Las empresas textiles españolas se vuelcan en los mercados exteriores

Las exportaciones españolas del sector textil y de la confección han alcanzado un nuevo récord, cerrándose el 2011 con una cifra de 9.500 millones de €, lo que representa un aumento del 11 % sobre el año anterior.

Esta evolución es reflejo de la estrategia de las empresas que se han volcado en los mercados exteriores debido a la difícil situación del mercado español. Éste está lastrado por un bajo crecimiento económico, menor del 1% en 2011, un alto nivel de desempleo y unas familias altamente endeudadas, con lo que el consumo de productos textiles se ha visto muy afectado.

Las exportaciones a los países emergentes son las que más han crecido, con un aumento del 15 %, reflejando así el mayor dinamismo de estos mercados. Sin embargo, los europeos son los que reciben la mayor parte de las exportaciones (2/3 del total), destacando por su importancia: Francia, Portugal, Italia y Alemania. Fuera de la UE, hay que destacar los países mediterráneos (Turquía y Marruecos) y Asia y América del Sur.

Esta orientación estratégica hacia el exterior está fundamentada en la mejora de la competitividad de la empresas textiles españolas que han elevado su oferta de producto: diseño, calidad y servicio, aunque también han establecido mejoras en la implantación exterior de las empresas, a través de centros, productivos, comerciales y logísticos, bien directamente o a través de acuerdos de colaboración, joint ventures, etc.

Este esfuerzo internacional iniciado ya en los años noventa tuvo un importante impulso a partir del año 2000 debido a la creciente liberalización de los intercambios textiles internacionales, la irrupción de China y los países asiáticos en el mercado textil mundial, etc. De esta manera, las empresas del sector han tenido que hacer cambios importantes en su organización y funcionamiento para adaptarse al nuevo marco mundial del sector.

Las **perspectivas** para el año que empieza son inciertas debido al estancamiento económico de la Zona Euro, nuestro principal cliente, y a las turbulencias financieras que frenan el retorno a niveles normales de demanda. Tampoco se espera una aportación positiva del mercado español, frenado por la fuerte reducción del déficit estatal y por la elevada tasa de paro.