

## LA CRECIENTE NORMALIZACIÓN DE LOS MERCADOS TEXTILES ABRE NUEVAS OPORTUNIDADES PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS.

La crisis económica, entre 2008 y 2010, implicó un intenso efecto en los mercados textiles con un importante retroceso de la demanda y una caída de los intercambios internacionales. En la actualidad, los mercados se han ido normalizando y se han recuperado los niveles de transacciones internacionales anteriores a la crisis.

Sin embargo, la recuperación ha sido desigual pues no ha afectado con la misma intensidad todos los países, siendo los emergentes los que con mayor rapidez han vuelto a la normalidad, mientras que en Europa la recuperación ha sido más débil e irregular en su evolución.

Estas circunstancias se reflejan claramente en la evolución de las exportaciones españolas del sector textil. Estas han crecido globalmente un 8,8 % en 2010, superando la baja del 2,3 % en el año anterior y alcanzando los 8.500 millones (11.300 millones \$). Los mercados que más han crecido en 2010 han sido los no europeos, especialmente los asiáticos y los americanos, aunque Europa continúa siendo el principal receptor de nuestros productos con casi el 70 %del total exportado. Las prendas de vestir representan el 2/3 de las exportaciones, seguidas de los tejidos con el 16 %. En relación al conjunto de la UE, España está más especializada en vestuario (prendas de punto y confección) debido a la importante presencia internacional de grandes empresas de producción y retailing, pero menos en relación a "otras manufacturas" debido al menor desarrollo de los textiles de usos técnicos en España.

Los principales clientes en Europa son Francia, Portugal, Italia, Alemania y el Reino Unido, que totalizan casi la mitad del total. Fuera del continente hay que destacar Marruecos, Turquía y México. Las exportaciones a los países asiáticos todavía no se han desarrollado lo suficiente y sólo representan el 10 % del total exportado.

## Un mercado en cambio

A pesar de que los mercados han recuperado, en la mayoría de casos, los niveles de antes de la crisis, ésta ha afectado de manera intensa las bases sobre las que se sostiene el mercado textil-moda en los países más desarrollados. Uno de los efectos de la crisis ha sido focalizar el interés del consumidor en los precios y así éstos han retrocedido efectivamente, lo que ha permitido mantener un cierto volumen de compras en unidades aunque en valor haya bajado, debido a la evolución negativa de los precios.

Esta focalización en el precio ha sido percibida como algo permanente e inherente al mercado de la moda, con lo que toda rectificación al alza de los precios encuentra muchas dificultades de ser aceptada por el consumidor. Por ello, toda la cadena textil ha sufrido las tensiones derivadas de los fuertes aumentos en los precios de las fibras textiles, en especial el algodón, que de una manera u otra han tenido que ir trasladándose a los precios finales de los artículos.

## Mayor dinamismo exterior de las empresas españolas

Las empresas españolas han sabido aprovechar la recuperación de los mercados como bien lo prueban las cifras de exportación, ya que éstas se mantienen en crecimientos importantes (+16 %) durante los primeros meses de 2011. A pesar del aumento de la demanda, las empresas han tenido que mantener sus precios contenidos por las presiones de la distribución y de los consumidores en aceptar mayores precios.

En la actualidad, las empresas mantienen una actitud prudente sobre la evolución del mercado ya que se empiezan a notar signos de estabilización de la demanda internacional mientras que el mercado español continúa en términos negativos, lastrado por el fuerte crecimiento del paro, uno de los más elevados en Europa, y por la incertidumbre general sobre al evolución económica. Por ello, las empresas españolas están acelerando su actividad en los mercados internacionales aprovechando la actual coyuntura.