



## IMPACTO TERRITORIAL Y SOCIAL DE LA INDUSTRIA TEXTIL Y DE LA MODA

# Un motor económico y social en España

**Carmen Torres**

Secretaria general de la Confederación Moda España

**L**a industria textil y de la moda desempeña en España un papel trascendental como un pilar fundamental de la economía y la sociedad. Desde una óptica territorial, que abarca la distribución geográfica y el anclaje de la población en áreas rurales y pequeñas ciudades, hasta el fomento de la igualdad de oportunidades, esta industria se erige como un motor clave para el desarrollo económico y social del país.

El conjunto de la industria textil y de la moda supone el 2.8 % del PIB, está formado por más de 17.000 empresas y genera unos 136.800 empleos en España. Fuera de nuestras fronteras, es uno de los mejores embajadores de la marca España y ha cerrado el 2023 con ventas en el extranjero por un valor de casi 31.600 millones de euros. Por ello, el sector textil y de la moda no solo es un pilar económico, sino que también es un componente esencial del tejido social español.

### Adaptación y resiliencia

El sector en España ha demostrado una notable capacidad de adaptación ante diversos desafíos que lo ha impulsado hacia una transformación integral. La crisis financiera de 2008 golpeó duramente al sector textil español, disminuyendo significativamente las ventas y los márgenes de beneficio. Muchas empresas tuvieron que reducir sus márgenes o cerrar, lo que afectó gravemente la estabilidad laboral y económica del sector. La pandemia por la Covid-19 representó otro duro golpe: el cierre de tiendas físicas, la cancelación de eventos y el cambio en los hábitos de consumo llevaron a una caída histórica de las ventas. Sin embargo, la crisis sanitaria también aceleró la digitalización del sector y muchas empresas incorporaron a sus canales de venta el comercio electrónico y otras tecnologías para poder continuar. Esta rápida adaptación permitió al sector seguir siendo competitivo y responder a las nuevas demandas del mercado.

Por otro lado, los recientes conflictos bélicos han aumentado los costos de energía, materias primas y transporte, exacerbando la inflación y reduciendo aún más los márgenes de beneficio. Todo ello, junto con la demanda de sostenibilidad medioambiental que impone Europa y demandan unos consumidores cada vez más informados. A pesar de estos desafíos, el sector ha continuado buscando maneras de innovar y mejorar su sostenibilidad, tanto ambiental como financiera. A pesar del grave impacto que lamentablemente estas crisis han supuesto al sector, han servido de catalizador para la transformación e impulso para la innovación y mejora de la eficiencia, demostrando su capacidad de adaptación a las nuevas realidades del mercado global.

La industria textil y de la moda en España ha tejido una historia rica y diversificada, pasando de tener pequeños talleres a convertirse en un actor principal en el ámbito internacional. Ya en la Edad Media, existía un tejido de



Centro textil en Terrasa en la Revolución Industrial

### La crisis sanitaria también aceleró la digitalización del sector

producción a pequeña escala y fue en los siglos XV y XVI cuando gracias al comercio marítimo comenzó a expandirse, fundamentalmente en las regiones de Cataluña y Valencia. La llegada de la Revolución Industrial en el siglo XVIII con la mecanización catapultó a Cataluña y la convirtió en el centro del algodón. El siglo XX marcó una nueva era con la aparición de la alta costura española de fama mundial, como Balenciaga o Pertegaz, entre otros y la posterior democratización de la moda que supuso la aparición de *prêt-à-porter* con la revolución causada por Zara, Mango y Desigual, firmas conocidas y reconocidas a nivel global.

### Motor de desarrollo

El sector textil y de confección en España es más que una industria, es un pilar fundamental que vertebrata territorios y fomenta la igualdad de oportunidades. Con una tradición arraigada en diversas regiones, esta industria ha sabido evolucionar y adaptarse a los desafíos contemporáneos, convirtiéndose en un motor de desarrollo económico y social.

Regiones como Cataluña, Comunidad Valenciana y Galicia son ejemplos emblemáticos del impacto territorial del sector textil. En Cataluña, ciudades como Sabadell y Terrasa han sido históricamente centros neurálgicos de la producción textil. Estas localidades no solo han mantenido su relevancia, sino que se han adaptado a las nuevas dinámicas del mercado global, contribuyendo a la economía local y a paliar la despoblación. De manera similar, la Comunidad Valenciana, con municipios como Alcoy, sigue siendo un bastión de esta industria. La especialización en textiles y confección ha permitido a esta región mantener una economía floreciente y resiliente, anclando a la población en



El clúster de la moda en A Coruña ha puesto a Galicia en el mapa mundial de la creación textil. En la imagen, un desfile de moda junto a la Torre de Hércules

### El sector textil y de la moda en España tiene una oportunidad única para redefinirse y establecerse como un referente

sus comunidades y evitando el éxodo hacia las grandes ciudades. Galicia, por su parte, destaca con su clúster de moda en A Coruña, que ha puesto a la región en el mapa mundial de la moda. Este desarrollo ha generado empleo y ha impulsado el crecimiento económico, manteniendo a la población local arraigada, ofreciendo oportunidades para impulsar la producción de cercanía.

El sector textil en España se caracteriza por su alta atomización y su papel crucial en el anclaje poblacional en áreas rurales y pequeñas ciudades, lo que contribuye significativamente al desarrollo económico y ayuda a prevenir la despoblación. Esta distribución geográfica diversa ha permitido la creación de empleo y estabilidad en todo el país. Además, la industria textil se ha especializado regionalmente, desde la alta costura en Madrid y Barcelona hasta los textiles técnicos en Valencia y Alicante, lo que ha enriquecido la oferta y diversidad del sector, consolidando su impacto tanto a nivel económico como social.

Asimismo históricamente, la industria textil ha sido un motor de igualdad de oportunidades, especialmente para las mujeres, ofreciendo empleo estable y modalidades de trabajo flexibles. Esta característica ha facilitado la conciliación familiar y laboral, promoviendo un entorno inclusivo y equitativo. Las mujeres han encontrado en el sector textil una vía para desarrollar sus carreras profesionales.

## Retos y oportunidades

El sector textil y de la moda se encuentra en un momento crucial de transformación integral, enfrentándose a una serie de desafíos susceptibles de convertirse en oportunidades, que marcarán su futuro a corto, medio y largo plazo, que requieren de un trabajo continuo y colaborativo para garantizar la competitividad y viabilidad de las empresas. Este cambio se alinea con la búsqueda de la sostenibilidad, impulsada por regulaciones europeas, que juega un papel crucial en la evolución del sector.

La sostenibilidad debe abordarse como un reto y una oportunidad para el sector, reconociendo la importancia de encontrar un equilibrio entre la sostenibilidad medioambiental y financiera de las empresas, porque representa uno de los mayores desafíos y, a su vez, una buena oportunidad para el sector. La búsqueda de la sostenibilidad, con la gestión de residuos, trazabilidad, transparencia y ecodiseño regulados por Europa, supone un cambio profundo en toda la cadena de valor. Si bien implica la adopción de nuevos procesos de producción y una mayor inversión en materiales sostenibles, también abre la puerta a una imagen de marca más comprometida con el medio ambiente y a la captación de un segmento de consumidores cada vez más consciente y preocupado por el impacto ambiental de sus decisiones de compra. Se requieren acciones concretas para reducir la huella ambiental, lo que implica minimizar el consumo de recursos y disminuir la generación de residuos, además, de emplear materiales cada vez más sostenibles. La calidad frente a la cantidad emerge como punto imprescindible al implicar durabilidad y fomentar un consumo más consciente y responsable, así como potenciar la producción de cercanía.

## Un consumidor global exigente

La digitalización es crucial para mejorar la eficiencia y la sostenibilidad de las operaciones del sector. La adaptación al comercio electrónico y el fortalecimiento de la omnicanalidad son pasos cruciales para satisfacer las demandas de un consumidor cada vez más exigente y global. La digitalización se ha erigido como una necesidad imperiosa para el sector, pero también como una oportunidad sin precedentes, permitiendo llegar a un público más amplio y diverso y abriendo nuevas vías de expansión en mercados internacionales. Sin embargo, el desafío radica en la adaptación rápida y eficaz a estos cambios tecnológicos, así como en la capacitación del personal para aprovechar al máximo estas herramientas digitales.

La innovación, por su parte, ha de servirnos para diferenciarnos en un mercado en constante evolución: desarrollar nuevos productos y servicios que respondan a las

### La adaptación al comercio electrónico es una oportunidad de crecimiento



La sostenibilidad y ciclo circular del textil es una oportunidad de diferenciación y negocio

necesidades cambiantes de los consumidores es imprescindible para mantener la relevancia en el mercado. Estos cambios deben ir acompañados de la atracción de talento joven y el fomento de un ambiente de trabajo propicio para la creatividad y la innovación. Este aspecto es una pieza fundamental en el rompecabezas del sector textil y de la moda. Las empresas que logren aprovechar el potencial innovador de sus equipos estarán mejor posicionadas para enfrentar los desafíos del mercado y capitalizar las oportunidades emergentes.

Una imagen sólida aumenta el valor intangible de la empresa, lo que puede impulsar el crecimiento y la rentabilidad. Como valor intangible se erige como un reto y una oportunidad en sí misma. Construir una marca reconocible y valorada por los consumidores no solo genera interés y confianza a corto plazo, sino que también contribuye a la fidelización a largo plazo. Este proceso implica una gestión cuidadosa de la reputación, una inversión continua en la construcción y mantenimiento de la imagen de marca, lo que comprende la participación en ferias y eventos internacionales, la creación de campañas de marketing y la colaboración con otros sectores y países.



Retener el talento joven y desarrollar las habilidades artísticas es uno de los objetivos de esta industria

## Marca España

Una vez consolidada la imagen, la clave es la promoción de la marca “moda española” a nivel nacional e internacional, esencial para atraer a consumidores y empresas de todo el mundo. En este sentido, la Confederación Moda España distingue los productos de moda española mediante etiquetas homologadas por la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre (FNMT), que identifican si el producto está “Hecho en España” o “Diseñado en España”, promoviendo la relocalización de la moda como una industria fuerte, dinámica y generadora de riqueza.



Etiquetas homologadas por la Fábrica Nacional de Moneda y Timbre que identifican si el producto es español, promoviendo la relocalización de la moda en nuestro país como una industria fuerte, dinámica y generadora de riqueza

Por último, los aspectos sociales presentan tanto retos como oportunidades para el sector. Desde la elevada edad media de los trabajadores hasta la falta de un relevo generacional adecuado y las dificultades en la profesionalización del sector, son desafíos que deben abordarse de manera integral. Sin embargo, la promoción de condiciones laborales justas en todas las etapas de la cadena de valor y el fomento de la formación y el desarrollo de habilidades son esenciales para atraer y retener el talento joven con el fin de garantizar el futuro del sector. Esto incluye la creación de programas de formación y capacitación, la colaboración con instituciones educativas y la promoción de oportunidades de desarrollo profesional, así como crear un entorno de trabajo atractivo y dinámico.

Para superar estos desafíos y convertirlos en oportunidades, es fundamental la colaboración entre empresas, instituciones y profesionales, una colaboración público-privada que garantice el seguimiento y crecimiento del sector. En este contexto de transformación integral, el sector textil y de la moda en España tiene una oportunidad única para redefinirse y establecerse como un referente de innovación, sostenibilidad y competitividad en el mercado global. Con el apoyo adecuado unido a la innovación, sostenibilidad y colaboración, el sector puede enfrentar con éxito los retos del futuro y continuar siendo un motor económico y social clave para España.

### La formación y el desarrollo de habilidades son esenciales para atraer y retener el talento joven