramente menos favorable

Estadísticas de negocio a corto plazo de UE28. 9m2014/9m2013

PORCENTAJE DE CRECIMIENTO

	Textil	Ropa
Producción	+3,2	-1,0
Empleo	-1,7	-2,0
Ventas	+3,6	+1,7
Comercio minorista	+2,2	-
Importaciones	+7,5	+8,0
Exportaciones	+1,9	+4,4
BALANCE COMERCIAL	**+33,3**	**+9,6**

Fuente: Euratex on Eurostat data

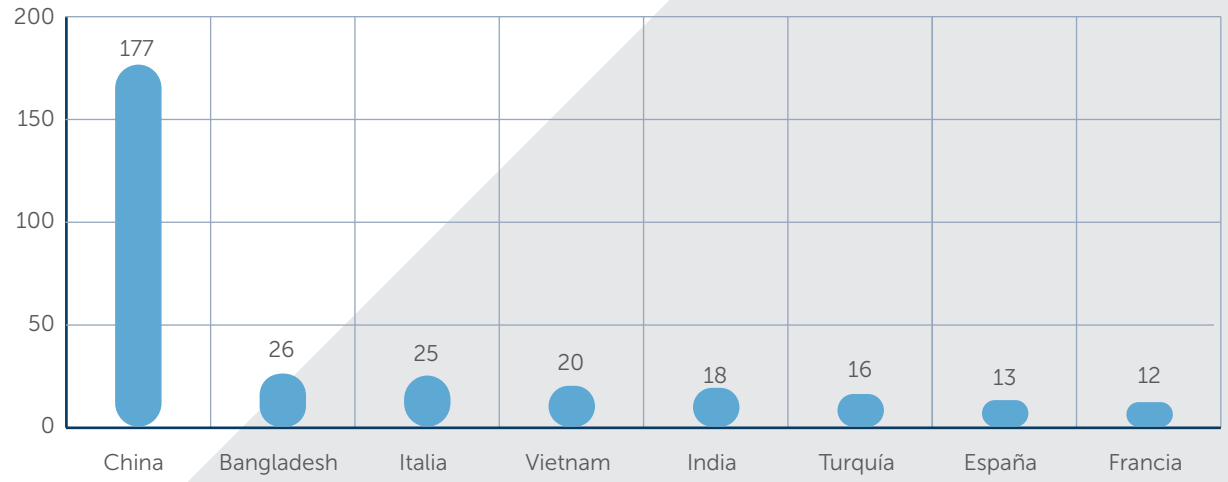
que en trimestres anteriores. Sin embargo, en vista de los buenos resultados obtenidos en la primera mitad del año, la actividad logró expandirse en el período enero-septiembre de 2014. Además, gracias a las evoluciones positivas del volumen de negocio, las ventas minoristas y las exportaciones de productos textiles y prendas, la situación de empleo de la UE está mejorando gradualmente, en un escenario de moderada caída en la producción. CUADRO IZQUIERDA

Los resultados de la Encuesta Industrial de Empresas de la UE muestran una visión menos pesimista respecto a los negocios en la industria del textil y la confección, ya que estiman un aumento de la producción y del nivel actual de la cartera de pedidos. La encuesta arroja, además, expectativas positivas y una mejora en la posición competitiva de la industria fuera de la UE, con un aumento de las exportaciones, en particular en la industria del vestido.

A nivel mundial, la OMC estima que el **crecimiento mundial** del transporte de mercancías de prendas confeccionadas se incrementó en torno a un 5% en 2014, hasta un volumen de 480.000 millones de dólares, pese al estancamiento de China, el mayor exportador mundial en esta categoría. FIGURA INFERIOR

Principales países exportadores mundiales de prendas de vestir

MILES DE MILLONES DE DÓLARES



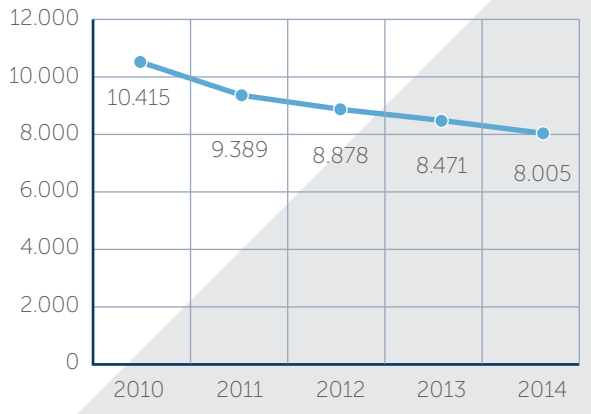
Fuente: modaes.es

Subsectores

1. Industria textil

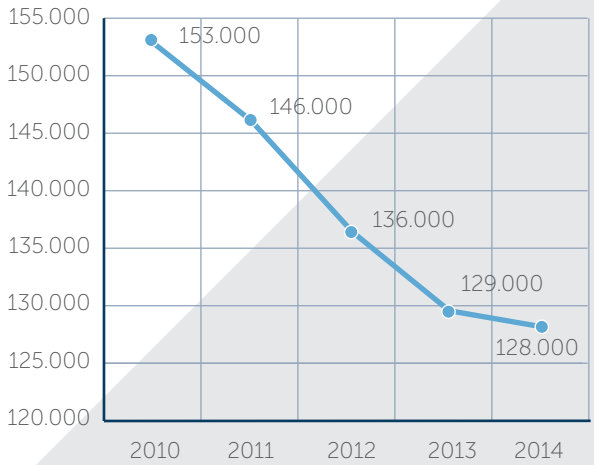
La industria textil incluye la fabricación de fibras químicas o no naturales (fibras sintéticas y artificiales), que posteriormente se utilizarán en el proceso de hilatura. El textil de cabecera es la base de la cadena textil que incluye los hilados, tejidos y acabados.

Número de empresas. Sector textil y confección



Fuente: CITYC (número de empresas CNA 13 y 14 con mas de 1 trabajador)

Número de empleados. Sector textil y confección



Fuente: CITYC (número de empresas CNA 13 y 14 con mas de 1 trabajador)

Según los datos de Cityc, los sectores textil y confección (CNAE 13 y 14) engloban 8.005 empresas con más de un trabajador[1], el 5,5% menos que en el ejercicio 2013, que dan empleo a un total de 128.000 personas, reflejando un descenso respecto a 2013 del 0,4%. FIGURA IZQUIERDA

Como se puede observar en el gráfico "Número de empleados. Sector textil y confección", en 2014 desaparecieron 466 empresas y perdieron su empleo 1.000 trabajadores. FIGURA SUPERIOR

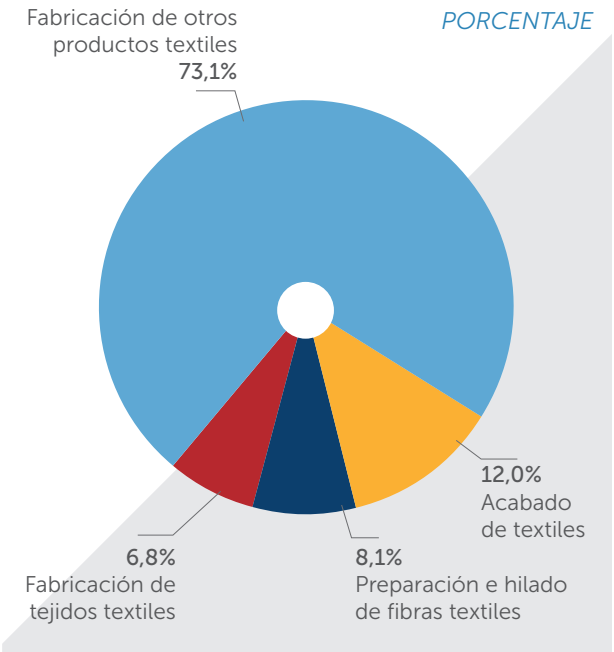
(1) Este número de empresas no incluye aquellas sin asalariados.

La industria textil daba empleo a 41.915 trabajadores en enero de 2015, lo que supone un crecimiento interanual del 2,3%

Si se suman las empresas sin asalariados y se separa la confección, la industria textil contaba en total con un tejido empresarial de 6.039 operadores (-1,7%), lo que representa el 31,3% de las empresas industriales del negocio de la moda en España. En enero de 2015, esta industria daba

Empresas por subsectores en la industria textil en 2014

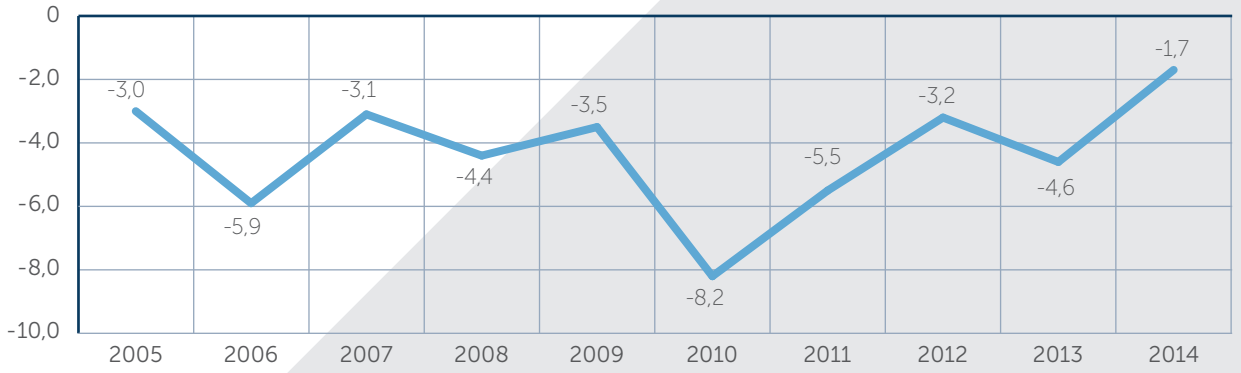
PORCENTAJE



Fuente: Informe Económico Modaes.es de la moda en España 2013

Evolución del número de empresas en la industria textil. 2005-2014

VARIACIÓN ANUAL EN PORCENTAJE



Nota: Hasta 2008, CNAE93, a partir de 2009, CNAE 2009.

Fuente: Informe Económico Modaes.es de la moda en España 2014

empleo a 41.915 trabajadores, cifra que supone un crecimiento interanual del 2,3%. FIGURA INFERIOR PÁGINA ANTERIOR

Las empresas que forman la industria textil se inscriben en diferentes subsectores de actividad: las dedicadas a la preparación e hilado de fibras textiles (el 8,1% del total), fabricación de tejidos textiles (6,8%), acabado de textiles (12%) y fabricación de otros productos textiles (73,1%). FIGURA SUPERIOR PÁGINA ANTERIOR

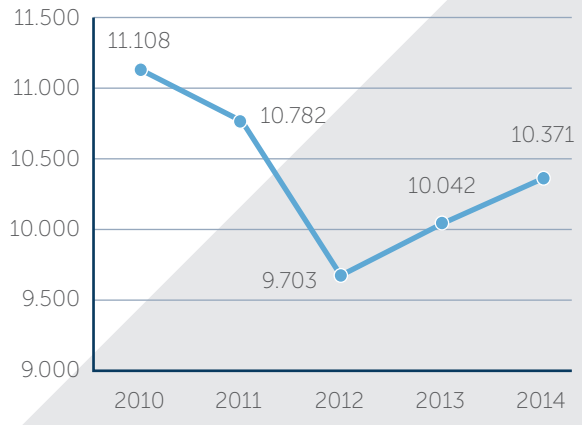
Según los datos de Cityc, la cifra de negocio del sector textil y confección creció en 2014 un 3,3% hasta los 10.371 millones de euros. FIGURA DERECHA

Las **exportaciones** tanto en textil como en confección siguieron presentando una evolución favorable, con un crecimiento del 7,8% en 2014, consecuencia, principalmente, de las ventas en el exterior del vestuario de punto y confección, que crecieron un 8,9% y representan el 72% del total. CUADRO INFERIOR

En cuanto a las **importaciones**, se incrementaron un 13,5%: CUADRO INFERIOR

Cifra de negocios sector textil y confección

MILLONES DE EUROS



Fuente: CITYC

Evolución de las exportaciones en textil y confección

MILLONES DE EUROS

	2010	2011	2012	2013	2014	% var
Manufacturas textiles	2.924	3.204	3.206	3.373	3.544	5,1%
Vestuario punto y confección	5.620	6.362	7.217	8.333	9.077	8,9%
TOTAL	8.544	9.566	10.423	11.706	12.621	7,8%

Fuente: CITYC

Evolución de las importaciones en textil y confección

MILLONES DE EUROS

	2010	2011	2012	2013	2014	% var
Manufacturas textiles	3.268	3.471	3.216	3.442	3.832	11,3%
Vestuario punto y confección	10.037	11.195	10.303	10.771	12.305	14,2%
TOTAL	13.305	14.666	13.519	14.213	16.137	13,5%

Fuente: CITYC

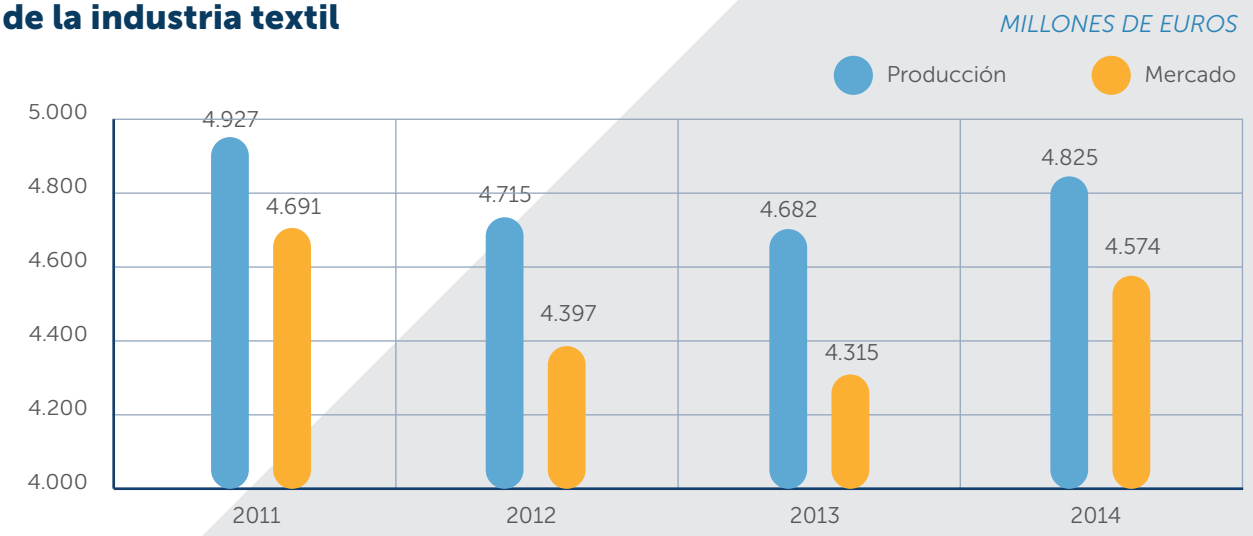
Pakistán ha disparado sus exportaciones textiles a Europa un 21% un año después de haber entrado en el Sistema de Preferencias Generalizado (GSP+) y obtener arancel cero. Bangladesh y Camboya también forman parte de este sistema de importaciones preferenciales. Existen otros países a los que la UE también otorga beneficios arancelarios; se trata de países considerados socios de renta baja y media-baja, entre los que se incluyen China, Indonesia, Tailandia y Vietnam. De hecho, las exportaciones pakistaníes del sector textil con destino España han crecido un 45% en 2014 —superando a Alemania y a Vietnam en el *ranking* de los principales proveedores del mercado español—, situándose en el noveno puesto, por detrás de Francia. En este sentido, Pakistán es el sexto proveedor fuera de la UE después de China, Turquía, Bangladesh, Marruecos e India.

Pese a la buena evolución de las exportaciones, la balanza comercial es negativa, con un saldo de -3.516 millones de euros

De esta forma, a pesar de la buena evolución de las exportaciones, la balanza comercial sigue siendo negativa con un saldo de -3.516 millones de euros, 40% superior en términos absolutos al de 2013.

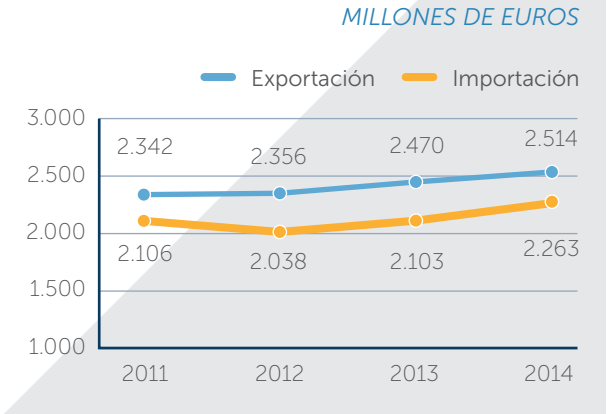
Separando la industria textil de la confección y tomando exclusivamente los sectores de preparación e hilado de fibras textiles, fabricación de tejidos textiles y acabado de textiles, en 2014 se ha producido un repunte tanto del mercado como de la producción. Los datos provisionales señalan un crecimiento de la producción del 3%, hasta los 4.825 millones de euros, debido al repunte de la demanda interna y al crecimiento de las ventas en el exterior, tal como se puede observar en el gráfico "Evolución de la industria textil". La demanda interna ha cambiado de tendencia, con un crecimiento del 6% que revierte la tendencia de descensos previa. FIGURA INFERIOR

Evolución de la industria textil



Fuente: DBK (sectores de preparación e hilado de fibras textiles, fabricación de tejidos textiles y acabado de textiles)

Evolución de las exportaciones e importaciones de hilado de fibras, fabricación de tejidos y acabado de textiles



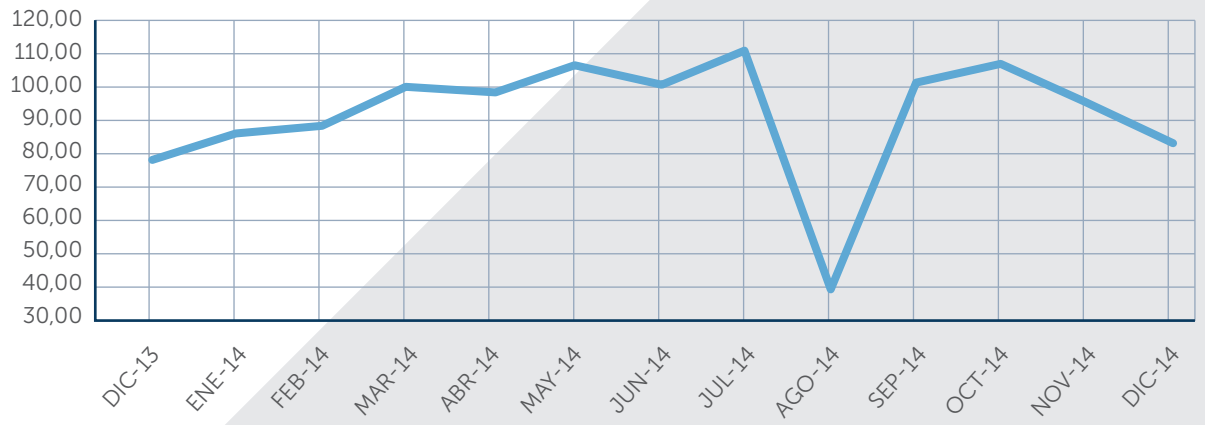
Fuente: ICEX

Frente al retroceso general del 3,6% del Índice de Precios Industriales (IPRI) –indicador que mide la evolución de los precios a salida de fábrica, antes de entrar en el canal de distribución—, los precios de la industria textil se mantuvieron, con un leve aumento interanual del 0,1% (la variación media anual fue de 0,4%). Este circunstancia, unida al comportamiento favorable del precio del algodón, ha permitido mejorar los márgenes y, en consecuencia, la rentabilidad del sector.

Las exportaciones que engloban los sectores de preparación e hilado de fibras textiles, fabricación de tejidos textiles y acabado de textiles mantienen su senda de crecimiento, con un aumento del 1,8% en 2014, hasta los 2.514 millones de euros. Sin embargo, las importaciones se han disparado un 7,6%, hasta los 2.263 millones de euros, en vista del crecimiento de la demanda interna, originando un descenso de la balanza comercial del 32%, hasta los 251 millones de euros. FIGURA IZQUIERDA

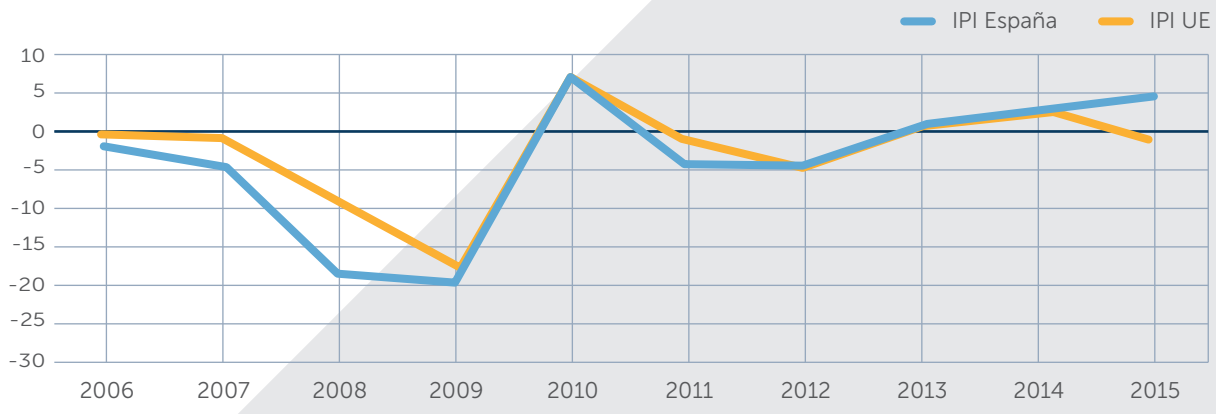
El 42% del valor total exportado se concentra en Marruecos, cuyo crecimiento ha sido del 7%. Las ventas

Índice de Producción Industrial. Industria textil



Fuente: INE y fichas sectoriales del Ministerio de Industria, Energía y Turismo

Índice de Producción Industrial España-UE



Fuente: INE y fichas sectoriales del Ministerio de Industria, Energía y Turismo

a Portugal son las que más aumentan, el 9%, mientras que, en el polo opuesto, las destinadas a Alemania se reducen un 4%. Por otra parte, el 46% de las importaciones provienen de Italia, que sube un 7%. Las compras a China se elevan un 15% y las de Alemania disminuyen un 4%.

La cartera de pedidos en la industria textil ha evidenciado un incremento interanual a diciembre de 2014 del 1,6% y los resultados del IPI (Índice de Producción Industrial), muestran una subida media anual de la industria textil del 2,3% y del 6% interanual a diciembre de 2014. FIGURAS SUPERIORES

La fabricación de textiles de uso técnico es una oportunidad para el sector español, dada la creciente demanda

1.1. Fabricación de fibras artificiales y sintéticas

En este segmento existen aproximadamente 40 empresas, concentradas principalmente en Cataluña por razones de proximidad a los focos productivos. Es un sector fuertemente afectado por los productos importados. De hecho, el descenso de los precios se situó en el 3%.

En 2014, el valor de la producción disminuyó en torno al 5%, en un marco de ligero incremento del mercado interno y desfavorable evolución del saldo exterior. Las exportaciones se redujeron un 13,7%, situándose en 247 millones de euros, mientras que las importaciones aumentaron un 6%, lo que ha llevado a un déficit comercial de 302 millones de euros, un 30% más que en 2013.

El principal destino de las exportaciones fue la Unión Europea, que concentró el 76% del total, pese a registrar un descenso del 3,5%. En cuanto a las importaciones, la Unión Europea y Lejano Oriente son las principales zonas suministradoras, con cuotas del 53% y 25%, respectivamente.

1.2. Preparación e hilado de fibras textiles

Es un segmento atomizado en el que operan un elevado número de empresas, especializadas la mayoría en fibras naturales y concentradas en Cataluña y Comunidad Valenciana. Se trata de un sector fuertemente afectado por la competencia en precio, como ha evidenciado la caída interanual del IPRI en un 1,5% a diciembre de 2014, que se ha traducido en un descenso del número de empresas del 6,8%, hasta las 490. Hay que decir que el crecimiento interanual a diciembre del IPI de este segmento ha sido del 5,7%.

El volumen de negocio en el sector se redujo un 3% hasta los 325 millones de euros en 2014, debido al deterioro del saldo comercial. Las exportaciones fueron de 224 millones de euros (-3%), mientras que las importaciones se situaron en 336 millones de euros (+9%).

El 45% de las ventas en el exterior se concentran en Alemania, Portugal y Francia, mientras que los principales países de los que importa España son Italia, India y Turquía, con cuotas del 17%, 15% y 13%, respectivamente.

1.3. Fabricación de tejidos textiles

La fabricación de tejidos textiles puede realizarse a partir de diversas materias primas como la seda, la lana, otras fibras animales, vegetales o artificiales y sintéticas, papel, vidrio, etc. En este segmento operan empresas de pequeña y mediana dimensión que compiten vía precio, lo que, unido a una estructura de costes poco flexible, les lleva a presentar márgenes muy ajustados. El número de operadores sigue descendiendo hasta llegar en 2014 a 410, debido a la entrada de productos importados y a la integración hacia atrás de la industria confeccionista. No obstante, tienen como oportunidad la diversificación en textiles de uso técnico, ya que la demanda está en alza y hay menor competencia de los países asiáticos.

El superávit comercial se ha reducido un 32%, dado que las exportaciones han crecido un 2%, mientras que las importaciones lo han hecho en un 8%. El IPRI de este segmento ha experimentado un crecimiento interanual a diciembre 2014 del 0,7% y el IPI, un 1,2%.

1.4. Acabado de textiles

Las actividades de este segmento incluyen el blanqueo, teñido, apresto y actividades similares. La tendencia a integrar la fase de acabado en los sectores de productos textiles y de confección es la principal causa de la desaparición de empresas en este segmento. En 2014 existían 725 empresas de mediana dimensión, lo que implica un descenso del 6%. Cabe destacar que la mayoría están integradas en grupos pertenecientes al sector textil-confección.

El valor de la producción ha crecido en torno al 2% en 2014 hasta los 335 millones de euros, afianzando la tendencia alcista de 2013, mientras que el IPRI ha crecido un 2,1% en diciembre de 2014.

2. Confección

La confección es el proceso a través del cual el tejido acabado se transforma en una prenda de ropa, incluyendo el corte según patrón y el cosido, para ser utilizada y comercializada. La industria de la confección de prendas es la más importante de la moda en España por número de empresas y por generación de empleo, pero también es la que registra la peor evolución. Cabe señalar que representa el 7,1% del valor de mercado europeo de fabricación de ropa y otros textiles, por detrás de Francia (15,8%), Alemania (15,5%) y Reino Unido (14,6%). FIGURA INFERIOR IZQUIERDA

En enero de 2015, el número de trabajadores en el sector confección ascendió un 1,1% interanual, hasta los 47.907 empleados. De esta forma, el sector de la confección se mantiene como el principal generador de **empleo** en la industria de la moda en España.

En el sector de la confección operan 8.647 **empresas**, un 3,4% menos que en 2013, el menor resultado desde la liberalización del comercio internacional de la confección en 2005. De estas empresas, 4.349 cuentan con más de un trabajador.

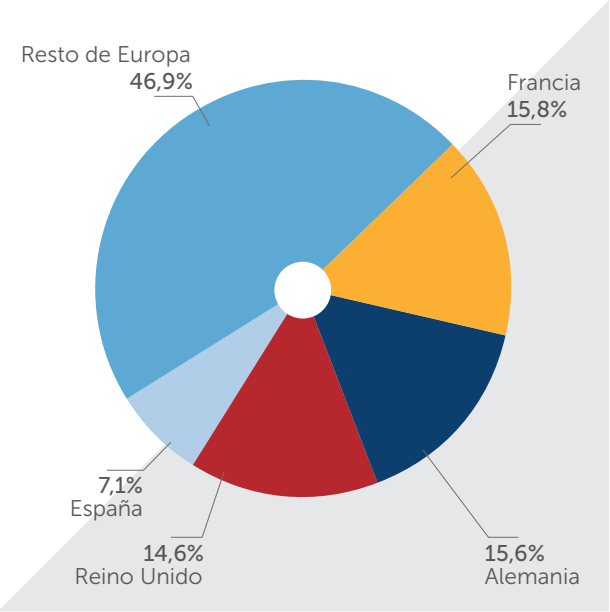
Como se puede observar en el gráfico "Empresas por estrato de asalariados 2014. Confección", se trata de un sector dominado por las empresas sin asalariados o que cuentan con menos de diez empleados. FIGURA INFERIOR DERECHA

Es el subsector en el que se constituyen más empresas, como lo demuestra el hecho de que en enero de 2014 el 19,1% de las empresas tuvieran menos de un año. Dentro del subsector, el 90,8% del tejido empresarial se dedica a la confección de prendas de vestir, el 6,9% a la confección de prendas de punto y el 2,3% restante a artículos de peletería.

El segmento de ropa representa el 26% del mercado de la confección y el resto corresponde a otros textiles.

Mercado europeo de confección

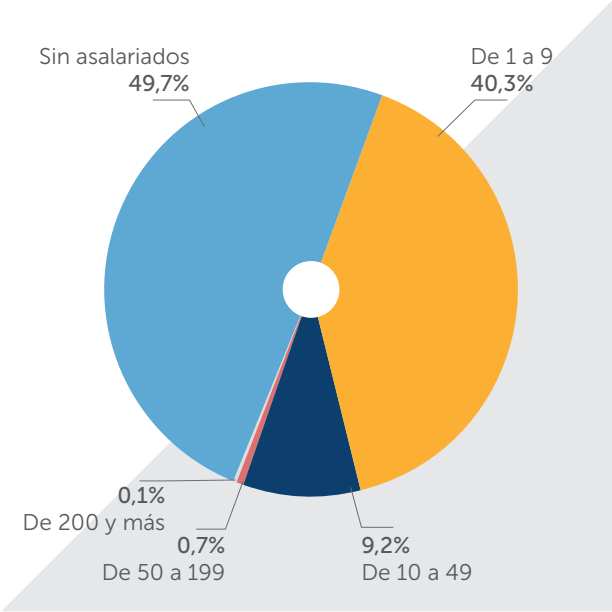
PORCENTAJE



Fuente: Marketline

Empresas por estrato de asalariados en 2014. Confección

PORCENTAJE



Fuente: Informe Económico Modaes.es de la moda en España 2014

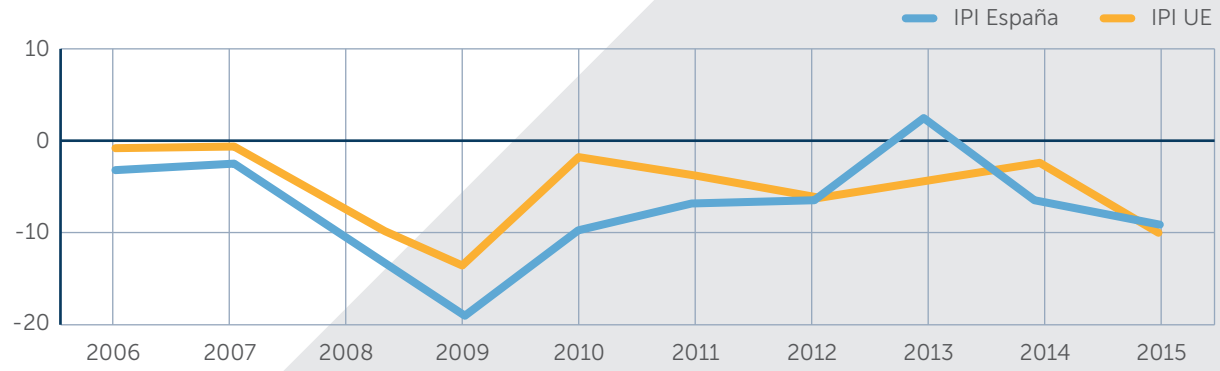
En 2014, el sector de la confección registró un aumento de la producción del 6,2% gracias a la mejora de la demanda interna

El Índice de Entrada de Pedidos experimentó un aumento interanual del 11,2% a diciembre 2014. Sin embargo, el IPI del sector confección no mostró un resultado muy favorable: después de crecer un 3,6% en 2013 (primer resultado positivo desde 1999), mostró una caída media anual del 6,5% en 2014. El IPRI, por su parte, evidenció un aumento interanual del 0,9% en diciembre. FIGURAS INFERIORES

Durante el año 2014, el sector de confección registró un aumento de la producción del 6,2%, gracias a la

IPI España-UE. Confección

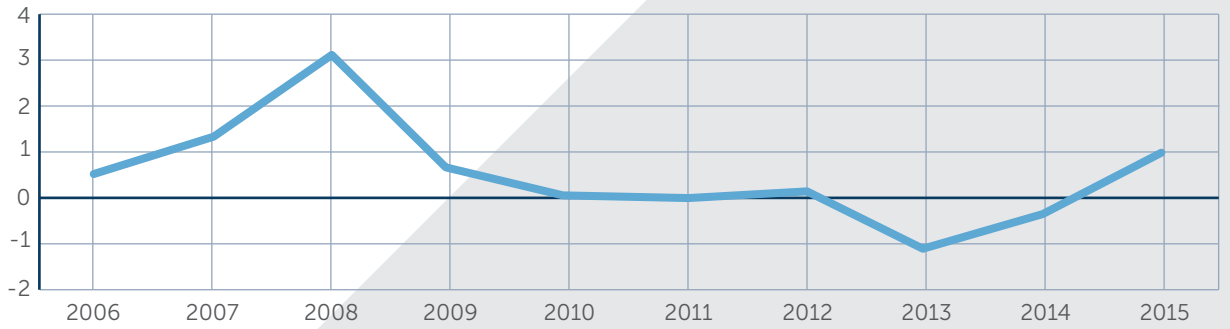
VARIACIÓN ANUAL EN PORCENTAJE



Fuente: fichas sectoriales del Ministerio de Industria, Energía y Turismo

Índice de precios industriales. Confección

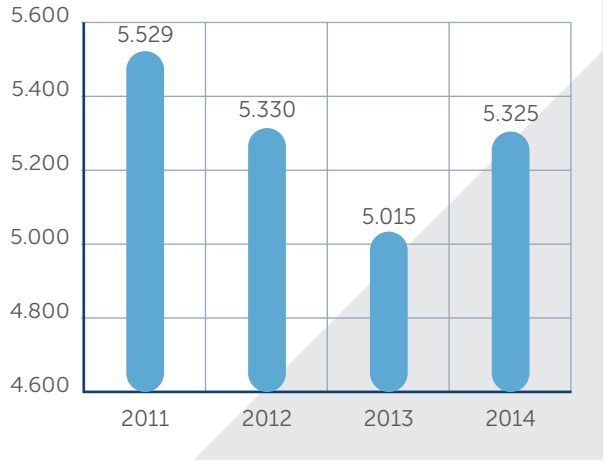
VARIACIÓN ANUAL EN PORCENTAJE



Fuente: fichas sectoriales del Ministerio de Industria, Energía y Turismo

Producción confección

MILLONES DE EUROS



Fuente: DBK

recuperación de la demanda interna de productos de confección, revirtiendo de esta forma la evolución de los años precedentes. FIGURA SUPERIOR

Como se detalla en el gráfico "Exportaciones e importaciones. Confección", las **exportaciones** frenaron su ritmo de crecimiento hasta 8,7% (frente al 11,3% de 2013) y las importaciones aumentaron un 13,4% (frente al descenso del 0,6% en 2013), lo que ha originado un aumento del déficit comercial del 31%. FIGURA DERECHA

El 46% de las **importaciones** de confección se concentran en China (+12,4%), Bangladesh (+18,6%) y Turquía (+5,2%). En cuanto a las exportaciones, el principal destino sigue siendo Francia, con una cuota del 13%, a pesar del descenso del 3,4% de las mismas. Destaca, asimismo, el aumento de las exportaciones hacia Italia (+6,8%), Alemania (+5,1%) y Reino Unido (+9,9%).

La importancia del producto "*made in Spain*" en este sector se refleja en que se utilizarán dos tipos de etiquetas que permitirán al cliente distinguir, en el primer caso, si un producto de moda pertenece a una empresa española (Acreditación Oro) y, en el segundo, si además ha sido diseñado y fabricado íntegramente en nuestro país (Acreditación Oro Plus).

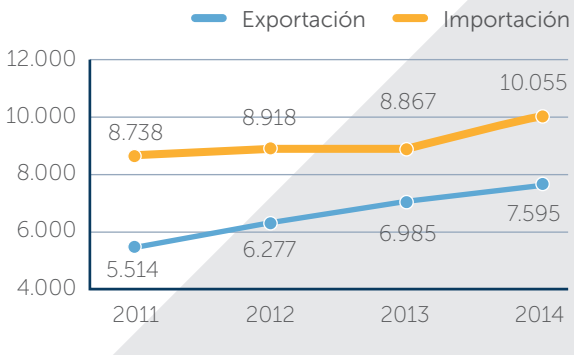
Los artículos diseñados y fabricados íntegramente en España llevarán en su etiqueta la Acreditación Oro Plus

2.1. Confección de prendas de vestir de punto

Este sector incluye la fabricación de artículos de calcetería, incluidos calcetines, medias ordinarias y medias pantalón, así como la confección de prendas en tejido de punto y otros artículos confeccionados, como jerséis, chaquetas de punto, chalecos y artículos similares.

Exportaciones e importaciones. Confección

MILLONES DE EUROS



Fuente: DBK

El número de empresas sigue en descenso debido a la creciente penetración de los productos importados; de ahí que, a principios de 2014, existieran 600 operadores, lo que implica una disminución del 6%. Además, la competencia en este segmento se lleva a cabo vía precio, dado que no existe mucha diferenciación del producto. De hecho, el IPRI a diciembre 2014 ha caído un 0,1% interanual y por eso las empresas presentan en sus cuentas de resultados márgenes muy ajustados.

En los ocho primeros meses del año 2014 las exportaciones crecieron un 11%, mientras que las importaciones lo hicieron en un 15%. Esta circunstancia, unida a un comportamiento de la demanda interna favorable, ha llevado a un moderado crecimiento en el volumen de negocio del sector.

China representa un 31% del total de las importaciones y el 36% de las exportaciones se destinan a Francia, Italia y Portugal, destacando el crecimiento de las exportaciones a Italia del 16% y a Alemania del 37%.

2.2. Confección infantil

En este sector operan 300 empresas que se dedican no solo a fabricar prendas de confección infantil, sino también complementos y prendas premamá. Una de las amenazas a las que se enfrentan, además del descenso en la natalidad, es el importante poder de negociación de sus clientes, que afecta a sus márgenes y a sus periodos de cobro. Cabe destacar que España representa el 4% del valor del mercado europeo de ropa infantil.

En 2014 se produjo un repunte del valor de las ventas de confección infantil en torno al 5%. Para los nueve primeros meses del año las exportaciones crecieron un 4% y las importaciones un 10%. El 40% de las exportaciones se concentraron en Italia, Portugal y Francia, siendo China el principal origen de las importaciones, con una cuota del 33%, y Portugal el país que mas crecimiento ha experimentado, del 36%.

2.3. Confección de ropa deportiva y accesorios de vestir

Es importante aclarar que en este segmento se incluye la confección de prendas para la práctica de deportes, prendas de esquí, bañadores; la fabricación de sombreros y gorras; la fabricación de otros accesorios de vestir como guantes, cinturones, chales y corbatas; además de la confección de gorros de piel y la fabricación de calzado de materias textiles sin suela incorporada.

Se mantiene la existencia de grandes grupos internacionales con una importante imagen de marca, pero que no tienen actividad productiva en España. Se observa también en este segmento una creciente penetración de la marca del distribuidor. De hecho, la cuota de mercado de las cadenas de tiendas y las grandes superficies ha crecido en los últimos años, otorgándoles un mayor poder de negociación.

Además, resulta de gran interés la traslación a las colecciones de moda de los materiales y tejidos antes utilizados exclusivamente en el mundo del deporte. Confort

y técnica, unidos al diseño, parecen los atributos deseables ahora también para el atuendo diario.

Las ventas en 2014 han crecido ligeramente debido a la suave mejora del consumo de los hogares y los acontecimientos deportivos, entre los que destaca la Copa Mundial de Fútbol. Las exportaciones entre enero y agosto disminuyeron un 11% en tasa interanual y las importaciones aumentaron un 16%. Al igual que el subsector anterior, Portugal, Francia e Italia concentran el 38% de las exportaciones, mientras que China, Marruecos y Vietnam fueron los principales orígenes de las importaciones, con participaciones del 21%, 15% y 8%, respectivamente.

En cuanto al mercado de los accesorios de vestir, la oferta está integrada por un alto número de empresas. En este segmento se mantiene una importante penetración de los grupos de la industria de confección, que utilizan los accesorios como un complemento para reforzar su imagen de marca y diversificación, como por ejemplo, Uterque (Grupo Inditex).

En 2014 se ha producido un moderado aumento del volumen de negocio, debido a la evolución de la demanda interna y externa. De esta forma, las exportaciones crecieron un 30% en los ocho primeros meses del año, mientras que las importaciones lo hicieron en un 14%. El 70% de las importaciones provinieron de China, Italia e India y el 80% de las exportaciones se destinaron a Marruecos, Francia e Italia.

2.4. Fabricación de alfombras, moquetas y telas

Este segmento engloba la fabricación de artículos confeccionados con cualquier material textil, incluidos los géneros de punto como mantas, ropa de cama, mesa, baño y cocina, cortinas, alfombras y moquetas. El número de empresas continuó descendiendo hasta situarse en torno a 4.400 fabricantes en enero de 2014, el 80% de los cuales eran profesionales independientes o empresas con menos de cinco empleados. Cataluña y la Comunidad Valenciana siguen concentrando cerca de la mitad del tejido empresarial.

Las amenazas para las pequeñas empresas continúan siendo los grandes grupos de la industria de la confección y el incremento de la cuota de las grandes superficies como canal de distribución.

En 2014 se ha evidenciado un aumento de la facturación del 3%, debido no solo al ligero repunte de la demanda doméstica, sino también a la mayor orientación de las empresas hacia el exterior.

Las exportaciones y las importaciones registraron crecimientos interanuales del 9% y el 14%, respectivamente, en los diez primeros meses del año. El 40% de las exportaciones se concentraron en Francia, Portugal y Marruecos, destacando el aumento de las destinadas a Reino Unido del 180%; China, Portugal y Marruecos alcanzaron cuotas sobre las importaciones del 27%, 8% y 7%, respectivamente.

2.5. Ropa de trabajo

Es un segmento caracterizado por una fuerte presencia de productos importados a precio muy competitivo, lo que afecta negativamente a las empresas. De hecho, para los ocho primeros meses de 2014 las importaciones se han incrementado un 2% y las exportaciones han caído un 2%, originando una disminución adicional del volumen de negocio.

Es reseñable que el 57% de las exportaciones se destinaron a Portugal y las importaciones provinieron principalmente de Marruecos con un 29% y China, con un 20%.

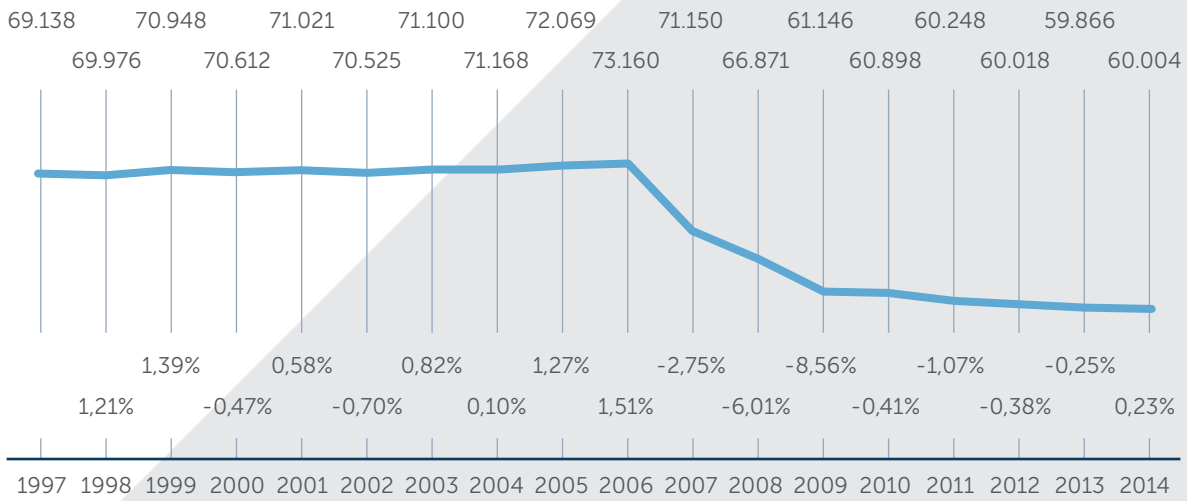
3. La distribución de confección

El comercio textil empieza a notar las consecuencias de la mejora de las condiciones macroeconómicas. El principio del cambio se produjo en septiembre de 2013 y, aunque la evolución en 2014 no ha sido favorable todos los meses, los datos de septiembre y octubre mostraron incrementos en el consumo del 2,6% y 2,1%, respectivamente, antesala de la campaña de Navidad y del *Black Friday*.

Es un sector compuesto por 60.004 **establecimientos** de comercio al por menor de prendas de vestir, el 57% de los cuales se concentran en Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana y Andalucía. Es el primer año desde que comenzó la crisis que no solo no desciende el número de tiendas, sino que ha crecido un 0,23%. FIGURA SUPERIOR PÁGINA SIGUIENTE

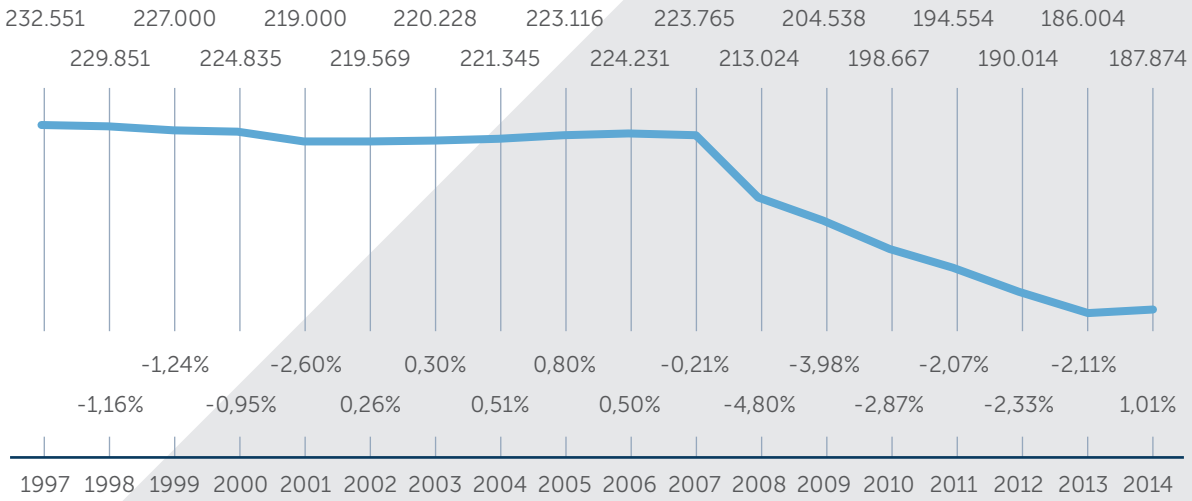
En 2014, la distribución de confección dio **empleo** a 187.874 personas (+1,01%), siendo el primer año en el que genera empleo desde 2006. FIGURA SUPERIOR PÁGINA SIGUIENTE

Evolución del número de establecimientos. Distribución de confección



Fuente: Acotex

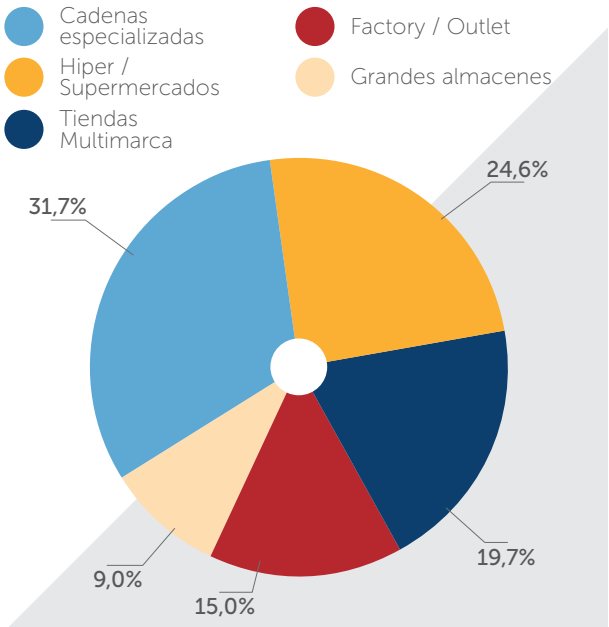
Evolución del empleo. Distribución de confección



Fuente: Acotex

Distribución por formatos comerciales en 2014

PORCENTAJE



Fuente: Acotex

Es un sector muy concentrado, ya que el 49,9% de la cuota de mercado se la reparten las cinco principales empresas del sector: Grupo Inditex, El Corte Inglés, H&M, Carrefour y Primark. En 2014, lideraron la facturación Inditex, Primark y H&M, por este orden.

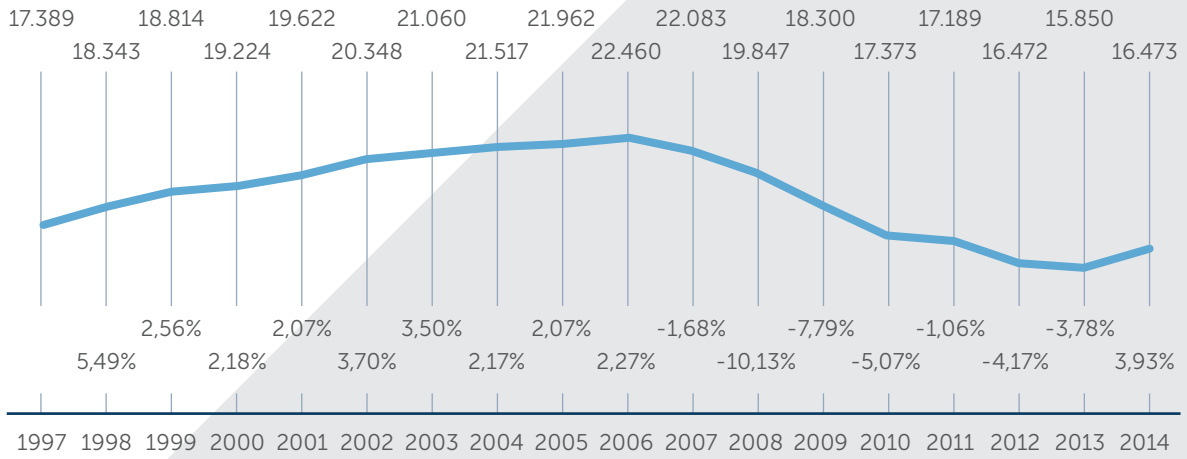
Para el año 2014 la **facturación** del comercio textil en España ha crecido un 3,93% hasta los 16.473 millones de euros, incremento que revierte la tendencia descendente de los ejercicios previos gracias al incremento del consumo derivado no solo por la mayor renta disponible, sino también por las agresivas campañas de descuentos y promociones. Hay que poner de relieve que el gasto anual por unidad familiar destinado a textil ha crecido un 2,61% hasta los 1.138 euros. FIGURA INFERIOR

Como se desprende del gráfico "Evolución de las **cuotas** de mercado por formato" las tiendas multimarca continúan perdiendo cuota de mercado a favor de las cadenas especializadas. También se observa el mantenimiento de la cuota de los *outlets* en torno al 15%. FIGURA SUPERIOR PÁGINA SIGUIENTE

Cabe destacar que el 37,5% de la facturación del comercio textil se concentra en el segmento de mujer, el 31,9% en el de hombre, el 17,3% corresponde a hogar y el resto al segmento infantil.

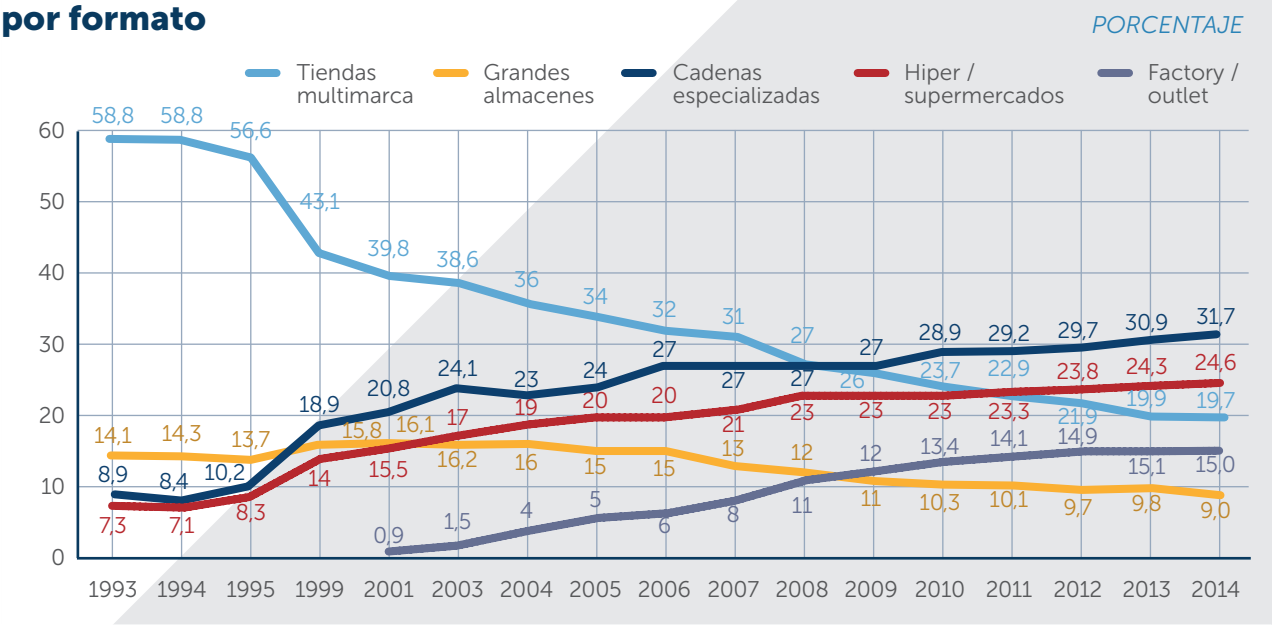
Evolución de la facturación. Distribución de confección

MILLONES DE EUROS



Fuente: Acotex

Evolución de las cuotas de mercado por formato



Fuente: Acotex

Por comunidades autónomas, las principales por facturación son Cataluña, Madrid y Andalucía, con unas cuotas de 17,25%, 16,66% y 15,62%, respectivamente. El gasto anual por habitante en textil es de 419 euros, situándose Baleares, Madrid y el País Vasco por encima de la media, frente a Galicia y Extremadura, que se sitúan en el último puesto del *ranking*.

En el sector de distribución de confección resalta la importancia de las **franquicias** a nivel doméstico, con un total de 204 enseñas operativas (+6%) presentes en 7.939 establecimientos en 2014, que daban empleo a 23.999 trabajadores y cuya facturación global fue de 2.069 millones de euros. Asimismo, sobresalen las franquicias españolas en el mundo, cuyo *ranking* a nivel internacional aparece en el gráfico "Franquicias españolas de la distribución en el mundo". CUADRO DERECHA

Según el Índice de Precios al Consumo (IPC), los precios medios de la ropa de hombre y de mujer descendieron de forma interanual en los diez primeros meses de 2014 un 0,2% y 0,3%, respectivamente, mientras que el precio de la ropa de niño y bebé mantuvo su estabilidad.

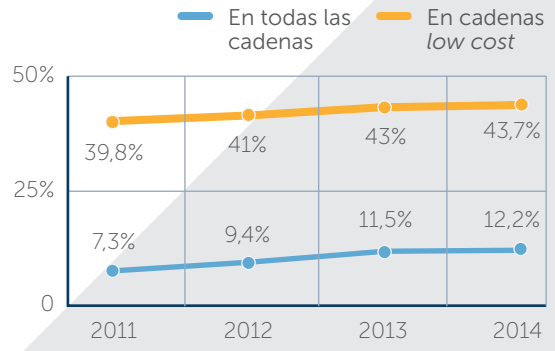
Franquicias españolas de la distribución en el mundo

	Puesto	Países
Mango	1	97
Zara	2	90
Bershka	3	68
Pull & Bear	4	62
Massimo Dutti	5	62
Springfield	6	57
Stradivarius	7	55
Women'Secret	8	49
Zara Home	9	44
Oysho	10	38
Adolfo Domínguez	11	38
Cortefiel	12	34
KA International	13	33
Pronovias	14	31
GE XXI	15	30
Shana	16	26

Fuente: La franquicia española en el mundo 2015. Thormo Franchise

Evolución de las compras de ropa en cadenas *low cost*

PORCENTAJE DE PRENDAS VENDIDAS EN ESPAÑA. INTERIORES Y EXTERIORES



Nota: No incluye calzado.

Fuente: Kantar Worldpanel

Los descuentos y las rebajas siguen siendo una estrategia de *marketing* y las rebajas de final de temporada se solapan con promociones puntuales para rotar el género. Tanto es así que el consumidor se ha acostumbrado a que las cadenas hagan ofertas continuamente y ha desaparecido el estigma de comprar marcas baratas. Por ello, según un informe de Kantar Worldpanel, el sector de la moda de bajo coste ha aumentado su cuota de mercado desde el 7,3% en 2011 hasta el 12,2% en 2014, lo que significa que más de 12 millones de españoles compran alguna prenda en estas cadenas. FIGURA SUPERIOR

Otro aliado de la recuperación del consumo de la moda es el ***e-commerce***, a través del cual han despegado las prendas de vestir, el calzado, los complementos o las joyas. El canal *online* representó el 4% de la facturación total del comercio textil en 2014.

Las ventas de prendas de vestir a través de internet crecieron un 95,4% en el primer semestre de 2014 hasta los 360,3 millones de euros. Esto demuestra el fortalecimiento paulatino del *e-commerce*. Es más, la evolución de las ventas de moda por internet es más favorable que la evolución global de las ventas *online* en España (+24,4%), representando a junio de 2014 el 4,6% del gasto total en comercio electrónico.

El canal "online" representó el 4% de la facturación total del comercio textil en 2014, revelándose como aliado de la recuperación

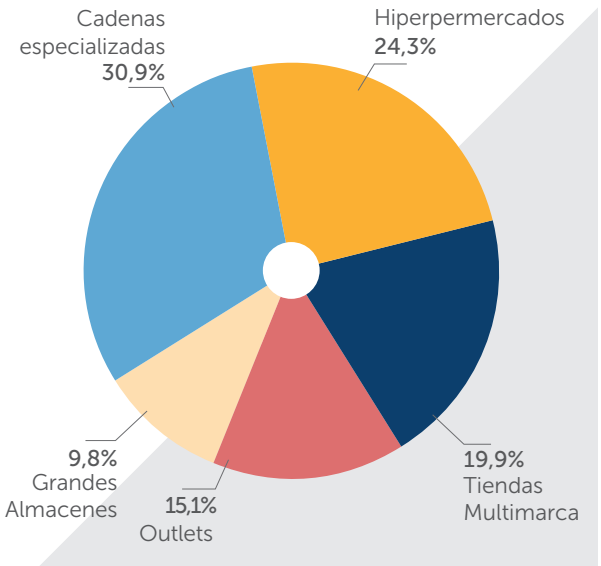
En prendas de vestir, durante los seis primeros meses de 2014, las operaciones electrónicas dentro de España (origen y destino doméstico), fueron de 95,8 millones de euros (+52,8%), en tanto que las compraventas desde el exterior con España alcanzaron los 52,7 millones de euros (+631%). Por último, las ventas de España en el exterior (compras hechas con una tarjeta española en sitios web de otros países) fueron de 211,9 millones de euros (+85%), el 59% del gasto total. En el calzado, las ventas *online* para el mismo periodo alcanzaron 68 millones de euros, lo que implica un aumento del 56,8%.

Un factor que ha impulsado el comercio electrónico es la mayor penetración en España de los *smartphones* (80% en 2014 frente al 59% en 2013), que ha significado un progresivo aumento de tiendas digitales que han adaptado o están adaptando sus páginas web a *tablets* y *smartphones*.

Además, las nuevas tecnologías se han convertido en un aliado perfecto para la distribución de moda: hace cinco años tuvieron su *boom* los blogs de moda y los canales de YouTube están experimentando ahora la misma evolución. Desde hace aproximadamente un año, las empresas de moda *low cost* y *online* contactan con *youtubers* y les ofrecen una cantidad de dinero para que puedan elegir ropa desde su página web a cambio de realizar un vídeo promocional.

E-commerce por canales de distribución

PORCENTAJE



Fuente: modaes.es

El comercio electrónico sirve a diferentes tipos de distribuidores de confección, según puede verse en el gráfico "*E-commerce* por canales de distribución". FIGURA SUPERIOR

El número de compradores de moda *online* en España asciende a siete millones y su clasificación por perfiles es el siguiente: FIGURA DERECHA

• *Fashionistas:* son los que compran moda cueste lo que cueste.

• *Trendy low cost:* tienen un alto interés por la moda, pero con mayor sensibilidad al precio.

• Clásicos: son aquellos que no miran el precio ni la tendencia.

• Prácticos: que compran *online* por comodidad.

Cabe destacar que el 53% de los compradores de moda por internet son mujeres y, por edad del comprador, el 50% se concentra entre los 35-54 años.

En vista de esta evolución del *e-commerce*, los *retailers* se enfrentan no a una amenaza, sino más bien a una gran oportunidad con una estrategia omnicanal adecuada, que implique no solo vender, sino mantener una relación con los clientes actuales y los potenciales. Así, cualquier comercio, por pequeño que sea, tendrá la posibilidad de presentar su propuesta de productos en cualquier lugar del mundo.

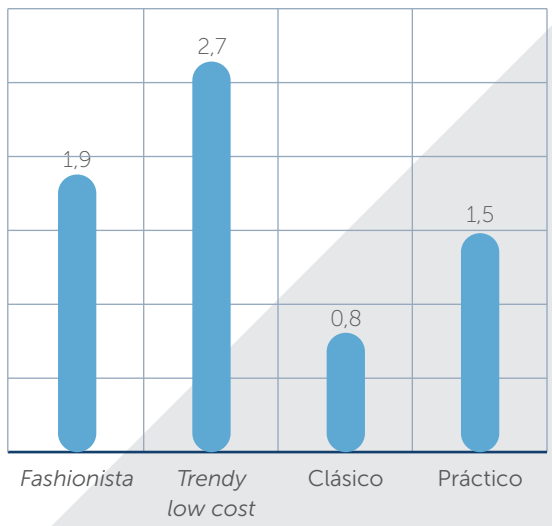
3.1. Comercio al por mayor de textiles

Este subsector engloba el comercio al por mayor de hilo, tejidos, ropa blanca y de artículos de mercería, como agujas e hilo de coser. En él operan un número elevado de empresas que, básicamente, distribuyen productos importados provenientes principalmente del Sudeste Asiático. Ello, unido a la ausencia de diferenciación, lleva a las empresas a competir vía precio.

Como se comentó anteriormente, el aumento de la producción en la industria textil (+3%) y de las exportaciones (+1,8%) ha beneficiado la facturación de las

Clasificación por perfiles de los compradores de moda *online*

MILLONES DE COMPRADORES



Fuente: modaes.es

empresas mayoristas de este sector. Sin embargo, el valor de las ventas minoristas de productos textiles para el hogar se mantuvo en torno a los 2.725 millones de euros en 2014. Por su parte, las exportaciones de textiles aumentaron un 1% hasta los 2.500 millones de euros (+1%), mientras que las importaciones se situaron en 2.250 millones (+7%).

3.2. Comercio al por menor de ropa de hogar

En este segmento predomina el pequeño comercio independiente y existen alrededor de 13.000 establecimientos, ubicados en un 45% en Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana. En este subsector se engloba el comercio al por menor de telas, de hilos de punto, de material básico de fabricación de alfombras, tapices o bordados, artículos de mercería y de ropa de hogar como sabanas, juegos de mesa, toallas y otros artículos textiles relacionados. Estos pequeños comercios continúan perdiendo cuota de mercado a favor de los importantes grupos como Inditex y Adolfo Domínguez.

El precio de venta al público de los artículos textiles para el hogar descendió un 2% en 2014, prolongando la tendencia a la baja de 2013 (-0,4%) y 2012 (-0,5%). Y los datos para el cierre de 2014 apuntan a un estancamiento del valor del mercado, en torno a los 2.725 millones de euros.

3.3. Comercio al por menor de artículos deportivos en establecimientos especializados

Los puntos de venta especializados en la distribución minorista de ropa deportiva han crecido un 6% hasta los 6.700. El crecimiento en la cuota de mercado de las grandes superficies y los establecimientos especializados en la venta de artículos de caza, pesca, náutica, hípica y golf se mantiene, destacando Decathlon.

El volumen de negocio en 2014 creció un 1% como consecuencia tanto del moderado aumento del gasto de los hogares, como de la celebración de diversos acontecimientos deportivos en 2014, entre los que destaca la Copa Mundial de Fútbol.

3.4. Comercio al por menor en puestos de venta y mercadillos

La situación económica ha llevado a la proliferación de la economía sumergida, donde se encuentra buena parte de la oferta de este sector. En 2014 existían 37.700 empresas, de las cuales el 85% eran autónomos. El crecimiento de la facturación en 2014 fue de aproximadamente el 2% y la demanda fue favorable en las principales zonas turísticas debido al alza de visitantes extranjeros.

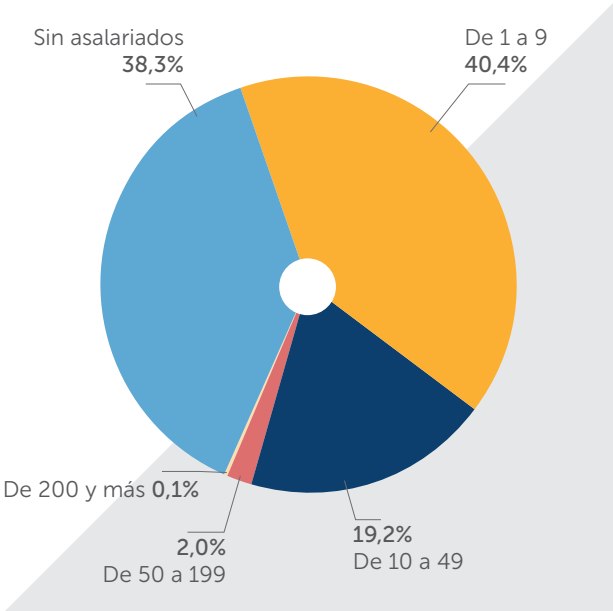
4. Calzado y cuero

La industria del cuero y el calzado ha sido una de las que mayor **empleo** ha creado en 2014, sumando un total de 43.953 empleados en enero de 2015, con un crecimiento interanual del 7,8%. El sector en su totalidad, agregando distribución, da empleo a 55.400 trabajadores.

El sector del cuero y calzado se mantiene como el más reducido en cuanto a número de empresas, pero es el menos castigado. La industria del cuero y el calzado cuenta con 4.616 empresas, lo que implica un descenso de solo el 1,5%. Pese a la desaparición de 72 empresas a lo largo del año, el sector del cuero y el calzado es el único

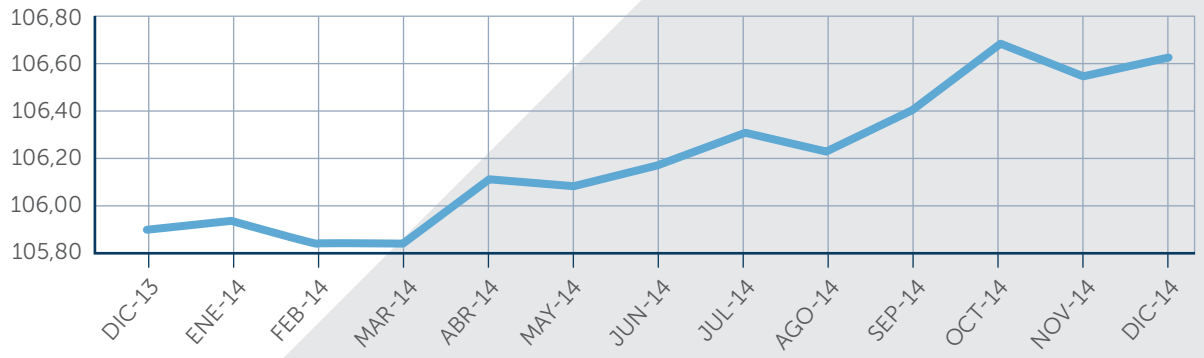
Empresas por estrato de asalariados en 2014. Cuero y calzado

PORCENTAJE



Fuente: Informe Económico Modaes.es de la moda en España 2014

Índice de Precios Industriales. Cuero y calzado.



Fuente: INE

de la industria de la moda en el que se elevó el número de compañías de mayor dimensión.

Más del 40% de las empresas del sector cuentan con un número reducido de empleados (entre uno y nueve), mientras que las que no tienen asalariados suponen el 38% del total. FIGURA PÁGINA ANTERIOR

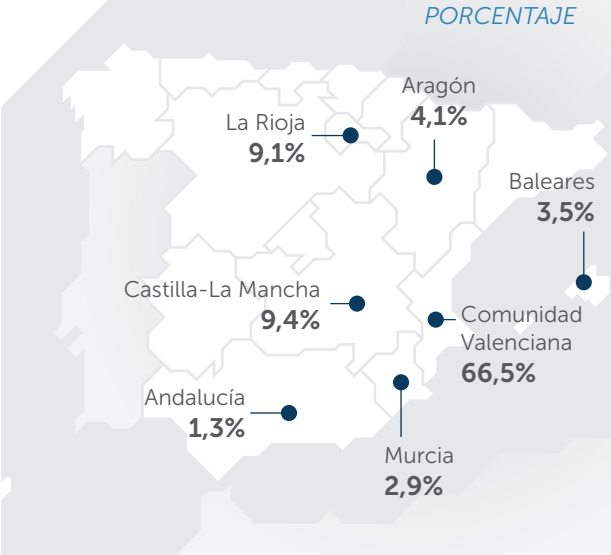
La industria del cuero y el calzado elevó sus precios un 0,7% interanual a diciembre de 2014, manteniendo la tendencia alcista. FIGURA SUPERIOR

El IPI del sector calzado ha tenido una evolución más favorable que el de la industria textil, con una variación media anual del 2,8% en 2014 y un aumento interanual del 1,8% a diciembre de 2014. Por su parte, la cartera de pedidos en la industria del cuero y el calzado se ha incrementado un 1% interanual a diciembre de 2014.

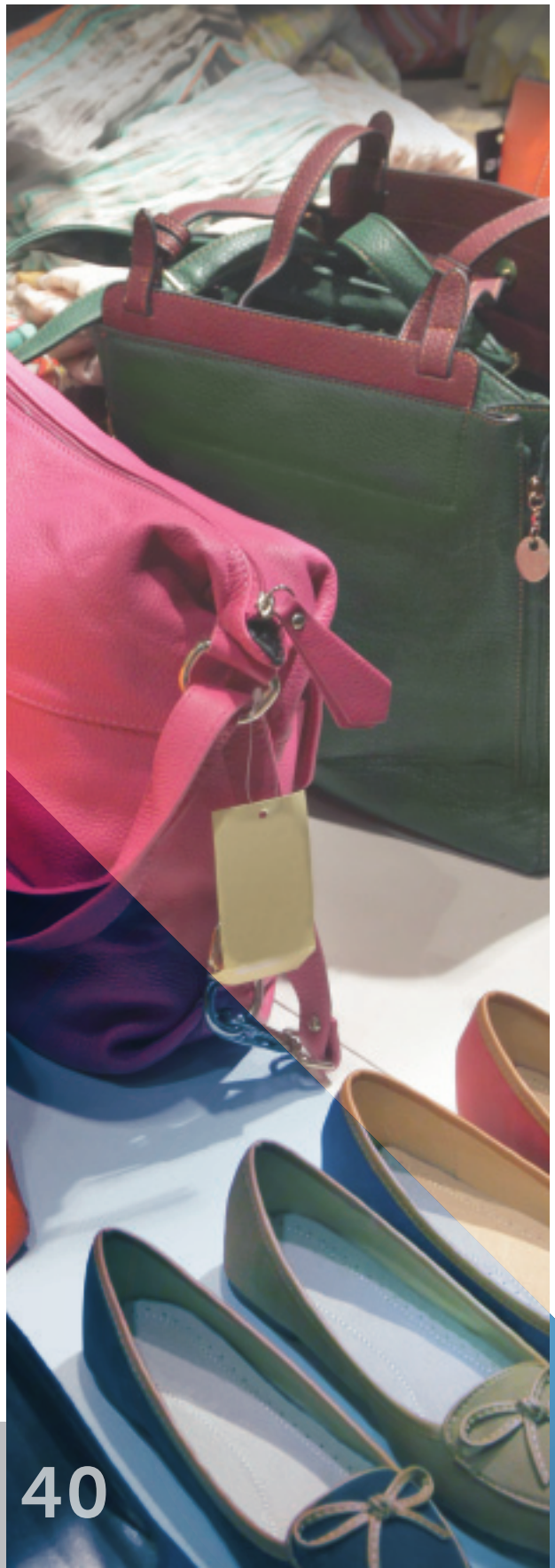
El sector de fabricación de calzado está integrado por 1.413 empresas, el 65% de las cuales se sitúa en Alicante, principalmente en Elche. Estas empresas dan empleo a unos 25.200 trabajadores. Cabe destacar que la fabricación de componentes de calzado la realiza un amplio grupo de pymes, mientras que la fabricación nacional de calzado deportivo es poco significativa, debido al predominio de marcas multinacionales sin actividad en España. FIGURA DERECHA

España es el segundo país productor y exportador de calzado de la Unión Europea y el décimo a nivel mundial, y se sitúa entre los principales países en la producción de calzado de diseño y alta calidad.

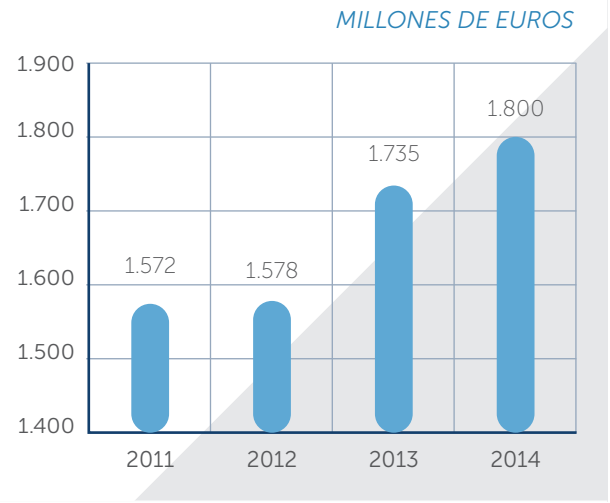
Distribución de la industria de cuero y calzado en España



Fuente: FICE



Producción de calzado. 2011-2014



Fuente: FICE

El sector mantiene su proceso de **relocalización** de la producción en España gracias a la buena calidad del producto hecho en Europa, así como a la capacidad de respuesta rápida en los pedidos de reposición ante los cambios de la moda.

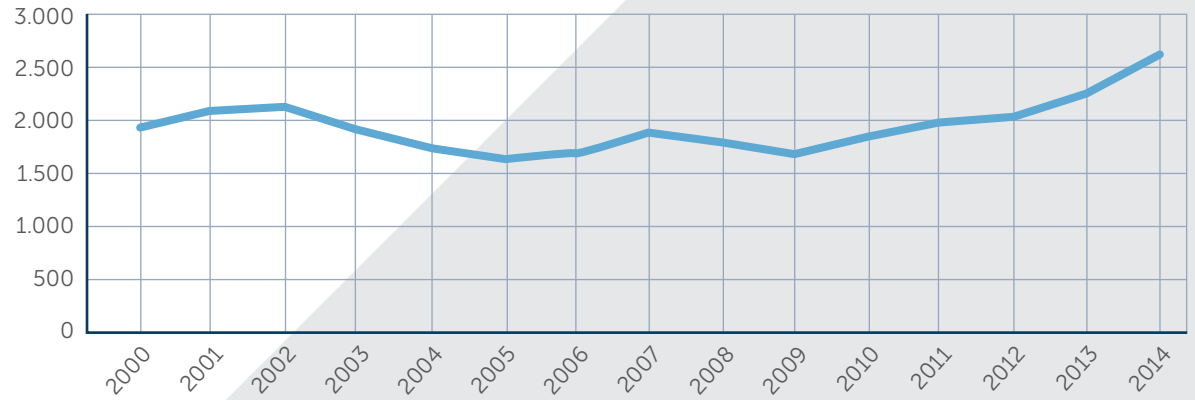
Las exportaciones siguen siendo el motor de este sector, lo que ha permitido aumentar el valor de las ventas de calzado de producción nacional un 3,7% en 2014, hasta los 1.800 millones de euros. FIGURA SUPERIOR

Las exportaciones de calzado español alcanzaron en 2014 una cifra récord tanto en valor como en un número de pares. La cifra de ventas al exterior ascendió un 17% hasta alcanzar los 2.640,5 millones de euros, mientras que el número de pares vendidos creció un 14% hasta los 154,2 millones. Teniendo en cuenta estas cifras, se podría decir que más de 150 millones de personas en el mundo calzaron zapatos españoles. FIGURAS PÁGINA SIGUIENTE

Por comunidades autónomas donde se localiza la industria del calzado, la Comunidad de Valencia lidera el *ranking* y representa el 50% de las exportaciones nacionales, seguida de La Rioja, con un 7%, y Castilla-La Mancha, con un 6%.

Evolución exportaciones de calzado enero-diciembre. Valor

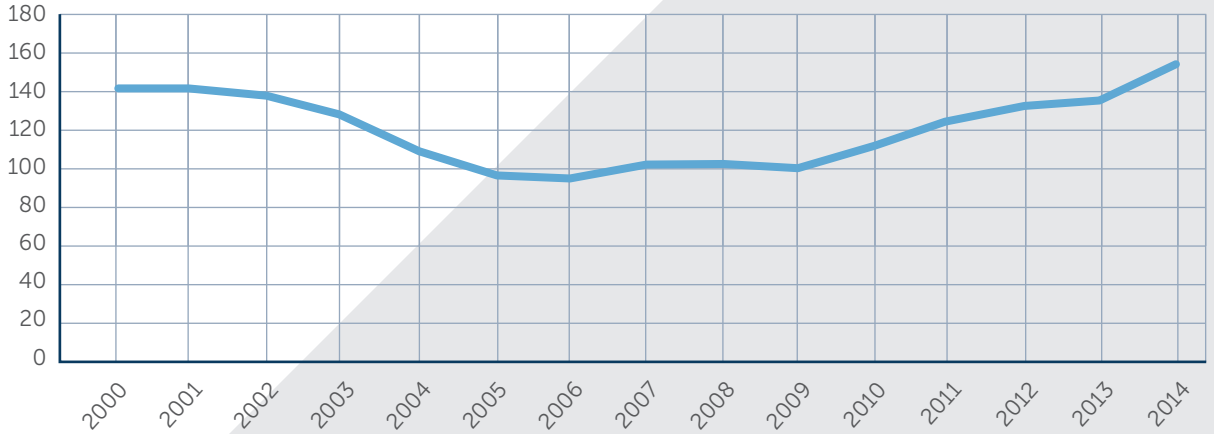
MILLONES DE EUROS



Fuente: AEAT / Departamento de Aduanas de la Agencia Tributaria de España, Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas (INESCOP) y FICE

Evolución exportaciones de calzado enero-diciembre. Pares vendidos

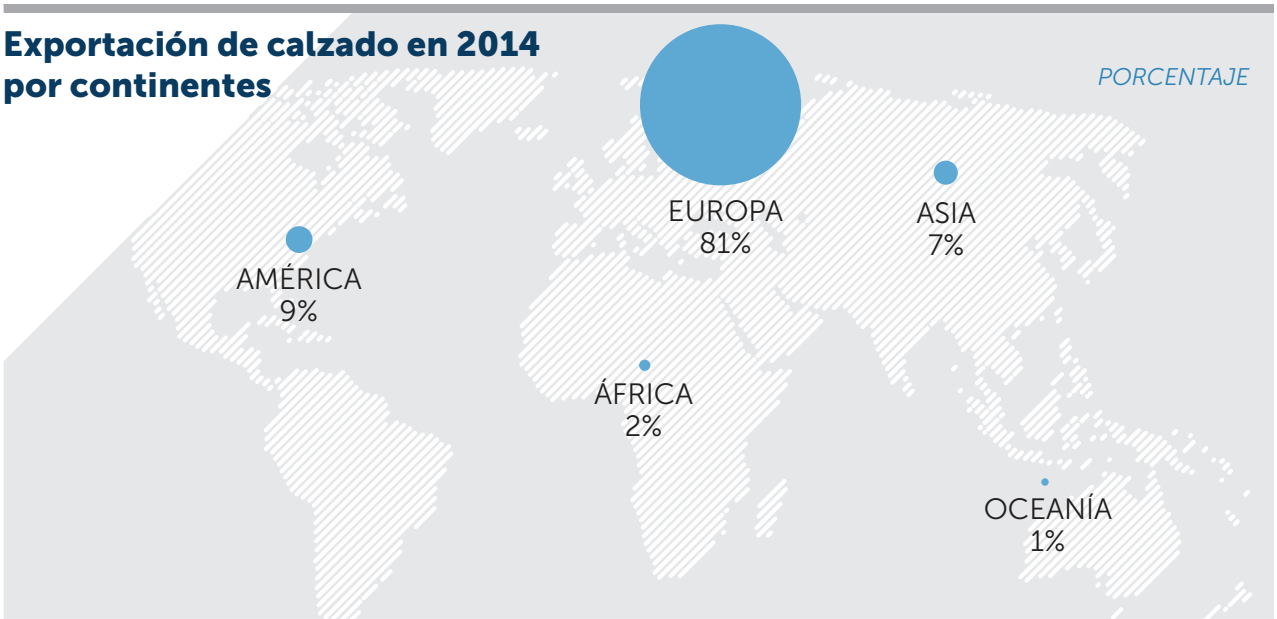
MILLONES DE PARES



Fuente: AEAT / Departamento de Aduanas de la Agencia Tributaria de España, Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas (INESCOP) y FICE

Aunque las exportaciones se dirigen a casi 180 países, los países del continente europeo representan el 81% del total. La UE es el principal comprador, con un crecimiento del 20%, encabezando los destinos Francia, Italia, Alemania, Reino Unido y Portugal. El 9% de las exportaciones se dirigen al continente americano, con un aumento del 9%;

Exportación de calzado en 2014 por continentes



Fuente: AEAT / Departamento de Aduanas de la Agencia Tributaria de España, Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas (INESCOP) y FICE

el 7% se destina a Asia, con un incremento del 10%; el 2% se exporta a África, que ha registrado un aumento del 18%; y el 1% restante va hacia Oceanía, con un ascenso del 23%. Los países extracomunitarios que lideran el crecimiento de las exportaciones españolas son Estados Unidos, primer destino fuera de la UE, y Japón, primer comprador de Asia. Por el contrario, las ventas a Rusia se han resentido por la devaluación del rublo y al conflicto político. FIGURA SUPERIOR

Ranking de precios medios de exportación por países

	País	Precio medio (€/par)
1	Hong Kong	42,32
2	EE.UU.	41,68
3	Noruega	38,45
4	China	36,36
5	Australia	33,33
6	Canadá	32,13
7	Lituania	30,51
8	Dinamarca	29,99

Fuente: FICE

Dentro de los mercados más importantes en valor, los precios medios de exportación mas elevados se registraron en Hong Kong, EE.UU. y Noruega. CUADRO IZQUIERDA

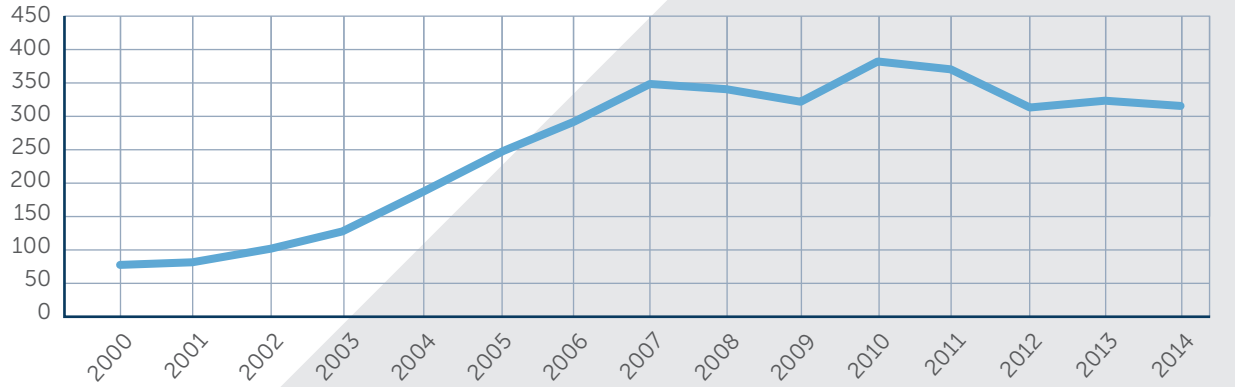
Por tipo de producto, el 63,3% del valor total de las exportaciones corresponde a calzado en piel, con un crecimiento del 19% en euros y un 17% en número de pares, seguido del calzado textil, que representa el 16,5% del total.

Por segmentos, el calzado de señora continúa siendo el más dinámico, ya que representa el 43% del total de las exportaciones y es el segmento que más crece (+28% en valor y +23% en pares).

En cuanto a las **importaciones**, en 2014 crecieron un 16% en valor, hasta los 2.409 millones de euros. FIGURA SUPERIOR PÁGINA SIGUIENTE

Esta cifra supone que en 2014 han entrado en España 319 millones de pares, 3% menos que en 2013, con un

Evolución de las importaciones de calzado enero-diciembre. Pares

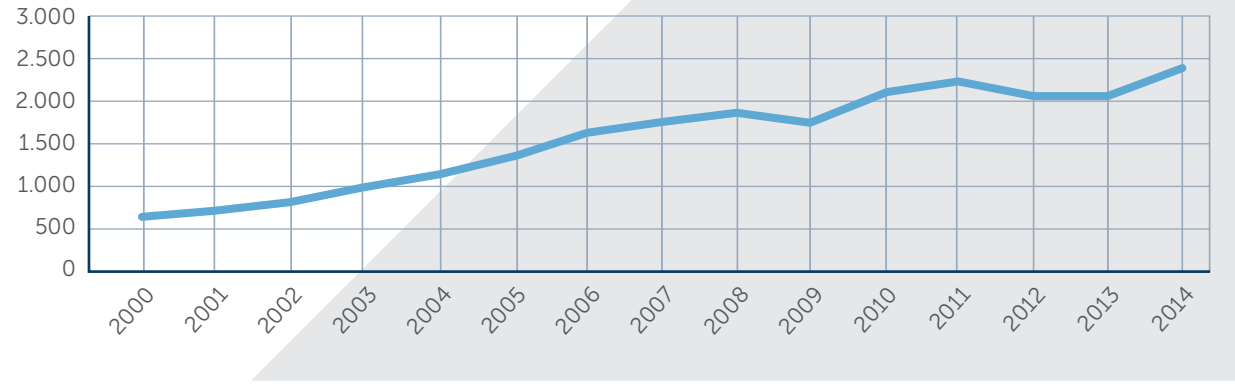


Fuente: AEAT / Departamento de Aduanas de la Agencia Tributaria de España, Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas (INESCOP) y FICE

precio medio de importación de 7,5 euros el par (+20%).
FIGURA INFERIOR

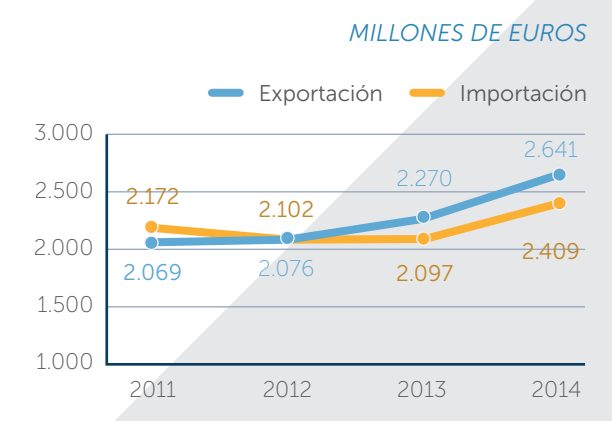
Cabe destacar que las importaciones presentan una estructura piramidal: en la base se encontrarían los productos asiáticos, entre los sobresalen los de China, con una cuota del 66% de las importaciones y un precio medio por par de 3,99 euros. En la punta de la pirámide se encontraría Italia, con un 2,4% del total de las compras al exterior. Con esta estructura, el 86% del calzado importado no es de piel.

Evolución de las importaciones de calzado enero-diciembre. Valor



Fuente: AEAT / Departamento de Aduanas de la Agencia Tributaria de España, Instituto Tecnológico del Calzado y Conexas (INESCOP) y FICE

Exportaciones e importaciones de calzado



Fuente: FICE

De esta forma, el sector presenta por segundo año consecutivo un superávit comercial de 230,6 millones de euros. FIGURA SUPERIOR

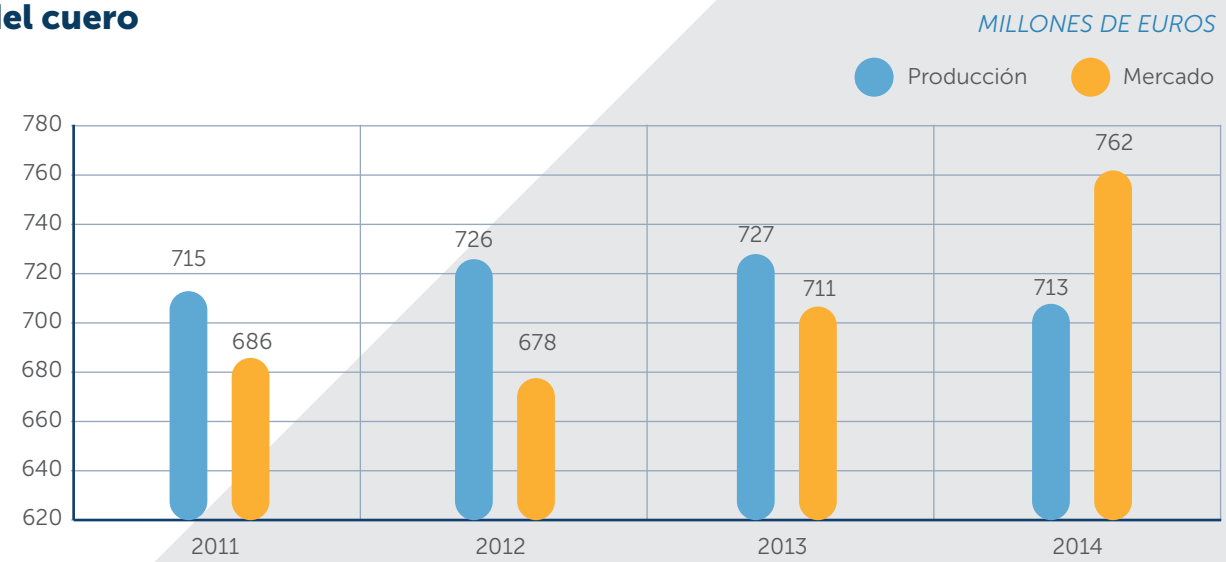
Esta tendencia demuestra que España ha ganado cuota de mercado internacional, ya que ofrece un producto de máxima calidad y diseño, que es competitivo.

En el sector de **comercio al por menor de calzado y artículos de cuero** operan 9.400 establecimientos, concentrándose la mitad en Cataluña, Madrid y Andalucía. En este segmento se repite el mismo patrón que en la distribución de confección: los detallistas independientes continúan perdiendo cuota de mercado y desapareciendo a favor de las cadenas de tiendas, que mantienen una cuota del 65%. Sigue destacando la apuesta por el mercado nacional, donde se ha intensificado la apertura de tiendas que ofrecen principalmente calzado español.

La facturación del comercio al por menor de calzado en 2014 creció un 0,5% hasta los 2.820 millones de euros, una cifra que contrasta con la caída del 5% del periodo previo. El precio medio del calzado de hombre creció un 0,3% y el de mujer un 1,1%.

El número de empresas que opera en la preparación, curtido y acabado del cuero se situó en torno a las 100

Evolución del cuero



Fuente: DBK

empresas, siendo la mayoría pymes y situadas en Cataluña, Comunidad Valenciana y Murcia. Su estrategia se basa en la calidad, con una oferta de productos de gama alta al no poder competir con los países emergentes en los de gama baja.

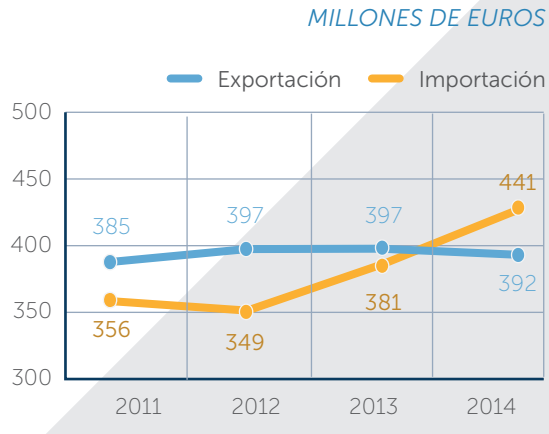
La evolución del sector del cuero diverge de la del calzado, dado que la producción de cuero se ha visto afectada por el deterioro del saldo comercial, cerrando el año 2014 con un descenso de la producción del 1,9%. FIGURA SUPERIOR

Como se puede observar en el gráfico "Evolución del cuero", el valor de las ventas de cuero en España ha crecido un 7,2%, demanda que se ha suplido con un incremento de las importaciones del 15,7%, de las que un 50% provienen de Italia (+39%). El crecimiento de las importaciones y el descenso de las exportaciones (-1,3%) han originado un déficit comercial de 49 millones de euros. FIGURA DERECHA

Cabe destacar que el curtido bovino representa más del 75% de las importaciones y el 60% de las exportaciones.

Según el IPRI, el precio medio en la industria de preparación, curtido y acabado del cuero y de preparación y teñido de pieles registró un aumento interanual del 1,5% en 2014.

Evolución de las exportaciones e importaciones de cuero



Fuente: DBK

En cuanto al sector de la confección de prendas de vestir de cuero, está integrado por 50 empresas aproximadamente, de dimensión reducida y concentradas geográficamente en un 50% en Cataluña, Madrid y Aragón. Su estrategia se basa en la calidad, el diseño y, por consiguiente, la diferenciación.

En 2014 se produjo un ligero aumento de la facturación sectorial, gracias a la mejora del saldo comercial con el exterior y a la demanda interna. Cabe destacar que Francia (+56%) e Italia (+90%) fueron los destinos más importantes de las exportaciones, con cuotas sobre el total del 24% y 9%, respectivamente. También es reseñable el retroceso de las importaciones de China (-42%).

La facturación de la confección de prendas de vestir de cuero registró un ligero incremento en el ejercicio 2014

Conclusiones y perspectivas

Los pronósticos para 2015 apuntan a un crecimiento de la producción textil del 3,6% y a un ascenso del comercio de moda y de la producción del calzado del 4%.

Se estima que el contexto de la moda en 2015 será mas positivo, aunque todavía no al nivel de 2006, antes del inicio de la crisis.

Industria textil

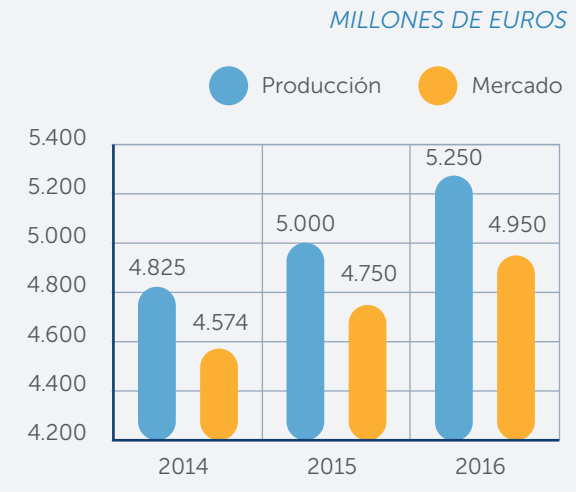
El aumento del consumo interno y de las exportaciones permite esperar un incremento en el valor de la producción de la industria textil del 3,6% en 2015, hasta los 5.000 millones de euros, con un repunte del 5% para el año 2016. El mercado interno continuará creciendo, aunque en menor medida que en 2014, con aumentos del 3,8% y del 4,2% en 2015 y 2016, respectivamente.

Las exportaciones continuarán siendo el motor de esta industria, estimándose que aumentarán un 5% en 2015 debido al repunte de las destinadas a la UE y a algunas economías emergentes.

Esta evolución, unida al abaratamiento del algodón y de los derivados del petróleo, hace pronosticar una mejora en la rentabilidad del sector.

En la fabricación de fibras artificiales y sintéticas, se estima en 2015 un ligero aumento de las ventas en el mercado doméstico, así como una mayor orientación de la producción hacia mercados exteriores. En los subsectores de preparación e hilado de fibras textiles y de fabricación de tejidos textiles se prevé en 2015 una moderada recuperación de la facturación sectorial, que se afianzará en 2016.

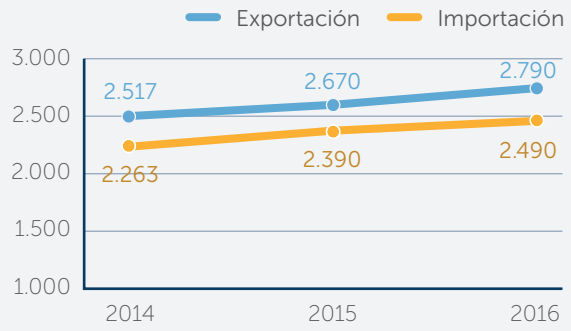
Previsiones industria textil



Fuente: DBK

Previsiones exportaciones e importaciones industria textil

MILLONES DE EUROS



Fuente: DBK

Cabe destacar que los textiles de uso técnico se presentan como una oportunidad para este segmento. El mercado de los *wearables* se revela como una oportunidad de crecimiento para el sector, debido a su poco peso en la actualidad.

El sector de acabados de textiles sigue enfrentándose a la amenaza de una concentración en la industria textil, que tendrá como consecuencia la desaparición de más empresas. No obstante, en 2015 se estima un nuevo aumento del volumen de negocio, tendencia que permanecerá en 2016.

Confección exterior

Según un informe de Marketline, el mercado de fabricación de ropa y otros textiles en Europa crecerá un 18,2% y en España, un 17,5% a largo plazo, entre 2013 y 2018.

DBK prevé en 2015 una ralentización en el ritmo de crecimiento de la producción en torno al 3%, que se acelerará levemente en 2016 hasta el 4,4%. A pesar de que, según sus estimaciones, las exportaciones aumentarán un 6% en 2015 y un 5,6% en 2016, el déficit comercial seguirá su tendencia ascendente debido al comportamiento de las importaciones, que crecerán un 6,4% y 5,1% en 2015 y 2016, respectivamente.

Continuará el proceso de acercamiento de la producción desde países asiáticos (principalmente China) a Europa por el alza de los costes de mano de obra en la zona, el encarecimiento del transporte y la necesidad de rapidez en el suministro. Además, se mantendrá la tendencia de concentración de la oferta.

Por subsectores, en el sector de prendas de vestir de punto se estima que las exportaciones continuarán creciendo en 2015 y 2016, lo que permitirá aumentar ligeramente el volumen de negocio en 2015, manteniéndolo en 2016. En cuanto a la confección de ropa infantil, en el bienio 2015-2016 se producirá una aceleración del ritmo de crecimiento del volumen de negocio. Para los segmentos de confección de ropa deportiva y accesorios, se espera una prolongación de la tendencia al alza de los ingresos, a pesar de la fuerte competencia, en el bienio 2015-2016.

Distribución

Según el Indicador del Comercio de Moda elaborado por Acotex, en el mes de febrero de 2015 se han incrementado las ventas minoristas con respecto a febrero de 2014 en un 7,3%, por lo que el final de las rebajas de invierno ha sido favorable con un acumulable anual de 7,1%. En marzo se mantiene la tendencia con un crecimiento del 5,3%, acumulando siete meses consecutivos de aumentos en las ventas y dejando el acumulado anual de 2015 en un 6,7%.

De esta forma, las previsiones para la campaña de primavera/verano son optimistas, con una estimación de

crecimiento para 2015 en torno al 3%-4%. De hecho, esta evolución favorable del consumo lleva a pronosticar que el *retail* concentrará el 25% de las inversiones inmobiliarias en España en 2015. Las previsiones de DBK indican el mantenimiento de la evolución positiva del valor de mercado, con un aumento del 4% en 2015, repuntando en 2016 con un 4,6%. Las cadenas especializadas son las que mejor comportamiento experimentarán debido al aumento en el número de tiendas y al desarrollo de las ventas por internet.

El comportamiento del consumidor español ha cambiado de forma sustancial permitiendo el desarrollo de la moda *low cost*, lo que permitirá que las cadenas de bajo coste sigan creciendo porque los consumidores han interiorizado la importancia del precio, aunque a un menor ritmo, como consecuencia del menor número de aperturas, dejando espacio al resto de cadenas especializadas.

La moda masculina es un nicho que está siendo aprovechado por algunas cadenas y marcas nacionales para crecer debido a lo limitado de la oferta. En este sentido, las previsiones de crecimiento del mercado de moda masculina a nivel mundial son del 35,1% entre 2013 y 2018, según Marketline.

La evolución del volumen de prendas de vestir femeninas es determinante en la recuperación del mercado, dado su importante peso. Según Marketline, el mercado de ropa femenina a nivel mundial crecerá un 21,2% entre 2013 y 2018.

Se estima que el sector de *e-commerce* alcance en 2015 un récord en su facturación, con un crecimiento del 10% hasta los 15.000 millones de euros. Este año, aspectos como el *showrooming* y las ventas multicanal volverán a ganar peso específico. Además, se prevé un aumento de las compras a través de dispositivos móviles (aplicaciones), y un mayor uso de las redes sociales como canal de venta.

Las ofertas y promociones continuarán animando la demanda y se fortalecerán los *outlets* con el objetivo de materializar *stock*. Además, las principales cadenas de distribución españolas continuarán su expansión internacional en Estados Unidos, América Latina, Oriente Medio y China.

Las cadenas de moda "low cost" seguirán creciendo, aunque con un ritmo menor de aperturas de tiendas

Por subsectores, el comercio al por mayor de textiles experimentará una ligera mejora de los márgenes en 2015, que se consolidarán para el año 2016 como consecuencia del nuevo crecimiento de la producción de la industria textil, así como de un incremento del volumen de negocio del comercio minorista de productos textiles y de confección. En cuanto al sector de textil hogar, habida cuenta del previsible aumento de la renta disponible y de un ligero repunte de la demanda inmobiliaria, las estimaciones indican un crecimiento moderado del valor del mercado. En artículos deportivos se mantendrá la tendencia al alza de la facturación en los años 2015 y 2016. Y en 2015 se espera un moderado aumento del volumen de negocio en los mercadillos.

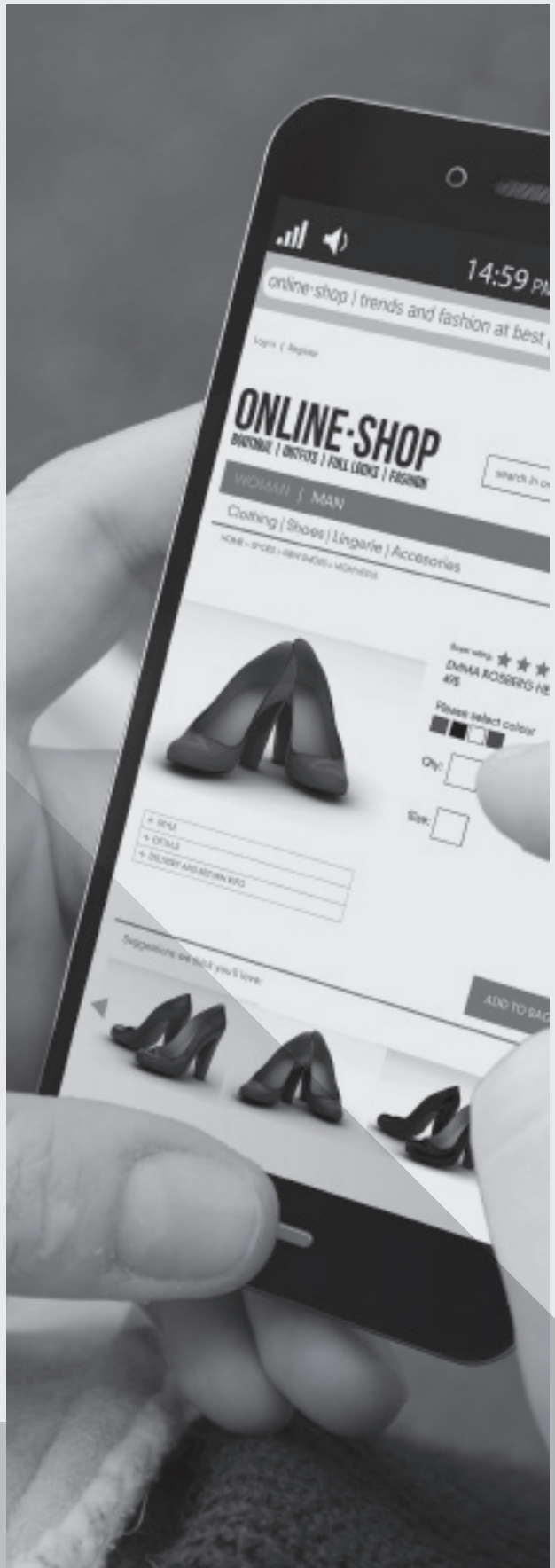
Calzado

DBK pronostica un aumento en torno al 4% del valor de la producción nacional de calzado en 2015 hasta los 1.875 millones de euros, evolución que se mantendrá en 2016 con un aumento del 5%. De hecho, según un informe de Marketline, el valor del mercado español de calzado aumentará un 10,1% entre 2013 y 2018, mientras que a nivel mundial la evolución será del 27,6%.

La creciente apertura al exterior de empresas españolas va a ser la tendencia a corto plazo, con proyectos en Latinoamérica y Oriente Medio.

Las exportaciones seguirán creciendo, aunque en mayor proporción en 2015 (+10,5%) que en 2016 (+7%).

Por segmento, para el comercio al por menor de calzado se estima un repunte en el crecimiento de las ventas del 2%, que se confirmará en 2016. Y en el cuero en 2015 se prevé un aumento de la producción del 1% hasta los 720 millones de euros, gracias al crecimiento esperado de las exportaciones de un 3,3%, a pesar del cual no volveremos a saldo comercial positivo hasta el año 2016. En cuanto al valor de las ventas en el mercado interior se estima un crecimiento del 3,7% en 2015 hasta los 790 millones de euros.



EDITA: **CESCE**
Velázquez 74, Madrid.
www.cesce.com

Fotografía: © Shutterstock