

ISSN: 1576-0162

REGIONALIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE LOCALIZACIÓN EN EL SECTOR TEXTIL
Y DE LA CONFECCIÓN: EL CASO DE LA UNIÓN EUROPEA AMPLIADA

*REGIONALIZATION AND LOCALIZATION STRATEGIES IN THE TEXTILE AND
CLOTHING SECTOR: THE CASE OF THE ENHANCED EUROPEAN UNION*

Efren Areskurrinaga Mirandona
Universidad del País Vasco
efren.areskurrinaga@ehu.es

Xabier Barrutia Etxebarria
Universidad del País Vasco
xabier.barrutia@ehu.es

Elena Martínez Tola
Universidad del País Vasco
elena.martineztola@ehu.es

Recibido: febrero de 2006; aceptado: marzo de 2007

RESUMEN

La Unión Europea ampliada es un importante productor y exportador mundial de productos textiles y de confección. Actualmente se encuentra ante el desafío de nuevos competidores internacionales, como China e India, y cambios en el marco regulador internacional. Esto supone la necesidad para Europa de profundizar aún más en el proceso de modernización y especialización en los segmentos de mayor valor añadido de la manufactura, el diseño y la distribución. Para ello, es imprescindible la consolidación de una estrategia regional europea ampliada al espacio PANEUROMED.

Palabras clave: Sector textil y de la confección; Cadena de valor; Unión Europea ampliada; Regionalización.

ABSTRACT

The enhanced European Union is a major world producer and exporter of textile and clothing products. Nowadays, the sector is in a challenge, as a result of the competence of new international competitors such as China or India and the changes in the international regulatory framework. This scene urges the necessity of the European textile and clothing sectors for continuing

with the modernization and specialization process in the highest value added manufacturing activities, design and distribution. For these reasons, it is necessary to implement a regional enhanced European regional strategy, including the PANEUROMED countries.

Keywords: Textile and Clothing Sectors; Value Chain; Enhanced European Union; Regionalization.

JEL Classification: F13, L16, L67, O52.



1. INTRODUCCIÓN

El presente trabajo analiza las principales oportunidades y amenazas de la Unión Europea ampliada en los sectores del textil y la confección en el contexto internacional. Este espacio es un importante productor y exportador mundial de este tipo de productos y engloba un conjunto de países que presentan diferentes características. Por un lado están los países de la Europa de los 15, donde estos sectores cuentan con una arraigada tradición. Por otro lado, los países de nueva adhesión, que están llevando a cabo la reestructuración de estos sectores en un marco de economía de mercado y de espacio económico integrado. Unos y otros configuran, junto a algunos países del Mediterráneo, un espacio de integración denominado PANEUROMED.

Los países del Sur han ganado terreno en las últimas décadas en el concierto global como productores y exportadores de productos textiles y de confección. Ello parece confirmar, a primera vista, la teoría del ciclo del producto, la cual describe a estos sectores como maduros y predice la deslocalización de segmentos de la cadena de valor desde los países industrializados a los países del Sur. Sin embargo, observamos que los países industrializados continúan siendo productores y exportadores fundamentales en estos sectores, lo cual se puede razonar mediante el enfoque teórico de la especialización flexible. Esta teoría explica la reaglomeración de actividades de la cadena de valor en los espacios dominantes de los países industrializados.

El punto de partida del presente trabajo es la caracterización del sector textil y de la confección, analizando los factores de competitividad críticos en los mismos. Constatamos que los costes salariales no son el factor de competitividad fundamental o único, tal como predice la teoría del ciclo del producto. Por el contrario, son más importantes variables como la tecnología, el diseño, la distribución, las marcas, la distancia y los clusters entre los componentes de la cadena de valor.

En este sentido, este trabajo trata de evaluar, a continuación, las modalidades y el alcance de las interrelaciones productivas de los países de la Unión Europea ampliada entre sí y de éstos con los países del entorno mediterráneo

próximos, articulados en el espacio PANEUROMED como estrategia competitiva para mantener la viabilidad de estos sectores. Para ello, y utilizando la metodología de la cadena de valor, analizamos la estructura del sector en este área dividida entre los diferentes grupos de países que la conforman. Seguidamente, se muestra cómo las interrelaciones sectoriales se revelan fundamentalmente para comprender la configuración del sector en este espacio. En concreto, la transferencia de tecnología y las relaciones entre clientes y proveedores jugarán un papel importante para los países de nueva adhesión y permite considerar una regionalización de la cadena de producción del textil y la confección en el ámbito PANEUROMED.

Seguidamente analizamos los retos que para los sectores textil y de la confección del entorno PANEUROMED suponen la progresión de los países del Sur en estos sectores y la eliminación del sistema proteccionista de cuotas vigente hasta 2005. El contexto de competencia a nivel internacional ha estado marcado por la excepcionalidad derivada de la aplicación continuada de acuerdos proteccionistas con imposición de sistemas de cuotas (Acuerdo Multifibras y, su sucesor, el Acuerdo sobre el Textil y el Vestido) para la salvaguarda de los mercados, empleo y producción de los países desarrollados. Al mismo tiempo, ello ha limitado artificialmente la capacidad de algunos países en desarrollo con gran potencial, como China e India, y ha facilitado a otros países en desarrollo con menores capacitaciones la entrada en estos mercados. La expiración el 1 de enero de 2005 del Acuerdo sobre el Textil y el Vestido (ATV) define un nuevo marco de competencia a escala internacional, donde los países de alto potencial anteriormente citados emergen como grandes actores internacionales.

En este contexto, ¿puede la estrategia de regionalización seguida hasta la fecha por la UE-25 garantizar su papel principal como actor internacional para estos sectores? Para investigar esta cuestión se realiza un análisis cualitativo y cuantitativo de los efectos sobre la posición exterior de la UE-25, tras la expiración del ATV dentro de la Organización Mundial del Comercio, como indicador de la competitividad o fortaleza de la UE-25 en los sectores del textil y la confección. Ello pone de manifiesto la permanencia de la EU como actor relevante en el contexto internacional. Para que ello siga siendo verdad en el futuro, se requiere profundizar continuamente en el proceso de modernización y especialización en los segmentos de mayor añadido de la manufactura, el diseño y la distribución y, por otra parte, articular un espacio regional más amplio, estrechando las relaciones de los países de la UE ampliada con los países del entorno más inmediato, los países del Mediterráneo, con los que existe una relación de integración comercial en base a distintos tipos de acuerdos bilaterales.

2. FACTORES DE COMPETITIVIDAD EN LOS SECTORES TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN

Los sectores textil y de la confección, siguiendo la teoría del ciclo del producto, son considerados maduros e intensivos en mano de obra, por lo que se estima que los países del Sur tienen ventaja comparativa gracias a que cuentan con

menores salarios que los países industrializados y, de ahí, la dispersión geográfica de estos sectores. Por el contrario, las teorías de la especialización flexible, clusters y distritos industriales explican más adecuadamente la tendencia en la industria actual a la reaglomeración en regiones que cuentan con ventajas absolutas. Esto último quiere decir, según Camagni, que las ventajas de las regiones avanzadas no pueden ser erosionadas por ninguna alteración de los precios de los factores. Hay que tener presente que los países industrializados continúan siendo unos importantísimos productores y exportadores de productos textiles y de la confección.

Las escuelas críticas con la teoría del ciclo del producto, en lugar del coste de la mano de obra, enfatizan otros factores de competitividad para los sectores textil y de la confección, tal como recoge Porter (1990) en su diamante: los restantes factores de producción; la estructura, estrategia y rivalidad de las empresas; la demanda; y los sectores relacionados y auxiliares. Éste es el esquema que sigue para el análisis del sector textil el trabajo de Singleton (1997). En este apartado analizaremos estos factores de competitividad entre los que están implícitas la tecnología y la distancia. Asimismo, aunque Porter subestima su función, el papel del estado es fundamental, tanto mediante la aplicación de las políticas comerciales como a través de toda la batería restante de medidas disponibles para apoyar al sector.

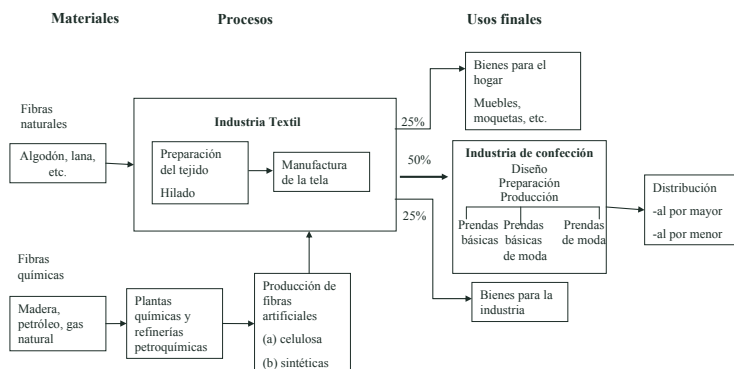
2.1. LA CADENA DE VALOR DE LOS SECTORES DEL TEXTIL Y LA CONFECCIÓN Y SUS CARACTERÍSTICAS

En la Figura 1 se recogen las cadenas de valor de los sectores textil y de la confección, los cuales son ramas de producción diferentes. La cadena de valor del sector de la confección está formada por cuatro niveles (las fibras, los textiles, el vestido y la distribución). Es importante constatar desde el principio que la mitad de la producción textil no se dirige al sector del vestido, sino a otros bienes industriales (TUT, textil de uso técnico) y del hogar (textil-hogar).

Dentro de los artículos de confección se diferencian los productos básicos y los de moda. Estos últimos aportan más valor añadido y diseño, con lo que su precio suele ser mayor. Después de la Segunda Guerra Mundial se produjo el declive de París como único referente en moda y surgieron nuevos centros como Nueva York, Londres o Milán. Este último no fue el único polo que surgió en Italia, pero se impuso por superar la fabricación artesanal e integrar la moda con la industria. En los años 1950 surgió la fabricación *prêt-à-porter*, que se fue imponiendo poco a poco en las décadas de 1960 y 1970. Hasta entonces no se vendían apenas vestidos confeccionados. Abundaban las tiendas de telas, las modistas y los sastres, y las academias de corte y confección en cada calle.

La cadena de valor de los sectores del textil y la confección está dominada por la distribución desde finales de los 1970 aproximadamente. La estrategia de internacionalización de los distribuidores y fabricantes de los países industrializados, junto con el ascenso de nuevos países productores del Sur, han variado de forma fundamental el panorama del sector.

FIGURA 1: LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN



Fuente: Elaboración propia a partir de Dicken (2003).

De todas formas, hay que diferenciar el sector textil del sector de la confección. El sector textil es en realidad intensivo en capital y ha sido desarrollado en menor medida por los países del Sur. Éstos, como primer paso en su proceso de industrialización, suelen introducirse en el sector de la confección, ya que éste es intensivo en mano de obra y tiene escasas barreras de entrada. Dentro de la confección se distinguen los siguientes pasos: diseño, hilvanado y precostura (que incluye confección de patrones, clasificación, encaje, marcado y corte), cosido y terminación (que incluye inspección, planchado y empaquetado). La costura y el ensamblaje del vestido suponen el 80% de la mano de obra y son difíciles de mecanizar; en realidad, apenas han evolucionado en los últimos siglos (Spinanger, 1995:113-115).

Los menores salarios de los países del Sur se compensan en buena medida por la mayor productividad conseguida por los productores de los países industrializados, especialmente en el sector textil, pero también en el caso de la confección. Si bien estos sectores gastan poco en I+D y, a veces, son considerados por ello como poco intensivos en tecnología, en realidad tienen otras vías de innovación, tanto tecnológica como no-tecnológica. Así, para empezar, el sector textil se actualiza mediante la adquisición de maquinaria y la aportación de la industria química, ramas industriales con las que tiene una gran relación. Este sistema ha sido importante para la modernización del sector textil desde la Segunda Guerra Mundial. Se han producido impresionantes innovaciones tecnológicas, tanto nuevos materiales (especialmente las fibras sintéticas) como nuevas técnicas de fabricación y, de hecho, el sector es cada vez más intensivo en capital. En especial, el textil de uso técnico (TUT) destaca por su gran complejidad tecnológica y es retenido en gran parte por los países industrializados. Asimismo, por su parte, la industria de la confección es intensiva en diseño (variable no siempre incluida dentro de la I+D) en el caso de las prendas de moda, para las cuales también se requiere cualificación a otros

niveles de la mano de obra. Por tanto, el esfuerzo a realizar en capital humano también es importante en los sectores del textil y de la confección.

También inciden en la productividad del textil y de la confección otros factores importantes como son los clusters y la estructura, estrategias y rivalidad de las empresas. Sin embargo, antes de abordar dichos factores, expondremos brevemente la evolución de la demanda, en concreto, los importantes cambios acaecidos en la distribución. Como hemos señalado, la cadena de valor del vestido, al igual que en el caso de otros bienes de consumo, está dominada por la distribución. La concentración en la distribución de la confección varía mucho entre países. Así, en Gran Bretaña dominan unos pocos minoristas, mientras que en el caso italiano la distribución ha estado mucho más desconcentrada. En España un tercio de la distribución textil está en manos de cuatro grupos: Inditex (Zara), Cortefiel, Punto Fa (Mango) y el segmento textil de El Corte Inglés, Induyco (Aragón, Aranguren e Iturrioz, 2002: 61).

Siguiendo a Gereffi (2000), hay tres actores principales en el ámbito de la distribución de productos de confección. En primer lugar, los grandes comercializadores de menudeo como Wall Mart y J.C. Penney en EE.UU. o Carrefour en Francia. En segundo lugar, están los comercializadores o fabricantes sin fábricas como Mango, Liz Claiborne o Nike. En tercer lugar, tenemos los fabricantes de marcas de moda como Inditex, Benetton, Levi Strauss, o H&M, con sus respectivas cadenas de distribución. En este último caso, la integración de la distribución por parte de los fabricantes de ropa ha sido fundamental por varios motivos. Por una parte, se evita que distribuidores ajenos se hagan con la mayor parte de los beneficios. Por otro lado, el control de la distribución procura el conocimiento del mercado. La aparición de los puntos de venta electrónicos (PVE) ha sido una revolución que ha permitido a los grandes vendedores tener conocimiento inmediato de la evolución de sus ventas. Ello es fundamental, tanto para los productos básicos como para los de moda. En el caso de estos últimos, por ejemplo, el conocimiento del mercado que procuran los PVE es vital, puesto que el modelo ha variado y ya no es el diseñador el que impone su ley, sino que es el cliente quien marca la pauta, con cambios rápidos en las tendencias.

El sector de la distribución, basándose en las revoluciones tecnológicas señaladas, efectúa sus pedidos cada vez a menor plazo, para pasar los costes de tener inventarios a los fabricantes. En consecuencia, la distancia es un factor fundamental y podemos hablar de una industria regionalizada. En este punto, sin embargo, es fundamental distinguir entre productos. Los productos de confección básicos se reponen con frecuencia y, según Abernathy *et al.* (2006), los países industrializados no se abastecerán de productores baratos pero muy distantes como los asiáticos, sino que tenderán a abastecerse desde localidades productoras cercanas de bajos salarios relativos; por ejemplo, Europa del Este, Norte de África o Turquía en el caso de Europa Occidental; América Latina y el Caribe para Estados Unidos; etc. En cambio, los productos de moda son más caros y no se reponen con tanta frecuencia, concluyendo por ello los

mismos autores que algunos países, como los caribeños, van a tener cada vez más difícil acceder al mercado estadounidense ante la competencia asiática (Abernathy *et al.*, 2006: 2218-2225). Sin embargo, esta última afirmación no resulta adecuada ya que, tal y como se ha mencionado anteriormente, en los productos de moda las tendencias están expuestas a cambios constantes y la rapidez de respuesta al mercado y la calidad son fundamentales. En estos aspectos los productores de los países industrializados, como Zara, tienen ventaja con su cercanía al mercado occidental, su integración en la distribución, sus plataformas logísticas, y su cercanía a la mano de obra cualificada.

Todo ello nos lleva directamente a la importancia de los clusters y la colaboración, en el mismo espacio geográfico, de todos los eslabones que componen la cadena de valor del vestido: textil, confección y distribución. El sector textil y de la confección se concentra en determinadas regiones como son Lombardía en Italia; Baviera, Baden-Württemberg y Nord-Westfalia en Alemania; Cataluña y la Comunidad Valenciana en España; etc. En el éxito de los clusters y la propensión a colaborar son determinantes los conceptos desarrollados por Porter (1990) de estructura, estrategia y rivalidad de las empresas. En los países industrializados siguen siendo muy importantes las pequeñas y medianas empresas familiares del sector; las cuales, muchas veces, establecen sistemas de subcontratación y colaboración entre sí. Existen diferentes tipos de distritos industriales en estos sectores, en algunos sólo hay empresas de la rama textil, en otros sólo de la confección, y en unos terceros conviven empresas de ambas ramas.

El estado o sector público es también un factor fundamental en el devenir del sector textil y de la confección. Por una parte, la desaparición del sistema de cuotas mediante el ATV no quiere decir que hayan desaparecido las políticas comerciales de los estados y los aranceles, los cuales seguirán teniendo un impacto importante. Por otra parte, los estados aplican otra serie de políticas para asistir al sector, como son ayudas para la mejora tecnológica.

Todos los factores diferentes de la mano de obra barata que estamos exponiendo contribuyen a la permanencia del sector en los países industrializados. Ello no quiere decir que muchas veces no se hayan deslocalizado determinadas actividades de la confección intensivas en trabajo, de la mano de la competencia exacerbada introducida por los distribuidores, agentes dominadores de esta cadena de valor. Pero nos ayuda a entender la permanencia de los países industrializados como actores principales en el sector, no sólo en cuanto a maquinaria, diseño, marcas y distribución, sino también en términos de manufactura.

3. CARACTERÍSTICAS DE LOS SECTORES DEL TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN EN LA EUROPA AMPLIADA Y DE PANEUROMED

Los sectores del textil y la confección cuentan con una larga tradición en los países de Europa Occidental, siendo uno de los pilares sobre el que se asentó el proceso de industrialización. La importancia relativa del sector en los dife-

rentes países de la UE-15 ha variado a lo largo del tiempo, experimentándose un declive en los países del norte europeo a favor de los países meridionales, en concreto España, Portugal y Grecia. No obstante, en el año 2001, más del 70% de la producción del sector textil y confección se encuentra concentrada en cuatro países: Italia, Francia, Alemania y Gran Bretaña (IFM, 2004). A pesar de encontrarse en declive desde hace varias décadas, estos sectores siguen siendo importantes dentro del sector manufacturero de los países de altos ingresos y tiende a concentrarse en aquellas actividades de mayor valor añadido. Así, esta industria supone el 4% del valor añadido industrial y el 7% del empleo manufacturero de la UE-15, aunque hay diferencias sustanciales entre los países miembros con una clara división Norte-Sur, situándose en los primeros la industria textil y de mayor valor añadido y en los segundos la confección y las actividades de menor valor añadido.

Es más, el marco espacial de referencia para las empresas europeas del sector textil y de la confección es aún más amplio e incorpora a 10 países del Mediterráneo: Argelia, Egipto, Israel, Jordania, Líbano, Marruecos, Autoridad Palestina, Siria, Túnez y Turquía. La Unión Europea-15, junto con los países de nueva adhesión y estos países mediterráneos conforman el espacio denominado PANEUROMED. Es importante señalar desde la perspectiva de la UE-15 que el avance de sus países periféricos no ha de percibirse como amenaza de deslocalización. Por el contrario, representa una ventaja estratégica para reconsiderar la configuración de un sector organizado a escala regional como principal activo frente a la competencia internacional de los productos asiáticos.

3.1. LA IMPORTANCIA DE LOS ACUERDOS COMERCIALES

Desde la perspectiva de los países de nueva adhesión, los principales productores de la región son Polonia, Rumania, con una mayor producción de productos de confección, y República Checa, que cuenta con una histórica especialización regional en el textil¹. La desigual presencia y grado de desarrollo del sector en estos países se debe, en buena parte, a la división comercial y productiva bajo el sistema de intercambio comercial COMECON. Asimismo, la reglas que regían el intercambio dentro del bloque socialista hacían que estas empresas se enfrentasen a un mercado cautivo, poco exigente y no considerado como prioritario frente a la industria pesada. Por ejemplo, en Polonia se desarrollaron diferentes marcas para suministrar el mercado ruso y de otros países vecinos que, sin embargo, no son adecuadas ni en diseño ni en calidad para competir en el mercado europeo actual (Yoruk, 2001).

Los sectores del textil y la confección de la UE-15 han recurrido a los países de la Europa del Este, muchas veces a través de la subcontratación, con el fin de aprovecharse de su mano de obra relativamente cualificada y barata. Este

¹ Para un análisis más exhaustivo de las diferencias entre los países de nueva adhesión, consultar IFM (2004).

proceso de subcontratación en la Europa del Este se intensificó a partir de 1989, si bien se inició con anterioridad. Históricamente, han destacado los tráficos entre Alemania Occidental y Oriental desde los 1970, y entre Alemania y Polonia. Con posterioridad tomó relevancia la relación entre Italia y Rumanía (Begg *et al.*, 2003). En los últimos años también es importante la subcontratación de empresas localizadas en Bulgaria, Bielorrusia y Ucrania, países también favorecidos por acuerdos comerciales con la UE (Hanzl-Weib, 2004). En el caso del Mediterráneo destacan la importancia de Turquía, Marruecos y Túnez como socios comerciales de la UE para este tipo de productos.

La relación comercial-productiva denominada “tráfico de perfeccionamiento pasivo” (TPP) fue la que dominó hasta 1997 los intercambios entre los países de la UE-15 y los de nueva adhesión. Bajo la misma, las exportaciones desde la UE-15 de partes y componentes (por ejemplo, telas) a los países de nueva adhesión para su procesamiento o ensamblaje, estaban exentas de gravamen arancelario cuando eran reimportadas como productos procesados (por ejemplo, vestidos terminados). Por tanto, sólo se gravaba el valor añadido generado en el exterior. Este sistema desincentivaba la creación de un sector textil en la Europa del Este y le abocaba a aportar poco valor añadido. Por ello, algunos autores como Flores y Luengo (2002), hablan de una tendencia general para estos países de nueva adhesión a la “involución” en la cadena de valor más que una ascensión en la misma.

Sin embargo, a partir de 1998 desaparecen los aranceles y, por tanto, el TPP entre la UE y el grueso de los países de Europa del Este². Ello ha posibilitado el desarrollo del sector textil en los países de nueva adhesión y por tanto, la progresión en la cadena de valor de la confección. En un amplio estudio llevado a cabo por Pickles *et al.* (2006) para el caso concreto de Eslovaquia y Bulgaria, se muestra que en estos países existe un buen número de productores que perciben las oportunidades derivadas de las redes regionales de producción. Mediante la utilización de inputs y servicios locales, son capaces de crear mecanismos e interdependencias que son la base de sus capacidades y oportunidades. Como también señalan Begg *et al.* (2003), la relativa calidad de los productos en los que participa la Europa del Este y la cualificación de su mano de obra, constituyen sus principales activos frente a la competencia de los productos de media-baja calidad exportados por los países de menores costes laborales como China. En algunos países de nueva adhesión encontramos marcas propias como OP para la República Checa u Ozeta en Eslovaquia.

Por su parte, la progresión de los países del Mediterráneo ha sido menor. Mediante el denominado Proceso de Barcelona o Asociación Euro-Mediterránea iniciado en 1995 se marca el objetivo de crear un área de libre comercio entre los países europeos y los socios mediterráneos para el año 2010. La mayoría

² A pesar de ello se siguen recogiendo datos bajo el rubro TPP y sigue habiendo una repercusión en cuanto a impuestos. Se sigue denominando TPP no a este particular sistema legal para regir el comercio, sino a la misma relación de subcontratación que se establece con ensambladores exteriores de menor nivel (Begg *et al.*, 2003: 2199-2201).

de acuerdos bilaterales entre la UE y los socios mediterráneos se encuentran ya en vigor, pero para que la prevista área de libre comercio tenga pleno efecto es necesaria la conclusión de los acuerdos de libre comercio intrarregionales y la mejora de los existente para que tenga plena vigencia la acumulación de normas de origen en la región⁵. Este tipo de configuración permite no sólo rebajar los costes de producción para las empresas europeas, sino que presenta claras ventajas en lo que a plazos de entrega se refiere. Además, la utilización de una regulación respecto a normas de origen hace que se proteja el sector textil europeo, al tiempo que se garantiza la calidad del producto (Keenan *et al.*, 2004).

La relación entre los países de la UE con Turquía merece una especial atención. Siguiendo a Neidik (2004), este país ha recibido trato preferencial por parte de la Comunidad Europea desde 1959. Gracias a ello, a diferencia de los países de su entorno como Marruecos y Túnez, Turquía ha dispuesto de una importante industria textil desde los 1960s. Las empresas de la confección de Turquía crearon durante las décadas de 1960 y 1970 su propia red de proveedores, pasando así a la producción de paquete completo. Algunas empresas turcas, como analizan Tokatli y Kizilgün (2004), incluso han conseguido pasar al diseño y las marcas propias (la producción OBM), por ejemplo, la marca propia turca Mavi Jeans.

3.2. PERSPECTIVAS DEL SECTOR TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN DE PANEUROMED POR TIPO DE PRODUCTOS

Como hemos señalado, los países industrializados, entre ellos los de la UE-15, tienen mejores perspectivas en los productos textiles y de confección de alto valor añadido. Estos productos de moda son intensivos en diseño y requieren mano de obra más cualificada que los vestidos básicos. Los países de la Europa del Este también se encuentran especializados en los productos de confección de gama media-alta. Así, los trajes de hombre y mujer, pantalones, etc., representaron en el año 2000 más del 40% del total de exportaciones de prendas de vestir a la UE-15 para la mayoría de los países de nueva adhesión (Pickles *et al.*, 2006). En cambio, los países del Mediterráneo, con alguna excepción como Turquía, se encuentran en un menor grado de desarrollo y la mitad de sus exportaciones a la UE se reducen a diez productos: Turquía (camisetas), Túnez (pantalones), Marruecos (camisetas y pantalones) y Egipto (camisetas) (Eurostat, 2003).

No obstante, en este punto, Abernathy *et al.* (2006) parecen representar una opinión discrepante. Estos autores enfatizan la importancia de las nuevas técnicas de gestión de los distribuidores explicadas anteriormente, las cuales

⁵ Las normas de origen impiden que países ajenos al área de libre comercio se beneficien del trato preferencial. El Consejo de la Unión Europea el 11 de octubre de 2005 ha adoptado los protocolos sobre normas de origen que regirán los intercambios en la región Pan-Euro-Mediterránea, que incluye a los países de la UE25, Bulgaria y Rumania, los diez socios mediterráneos, así como los países pertenecientes a la EFTA y a las Islas Feroes.

les posibilitan la eliminación de los costes de mantener inventarios. Para ello sería importante la cercanía de los productores. Sin embargo, según dichos autores, éste no sería el caso de las prendas de moda, ya que al ser más caras no se produce su reposición de manera tan rápida. Así, en dichos productos, prevén un mayor impacto de la producción asiática de bajo coste. De hecho, las importaciones de la UE-15 estarían ya reflejando el predominio de países como China o India (Tabla 1).

TABLA 1: PRINCIPALES EXPORTADORES A LA UE-15 DE VESTIDOS DE ALGODÓN PARA MUJERES Y NIÑAS (HS CODE 620442)

	2003 (miles euros)	2005 (miles euros)	2005 (euro/kg)
India	48.229	71.457	26,3
China	11.310	37.450	13,3
Marruecos	22.901	27.982	28,2
Turquía	15.717	20.889	27,4
Túnez	16.095	14.617	34,1
Rumania	10.894	10.335	27,9
Hong Kong	16.263	9.522	26,1
Bangladesh	6.122	5.424	11,9
Hungría	5.536	4.007	50,8
Sri Lanka	3.827	3.316	20,8
Bulgaria	2.585	3.291	27,7
Indonesia	2.877	3.115	20,9

Fuente: Elaboración propia en base a Eurostat, que actualiza el análisis de Abernathy *et al.* (2006).

Sin embargo, el análisis de Abernathy *et al.* parece presentar algunos problemas. Por una parte, se centra en un único factor y hace abstracción de todos los demás, incluidos los requerimientos de calidad. Por otra parte, habría que analizar mejor la representatividad del producto escogido. En este sentido, la mayoría de la literatura sobre el sector enfatiza la importancia de la calidad y de la rapidez de respuesta en el caso de los productos de moda. Así, las perspectivas tanto de la UE-15 como de los países de nueva adhesión no serían tan malas. Por ejemplo, la cadena Pull & Bear de Inditex se ha replanteado su modelo de negocio para dejar de fabricar prendas en Asia y hacerlo en Europa del Este (*Cinco Días*, 2 de febrero de 2005).

Por otro lado, parece más interesante el análisis de Abernathy *et al.* para los productos básicos de confección, como las camisetas de algodón. En dicho producto sí es importante la velocidad de reposición y, por tanto, la distancia. Así, en la Tabla 2 se observa la importancia que para la UE tienen las ventas de Turquía. Como señalan los citados autores, aunque productores como China o India van a tener un mayor protagonismo con la mayor liberalización del sector, la importancia de la distancia no desaparecerá con la eliminación de las cuotas.

TABLA 2: PRINCIPALES EXPORTADORES A LA UE-15 DE CAMISETAS DE ALGODÓN (HS CODE 610910)

	2003 (miles euros)	2005(miles euros)	2005 (euro/kilo)
Turquía	1,302.449	1,668.720	18,5
Bangladesh	632.072	860.907	5,8
China	166.243	576.840	9,4
India	259.957	525.708	13,9
Mauricio	205.861	209.486	16,3
Marruecos	190.683	162.238	7,9
Egipto	60.890	95.957	13,3
Hong Kong	127.923	88.209	18,4
Túnez	97.961	87.230	18,7
Sri Lanka	51.421	80.607	15,4
Rumania	81.512	77.321	15,1
Indonesia	54.351	69.822	13,1
Pakistán	58.327	63.630	8,3
Estados Unidos	32.700	45.986	27,8
Tailandia	44.091	44.704	12,4
Siria	29.770	28.981	8,5

Fuente: Elaboración propia en base a Eurostat, que actualiza el análisis de Abernathy *et al.* (2006).

4. AUMENTO DE LA COMPETENCIA EN LOS SECTORES DEL TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN

En este apartado vamos a analizar las estrategias de internacionalización de los distribuidores y productores del Primer Mundo, por una parte, así como la progresión experimentada por los países del Sur (Cerviño, 1998; Begg, Pickles y Smith, 2003: 2199).

En la década de los 70, los distribuidores y fabricantes del sector textil-confección de los países industrializados se enfrentaban a unos mercados domésticos maduros. En este contexto, los distribuidores norteamericanos y especialmente los europeos comenzaron el proceso de internacionalización, buscando presencia comercial fuera de su país de origen. En ocasiones, por parte de empresas que trataban de explotar su concepto comercial innovador. Ello ha sido posible gracias al proceso de homogeneización cultural que se ha producido a nivel global (Cerviño, 1998: 53-54; Bhachu, 2004; Dwyer, 2004).

A su vez, los distribuidores y fabricantes de Europa y Estados Unidos, a partir de los 70-80 también se internacionalizaban para diversificar sus fuentes de suministro, aprovechándose de menores costes salariales en, por ejemplo, Asia. Por otra parte, la industria de la confección de Asia del Este (Hong Kong, Corea del Sur, Taiwán) estaba progresando en la cadena de valor del sector textil-confección, lo que daba nuevas oportunidades a los minoristas y

fabricantes occidentales de convertirse en fabricantes sin fábricas. Ello unido a una mayor competencia entre los distribuidores del sector, que según Gereffi (1999) son los que dominan esta cadena de valor, ha exacerbado la competencia en el sector.

Por otra parte, los países del Sur suelen entrar en las cadenas de valor y en los clusters por abajo, haciendo ensamblajes que requieren mano de obra poco cualificada. Luego pueden ir progresando. Siguiendo a Gereffi, la permanencia en una cadena de valor da oportunidades para aprender. Sería el caso de la industria de la confección de Asia del Este, Turquía o China, las cuales han obtenido más éxito que en el caso latinoamericano. La progresión se habría producido en cuatro etapas:

1. Ensamblado de productos importados.
2. Fabricación de paquete completo u *Original Equipment Manufacture* (OEM).
3. Fabricación con diseño propio (ODM, *Original Design Manufacture*).
4. Fabricación y venta de productos con marca propia (OBM, *Original Brand Manufacture*).

Así, el primer paso para una empresa de la confección del Sur puede consistir en ensamblar productos textiles importados, generalmente en las zonas francas industriales. En este caso, el valor añadido aportado es pequeño y las empresas de los países en desarrollo tienen pocas relaciones entre sí, los clusters son poco importantes. Existen intermediarios como la hongkonesa Li & Fung que hacen la mediación entre las firmas occidentales y los productores del Sur, cuyo trabajo supervisan. El papel de mero ensamblador de los productores del Sur ha sido reforzado históricamente por regímenes comerciales concretos, como la cláusula 807/9802 del arancel de aduanas de los Estados Unidos o el Tráfico de Perfeccionamiento Pasivo en Europa o Hong Kong. Según dichas regulaciones, las telas exportadas desde EE.UU., Unión Europea o Hong Kong a otros países de su entorno productores baratos de vestidos (Caribe, Asia, China, Europa del Este y Norte de África), estaban exentas del pago de aranceles cuando regresaban a sus países de origen convertidas en prendas de vestir. Ello daba salida al sector textil de los países centrales, al tiempo que dificultaba el desarrollo de dicho sector en los países en desarrollo. En la terminología de Gereffi *et al.* (2005), se establecen cadenas de valor captivas. Sin embargo, determinados países sí han conseguido ascender en la cadena de valor.

4.1. ASCENSO DE LOS PAÍSES ASIÁTICOS EN LAS DÉCADAS DE 1960 Y 1970

Las empresas de la confección de Asia del Este (Hong Kong, Corea, Taiwan, Singapur) consiguieron avanzar en el proceso de aprendizaje durante las décadas de 1960 y 1970, pasando a la fabricación de paquete completo, también denominada OEM (*original equipment manufacture*). En este caso pasamos de la subcontratación industrial a la comercial. Por ejemplo, una empresa productora del Primer Mundo sólo manda el diseño y, a partir de ahí, se produce el paquete completo. Por tanto, se produce más valor añadido. También es

fundamental que se posibilite contactar directamente con minoristas internacionales que no tienen conocimientos de producción. En este caso hablamos de cadenas de valor relacionales (Gereffi, Humphrey y Sturgeon, 2005).

Este sistema OEM está caracterizado por las relaciones entre las empresas o los clusters. Las empresas de la confección de Asia Oriental crearon su propia red de proveedores. Ello fue posible por haber desarrollado una industria textil propia. Es más, pasaron a la producción triangular, esto es, estas empresas desviaban la producción a otros países más baratos cuando sus costes salariales eran elevados y cuando habían agotado su cuota de producción. Posteriormente, gracias al aprendizaje realizado en este sistema de OEM, pasaron al diseño y marcas propias, la producción OBM. El ejemplo más exitoso es Hong Kong con firmas como Fang Brothers (Dicken, 2003).

Un factor fundamental para explicar el éxito de Asia del Este ha sido la aplicación de una política industrial activa. En este sentido, algunos autores afirman que Porter subestima el papel desempeñado por el estado. Así, la política de promoción de exportaciones de Asia del Este, en realidad fue una mezcla de la misma con la sustitución de importaciones. De esta forma, industrias nacientes complejas como el textil recibían protección respecto del exterior, ayudas públicas, etc. Seguidamente, para evitar que esta política produjera resultados ineficientes, los sectores eran abiertos a la competencia tan pronto alcanzaran el estadio competitivo. Desgraciadamente, este tipo de políticas no pueden ser repetidas hoy en día, en el contexto neoliberal actual, por otros países en vías de desarrollo (Lall, 1996). Sobre este punto coincidimos con autores como Humphrey y Schmitz (2002) o Schrank (2004), más que con Gereffi, ya que consideramos que no es fácil la progresión de los países en desarrollo.

4.2. PANEUROMED Y LA ZONA DE MÉXICO Y LA CUENCA DEL CARIBE DESDE LA DÉCADA DE LOS 80

Una respuesta ante el nuevo empuje asiático fue la iniciativa de conformación por parte de la Unión Europea-15 del espacio PANEUROMED, tal como ha sido explicado.

Por su parte, Estados Unidos estableció un área de influencia con México y la cuenca del Caribe, estableciendo también, con otro nombre, el sistema de Tráfico de Perfeccionamiento Pasivo, bajo la cláusula 807/9802 del arancel de aduanas de los Estados Unidos. Así, estos países del entorno se insertaban en la cadena del valor del textil y la confección en base a la industria maquiladora, para el mero ensamblaje de productos estadounidenses previamente importados. La expansión de la industria maquiladora dominicana comienza en los años ochenta y desde la segunda mitad de esa década también se da en Costa Rica, El Salvador y el resto de las economías centroamericanas (Martínez y Zabalo, 2005).

Este sistema legal que desincentivaba el desarrollo de un sector textil propio desapareció para México en 1994 con la firma del TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) y en 2004 para la República Dominicana con

su incorporación al CAFTA (CEPAL, 2004: 81-2). De todas formas, la región no ha prosperado mucho desde entonces y contrasta con el gran éxito asiático (Schrunk, 2004). Ello es debido, entre otros factores, a la menor intensidad y eficacia de la política industrial aplicada en estos países americanos.

4.3. EL ASCENSO DE CHINA EN LOS 90

China se presenta en los últimos años como el principal origen de las importaciones de la UE-15 para productos del sector, a pesar de la protección mediante el sistema de cuotas establecido desde 1995 y que ha descansado especialmente sobre aquellos productos donde la ventaja competitiva de los productos chinos era mayor. La capacidad exportadora de China debe entenderse dentro de un marco de referencia más amplio, en el que las inversiones realizadas por empresas de otros países del entorno, sobre todo Hong Kong y, en menor medida, Taiwán. Estas inversiones han sido fundamentales a la hora de desarrollar un potente sector exportador basado, por una parte, en los bajos costes laborales, pero también en la creciente capacidad de China para escalar en la cadena de valor y ser capaz de aumentar la calidad y rapidez de entrega de este tipo de productos.

El establecimiento de Zonas Económicas Especiales⁴ (ZEE) y otros tipos de zonas con privilegios especiales para las empresas extranjeras en China han servido como plataforma para la creación de empleo y mejor utilización de los recursos disponibles, para la formación de capital y transferencia tecnológica, la expansión del comercio, para acometer reformas económicas de amplio calado y para abrir la economía china (Ge, 1999). Derivado de esta política de apertura la costa este del país se encuentra en la actualidad abierta al exterior y el gobierno chino ha mostrado su interés por crear el ambiente propicio para que las actividades de menor contenido tecnológico y más intensivas en mano de obra se trasladen hacia el interior del país.

En el caso de la industria textil y de la confección, sector de especial relevancia en la estrategia de apertura de la economía china, las inversiones procedentes de Hong Kong han jugado un papel principal. En un principio estaban basadas en las actividades de ensamblaje más sencillas, estaban concentradas en la región adyacente de Guangdong y en buena parte descansaban sobre operaciones de tráfico de perfeccionamiento pasivo. A lo largo de las décadas de los 80 y 90 se ha producido un cambio en el patrón de estas inversiones, observándose cómo los beneficios derivados de las inversiones concentradas geográficamente han dado lugar a clusters que han ido desplazando geográficamente las labores más intensivas en mano de obra, primero hacia otras regiones costeras situadas más al norte y, posteriormente, hacia el interior del país (Au y Yu, 2002).

⁴ En este tipo de emplazamientos son muy importantes las actividades relacionadas con el "procesamiento de exportaciones", mecanismo similar al Tráfico de Perfeccionamiento Pasivo. Para el caso estadounidense el término más utilizado para hacer referencia a este tipo de transición será el de "producción compartida".

La evolución de la estrategia seguida por las empresas del sector con origen en Hong Kong, esto es, deslocalizar en China fases del proceso de producción cada vez más intensivas en capital y tecnología, quedándose con las funciones de rango superior, hace que podamos encontrarlos en la actualidad con lo que se ha venido a denominar "ciudades cadena de valor"⁵ situadas en China. Un ejemplo es la ciudad de Dongguan, situada a 30 minutos de la frontera con Hong Kong, donde la empresa de confección Luen Thai Holdings Ltd. está desarrollando un complejo industrial donde se den cita todas las actividades relacionadas con la cadena de valor del sector (*design to store*) y disminuir de esta manera el tiempo de producción, así como garantizar la calidad del producto⁶.

Así, es necesario tener en cuenta que la base de la ventaja competitiva de los productos chinos en los mercados internacionales no descansa únicamente en sus bajos costes laborales. La capacidad para avanzar en la cadena de valor y entrar en la fase de paquete completo, así como las relaciones productivas establecidas con los países de su entorno, hace que estos productos sean capaces de ser suministrados en plazos cada vez más ajustados y sean de creciente calidad. Este avance en la cadena de valor se ha debido en parte a las restricciones impuestas en forma de cuotas por parte de EEUU y la UE, que ha hecho que se incentivase indirectamente la producción de productos de mayor calidad, actividades de mayor valor añadido y mejora en los plazos de entrega y no las actividades más intensivas en mano de obra y menor valor añadido sujetas a unas mayores restricciones (Appelbaum, 2004:7).

5. EL NUEVO MARCO REGULADOR DEL SECTOR TEXTIL Y DE LA CONFECCIÓN Y SU IMPACTO EN LA UNIÓN EUROPEA AMPLIADA

El Acuerdo sobre el Textil y Vestido (ATV), sucesor del Acuerdo Multifibras, y su reparto de cuotas y contingentes entre los países en desarrollo, ha determinado en gran manera la estrategia de localización de las empresas de estos sectores en los últimos tiempos. La desaparición de este acuerdo a partir del 1 de enero de 2005, tendrá como consecuencia que muchas empresas que se han localizado en ciertos países únicamente por este motivo se desplacen a otros lugares donde otros factores adquirirán más relevancia (menor coste de mano de obra, mejor infraestructura, y proximidad a los mercados, por ejemplo). No obstante, la protección y el escalamiento arancelario siguen vigentes en el sector y conforman otra realidad importante a la hora de fijar las localizaciones productivas del sector.

Los estudios más recientes (IFM, 2004; Mayer, 2004; Nordas, 2004 y 2005; OCDE, 2004; Buelens, 2005; Ernst, Hernández y Zult, 2005; OIT, 2005 y UNCTAD, 2005) indican que, además de un aumento de las exportaciones, se va a producir una transformación importante del panorama de localización de

⁵ *The Economist*, 28 de mayo de 2005.

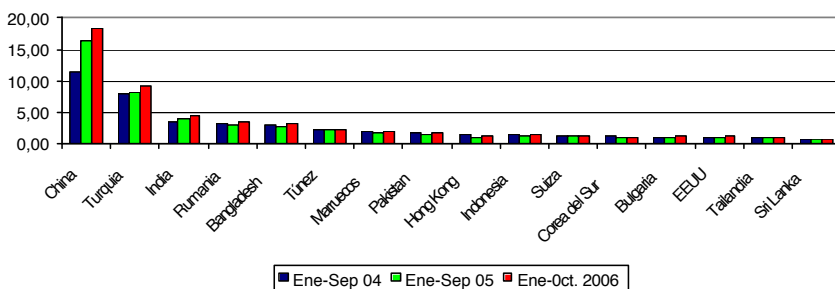
⁶ <http://www.luenthai.com/products.htm>.

las empresas de este sector, que tendrá una fuerte incidencia en la distribución mundial de la producción y el empleo. Estos estudios coinciden en señalar que China y la India, con gran potencial competitivo no sólo por sus bajos costos salariales, van a ser los principales beneficiarios de este reajuste productivo a nivel internacional. A su vez, se señalan perdedores netos, como los países industrializados y los países en desarrollo, beneficiarios del anterior sistema de cuotas. Si bien este ajuste tendrá efectos negativos en términos de empleo y producción para los países del Norte, el ajuste será mucho más dramático en aquellos países como Bangladesh, Camboya, Nepal o Sri Lanka, en los que el sector textil y de la confección creció amparado por la restricciones impuestas a otros países más competitivos, en concreto China e India (PNUD, 2005:140). Finalmente, tenemos otro grupo de países, donde destacan el resto de países del Sudeste Asiático, que cuentan con potencialidad para beneficiarse del nuevo contexto, ya sea por su nivel de competitividad o como consecuencia de relaciones comerciales preferentes.

Los primeros datos de Eurostat disponibles sobre el aumento conjunto de las importaciones de productos textiles y de confección hacia la UE-25 del periodo post-cuotas (hasta octubre de 2006) se recogen en el Gráfico 1. Los mismos confirman un aumento significativo de las importaciones de estos productos durante 2005, respecto al mismo periodo de 2004, provenientes de China (45%) y la India (16%) y, en menor medida, Turquía (3%). Los aumentos en las categorías más restringidas han sido muy superiores (un 73% para China). China alcanza ya una cuota del 30% de las importaciones totales de la UE-25. El resto de suministradores, en su mayoría, han perdido mercado, si bien los países que conforman la PANEUROMED han experimentado un descenso menos pronunciado y permanecen entre los principales exportadores a la Unión. Ahora bien, esta tendencia no se ha consolidado durante 2006, cuando el aumento de las importaciones cae al 11%, tanto para China como para la India, a pesar de que estos últimos datos incluyen un mes más (de enero a octubre) y es posible, por tanto, que el aumento real sea mucho menor. Un factor determinante en estos resultados es el comportamiento de los principales distribuidores de productos de confección a nivel mundial. Estos distribuidores han retrasado muchos de los pedidos previstos para el último trimestre del 2004 al primer trimestre, sin cuotas, de 2005 y han concentrado una parte de las importaciones previstas para el segundo semestre del 2005 también en el primer trimestre de 2005 por temor a las previsibles cláusulas de salvaguarda por parte de la UE y EEUU, concentrándose en ese trimestre un volumen excepcional⁷ de pedidos (OIT, 2005:27). Una vez pasado el efecto inicial, los aumentos posteriores son mucho menos importantes.

⁷ Así, según datos de la Comisión Europea en su nota de prensa del 24 de abril, en el primer trimestre de 2005, los aumentos acumulados para algunos productos de confección procedentes de China respecto al mismo periodo de 2004 han sido muy importantes, destacando el aumento del 164% de las camisetas, el 415% de los pantalones o el 534% de los jersey.

GRÁFICO 1: EVOLUCIÓN DE LAS IMPORTACIONES DE TEXTIL Y CONFECCIÓN DE LA UE-25 ANTES Y DESPUÉS DE LA ELIMINACIÓN DEFINITIVA DE LAS CUOTAS DEL ATV EL 1 DE ENERO DE 2005 (EN MILLONES DE €)



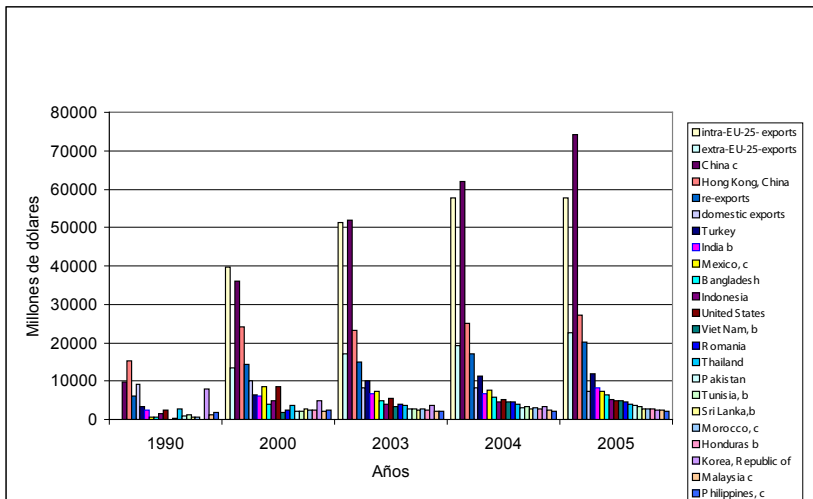
Fuente: Eurostat, Comisión Europea.

Por otra parte, no hay que olvidar que la industria del textil y de la confección europea es muy importante a nivel internacional y ha experimentado un importante proceso de modernización y especialización en los segmentos de mayor valor añadido, acompañado de importantes aumentos en la productividad. Este hecho le permite afrontar con optimismo esta liberalización del sector, máxime ante la expectativa de la apertura de un inmenso mercado como el chino (se espera que 250 millones de chinos demanden productos textiles de lujo en los próximos años) y sin olvidar las oportunidades de apertura de nuevos mercados tras la finalización de las negociaciones comerciales de Doha. Así, las exportaciones de productos de confección de la UE-25 han aumentado en un 4,51% durante el primer año de la desaparición del sistema de cuotas, manteniendo su privilegiado primer lugar en el panorama internacional con un peso en las exportaciones mundiales próximo al 30% (21% de exportaciones intracomunitarias y 8% de extracomunitarias, ver Gráfico 2).

Desde el punto de vista de los países PANEUROMED periféricos a la UE-15, éstos durante la vigencia del ATV se han beneficiado indirectamente en su acceso al mercado europeo, a través de interrelaciones productivas basadas en acuerdos preferenciales. Así, la producción de los países de Europa Central y Oriental y de aquellos países del Mediterráneo con acuerdos preferenciales con la UE entra en el mercado europeo protegida de la competencia establecida por países como China o India. Aunque en el nuevo contexto de liberalización desaparece este recurso, parece que el progreso experimentado en la cadena de valor del textil y de la confección por algunos países de la Europa del Este y Turquía coloca a estos países en una situación competitiva. Además, la proximidad geográfica se revela fundamental para una parte del sector más dependiente de la moda, y que exige una entrega a tiempo. Por ello, como se ha señalado, estos países siguen copando las primeras posiciones entre los países exportadores a la Unión Europea-15, logrando mantener con ligeros descensos las posiciones de mercado anteriores a la desaparición de las cuotas. Es este segmento donde claramente estos países periféricos próximos de

nueva adhesión cuentan con una clara ventaja competitiva. Por otra parte, los países del área mediterránea pueden tener más dificultades ante la irrupción de China, al estar especializados en productos de confección más básicos. Sin embargo, un punto a su favor sigue siendo la ventaja de la cercanía para la rápida reposición del producto y el mantenimiento de menores inventarios.

GRÁFICO 2: EVOLUCIÓN DE LOS PRINCIPALES PAÍSES EXPORTADORES MUNDIALES DE PRODUCTOS DE CONFECCIÓN, 1990-2005



Fuente: Elaboración propia con los datos de al OMC

Nota: a) ó el año más próximo; b) incluye estimaciones de la Secretaría de la OMC; c) incluye un volumen importante de exportaciones de zonas francas y procesadoras de exportaciones.

6. CONSIDERACIONES FINALES

La competencia entre los distribuidores, verdaderos dominadores de los sectores textil y confección, y la aparición de nuevos países productores han exacerbado la competencia y la globalización en estos sectores. Los países del Sur más exitosos han sido los de Asia del Este, los cuales han aplicado políticas industriales activas para pasar del mero ensamblaje a la producción de paquete completo y el desarrollo de marcas propias. Otros países del Sur, como los de la cuenca de Caribe, por ejemplo, se encuentran estancados en las actividades de menor valor añadido.

El mercado europeo para el sector ha vivido una década de liberalización que no sólo se debe a la progresiva reducción de cuotas contemplada en el Acuerdo sobre el Textil y Vestido, sino también a la eliminación de barreras al comercio con otros países de su entorno. Como resultado de este proceso, se ha constituido un área de integración regional, PANEUROMED. En gene-



ral, podemos decir que las empresas del sector textil y de la confección con sede en los países de la UE-15, han utilizado a los países de bajos salarios de este entorno para deslocalizar las funciones más intensivas en mano de obra, tanto a través del tráfico de perfeccionamiento pasivo (TPP) como por medio de inversiones extranjeras directas. No obstante, la desaparición del TPP ha facilitado la escalada en la cadena de valor en los países periféricos de Europa del Este y Central.

En este contexto, los cambios producidos en el marco regulador van a suponer un avance de China, que alcanza ya el 30% de las importaciones europeas, pero no un avasallamiento de los países que componen el PANEUROMED. No hay que olvidar que la UE tiene un dominio importante de los productos del textil y confección de alto valor añadido o de moda, donde son importantes la tecnología, la mano de obra cualificada, el diseño, la distancia, y la distribución y las marcas. En dichos productos las perspectivas de mejora son muy altas por el crecimiento de la demanda china y por el previsible mejor acceso a los mercados fruto de las actuales negociaciones de Doha.

No obstante, el esfuerzo de actualización debe de ser permanente para la UE, con la colaboración de las políticas tecnológicas. También sería conveniente facilitar aún más el aprendizaje y la escalada de valor en estos países del entorno de la UE. De esta manera se podría, por una parte, garantizar una especialización en las actividades de mayor rango (marcas, marketing y distribución) y, por otra parte, establecer una red de suministradores más adecuada a las exigencias impuestas por las condiciones del mercado internacional. Nos estamos refiriendo, sobre todo, a que a estos países de la periferia se les facilite la entrada en el suministro de "paquete completo" o etapa OEM, que presupone unas mayores cualificaciones en materia tecnológica, independencia y establecimiento de redes propias de subcontratación para el proveedor. Además, la aplicación de las normas de origen para los intercambios con sus socios comerciales más próximos garantizaría que una parte de los insumos utilizados en la producción sean de procedencia comunitaria, con lo que se asegura la salida de este tipo de productos, sobre todo textiles, para la producción de prendas de confección.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abernathy, F.H.; Volpe, A.; Weil, D. (2006): "The Future of the Apparel and Textile Industries: Prospects and Choices for Public and Private Actors", *Environment and Planning A*, 2006, 38 (12), 2207-2232.
- Abernathy, F. H.; Dunlop, J. T.; Hammond, J. H.; Weil, D. (2004): "Globalization in the Apparel and Textile Industries. What is New and What Is Not?", Kenney M. y Florida R. (ed.): *Locating Global Advantage. Industry Dynamics in the International Economy*, Stanford University Press, Stanford, California
- Adler, U. (2004): "Structural Change. The Dominant Feature in the Economic Development of the German Textile and Clothing Industries", *Journal of Fashion Marketing and Management*, 8 (3), 300-319.

- Aragon, C.; Aranguren, M. J. e Iturrioz, C. (2002): *El sector textil: análisis para una estrategia*, Universidad de Deusto, San Sebastián.
- Areskurrinaga, E.; Barrutia, X. y Martínez, E. (2006): "El impacto del nuevo marco regulador del comercio internacional en las ZFI de los países del sur: el caso textil y de la confección", *Análisis Económico*, 47 (XXI).
- Au, K. F. y Yu, H. W. (2002): "Developing Synergistic and Complementary Effects in Textiles and Clothing (T&C) Supply for Greater China", *Journal of Fashion Marketing and Management*, 6 (2), 177-194.
- Begg, B.; Pickles, J. y Smith, A. (2003): "Cutting It: European Integration, Trade Regimes, and the Reconfiguration of East-Central European Apparel Production", *Environment and Planning A*, 35, 2191-2207.
- Belussi, F. (1997): "Dwarfs and Giants Maintaining Competitive Edge: The Italian Textile Clothing Industry in the 1990s", en Taplin, I.M. y Winterton, J. (ed.): *Rethinking Global Production: A Comparative Analysis of Restructuring in the Clothing Industry*, Ashgate, Aldershot.
- Bhachu, P. (2004): "It's Hip to Be Asian. The Local and Global Networks of Asian Fashion Entrepreneurs in London", en Jackson P., Crang, P. y Dwyer, C. (ed.): *Transnational Spaces*, Routledge, Londres y Nueva York.
- Buelens, C. (2005): "Trade Adjustments Following the Removal of Textile and Clothing Quotas", CEPS Working Paper 222, mayo 2005.
- CEPAL (2004): *La inversión extranjera en América Latina y el Caribe 2003*, Naciones Unidas, CEPAL.
- CEPS y WIIW (2005): "The Textiles and Clothing Industry in an Enlarged Community and the Outlook in the Candidate States. Final Report". Disponible en: http://europa.eu.int/comm/enterprise/textile/documents/tc_study_jan_2005_summary.pdf
- Cerviño, Julio (1998): "Las empresas de distribución de productos de confección. Un caso de proyección internacional", *Distribución y Consumo*, 50.
- Comisión Europea (2003): "El futuro del sector textil y de la confección en la Unión Europea ampliada". Documento COM, 649-final, Bruselas.
- Comisión Europea (2003): "Economic and Competitiveness Analysis of the European Textile and Clothing Sector". Documento SEC, 1345, Bruselas.
- Chan, A. y Ross, R. J. (2003): "Racing to the Bottom: International Trade without a Social Clause", *Third World Quarterly*, 24 (6), 1011-1028.
- Dicken, P. (2003): *Global Shift: Reshaping the Global Economic Map in the 21st Century*, (4^a. Ed.), The Guilford Press, Nueva York y Londres.
- Ernst, C, Hernández, A. y Zult, D. (2005): "The End of the Multifibre Agreement and Its Implications for Trade and Employment", Employment Strategy Papers 2005/16. Employment Strategy Department. ILO. Ginebra.
- EUROSTAT (2003): "Textile Industry in the Euro-Mediterranean Region", Serie Statistics in Focus, External Trade, Theme 6, 3/2003.

- Flores, G. y Luengo, F. (2002): "La desigual integración del Este en la Unión Europea", *Economía Industrial*, 345, 29-46.
- Francois, J. S., Mc Donald, B. y Nordström, H. (1997) "The Uruguay Round: A Global General Equilibrium Assessment", en Robertsen D. (ed.): *East Asian Trade after the Uruguay Round*, Cambridge University Press, Cambridge.
- Ge, W. (1999): "Special Economic Zones and the Opening of the Chinese Economy: Some Lessons for Economic Liberalization", *World Development* 27 (7), 1267-1285.
- Gereffi, G. (1999): "International Trade and Industrial Upgrading in The Apparel Commodity Chain", *Journal of International Economics*, 48, 37-70.
- Gereffi, G.; Humphrey, J. y Sturgeon, T. (2005): "The Governance of Global Value Chains", *Review of International Political Economy* 12 (1), 78-104.
- Guercini, S. (2004): "International Competitive Change and Strategic Behaviour of Italian Textile-Apparel Firms", *Journal of Fashion Marketing and Management*, 8 (3), 320-339.
- Hanzl-Weib, D. (2004): "Enlargement and the Textiles, Clothing and Footwear Industry", *The World Economy*, 27 (6), 923-945.
- Humphrey, J. y Schmitz, H. (2002): "How Does Insertion in Global Value Chains Affect Upgrading in Industrial Clusters?", *Regional Studies*, 36 (9), 1017-1027.
- IFM, Institut Français de la Mode *et al.* (2004): Study on the Implications of the 2005 Trade Liberalisation in the Textile and Clothing Sector. Tender ENTR/02/04, París.
- Keenan, M., Saritas, O. y Kroener, I. (2004): "A Dying Industry-or Not? The Future of the European Textiles and Clothing Industry", *Foresight*, 6 (5), 313-322.
- Lall, S. (1996): *Learning from the Asian Tigers: Studies in Technology and Industrial Policy*, Macmillan Press Ltd y St. Martin's Press Inc, Londres y Nueva York.
- Lissoni, F. y Pagani, M. (2003): "How Many Networks in a Local Cluster? Textile Machine Production and Innovation in Brescia", en Fornahl, D. y Brenner, T. (ed.): *Cooperation, Networks and Institutions in Regional Innovation Systems*, Edward Elgar, Cheltenham, UK y Northampton, MA, USA.
- Luengo, F. (1999): La economía de los países del Este: autarquía, desintegración e inserción en el mercado mundial, Síntesis, Madrid.
- Maluquer, S. (2003): "La industria textil-confección europea en el umbral del siglo XXI", *Boletín Económico de ICE*, 2768.
- Martínez, E. y Zabalo, P. (2006): "El incierto futuro del empleo femenino en la maquila centroamericana y dominicana", *Revista Lan Harremanak*, 13 (prox. publicación).

- Mayer, J. (2004): "Not Totally Naked: Textiles and Clothing Trade an a Quota Free Environment, *UNCTAD Discussion Papers*, 176.
- Neidik, B. (2004): "Organizational Foundations of Export Performance. The Case of the Turkish Apparel Industry", *Journal of Fashion Marketing and Management*, 8 (3), 279-299.
- Nordas, H. K. (2005): "Labour Implications of the Textiles and Clothing Quota Phase-Out", *Working Paper* n° 224. OIT, Ginebra.
- Nordas, H.K. (2004): "The Textile and Clothing Industry Post the Agreement on Textiles and Clothing", *discussion paper*, 5, OMC, Ginebra.
- OCDE (2004): *A New World Map in Textiles and Clothing: Adjusting to Change*, OCDE, París.
- OIT (2005): *Promoción de una globalización justa en el sector de los textiles y el vestido tras la expiración del Acuerdo Multifibras*, OIT, Ginebra.
- Pickles, J.; Smith, A.; Bucek, M.; Roukova, P. y Begg, R. (2006): "Upgrading, Changing Competitive Pressures, and Diverse Practices in the East and Central European Apparel Industry", *Environment and Planning A*, 38, 2305-2324.
- PNUD (2005): *Informe sobre el Desarrollo Humano 2005. La cooperación internacional ante una encrucijada: ayuda al desarrollo, comercio y seguridad en un mundo desigual*, PNUD-Mundi prensa, Nueva York.
- Porter, Michael E. (1990): *The Competitive Advantage of Nations*, Macmillan, Londres.
- Schrank, Andrew (2004): "Ready-to-wear Development? Foreign investment, Technology Transfer, and Learning by Watching in the Apparel Trade", *Social forces*, 83 (1), 123-156.
- Singleton, John (1997): *The World Textile Industry*, Routledge, Londres y Nueva York.
- Spinanger, D. (1995): "La repercusión de los cambios estructurales y tecnológicos en el empleo y los ingresos en la industria del vestido", en Van Liemt, G. (dir.): *La reubicación internacional de la industria*, Oficina Internacional del Trabajo, Ginebra.
- Taplin, I. M. y Winterton, J. (ed.) (1997): *Rethinking Global Production. A Comparative Analysis of Restructuring in the Clothing Industry*, Ashgate.
- Taplin, I. M. y Winterton, J. (2004): "The European Clothing Industry. Meeting the Competitive Challenge", *Journal of Fashion Marketing and Management*, 8 (3), 256-261
- Tokatli, N. y Kizilgün, Ö. (2004): "Upgrading in the Global Clothing Industry: Mavi Jeans and the Transformation of a Turkish Firm from Full-Package to Brand-Name Manufacturing and Retailing", *Economic Geography*, 80 (3), 221-240.

UNCTAD (2005): *TNCs and the Removal of Textiles and Clothing Quotas*, ONU, Nueva York y Ginebra.

UNIDO (2003): *The Global Apparel Value Chain: What Prospects for Upgrading by Developing Countries*, UNIDO, Viena.

Yoruk, D.E. (2001): Patterns of Industrial Upgrading in the Clothing Industry in Poland and Rumania, *Centre for the Study of Economic and Social Change in Europe*, Working Paper, 19.