



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA
COMUNICACIÓN

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO DE FIN DE GRADO

**El reto del sector textil ante la pandemia de la COVID-19 en
España**

Presentado por Carlos Augusto Montenegro Rodríguez

Tutelado por Noelia Somarriba Arechavala

Segovia, 19 de Junio de 2021

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	2
CAPÍTULO 1	
Historia de la industria textil en España	
1.1. Pre-industrialización (Previo al Siglo XVIII)	5
1.2. La industrialización (Posterior al Siglo XVIII):	6
1.2.1. Crecimiento del sector:	7
1.3. La industria textil en el Siglo XX	7
1.3.1. Previo a la Guerra Civil (hasta 1936)	8
1.3.2. Guerra Civil Española (1936-1939).....	8
1.4. Posterior a la Guerra Civil Española (posterior a 1940)	9
CAPÍTULO 2	
Evolución del sector textil	
2.1. Evolución del número de empresas	13
2.2. Empleo dentro del sector	14
2.2.1. Número de empresas según número de empleados	14
2.2.2. Evolución del empleo en los años 2008-2020	15
2.3. El saldo de la balanza comercial	17
2.3.1. Industria textil	18
2.3.2. Confección	19
2.3.3. Cuero y calzado.....	20
2.4. Principales agentes comerciales	20
2.4.1. Principales países compradores	21
2.4.2. Principales países proveedores	22
2.5. Precios del sector	24
2.5.1. Índice de precios al consumo del sector textil (IPC)	24
2.5.2. Índice de precios de la industria (IPRI)	26
CAPÍTULO 3	
Análisis empírico del comportamiento del consumidor	
3.1. Análisis descriptivos de las principales variables o indicadores	32
3.1.1. Frecuencia de comprar previa a la pandemia.....	32
3.1.2. Frecuencia de compra en tiendas	33
3.1.3. Compras durante el período de cuarentena (COVID-19)	34
3.1.4. Cambio de hábito del consumidor (posterior a la COVID-19).....	34
3.2. Análisis Multivariante. Compra online versus compra en tiendas físicas	36
4. CONCLUSIONES	42
5. REFERENCIAS BIBLIOGRAFÍA.	44
ANEXO	47

INTRODUCCIÓN

El textil es uno de los sectores claves de la economía española, con un peso del 2,8% en el PIB nacional y una contribución al empleo de un 4,1% del total español. En la actualidad, cuenta con aproximadamente veinte mil empresas en el sector industrial y más de sesenta mil tiendas o comercios, en los que, trabajan aproximadamente ciento treinta mil y doscientas mil personas respectivamente, siendo su volumen de negocio a cierre del año 2020 de más de cinco mil millones de euros (Ernst & Young, 2020) .

Es importante destacar que el sector textil español es un referente fuera de sus fronteras, atrayendo a personas de varios puntos del planeta a realizar compras en este mercado, siendo un sector con una alta internacionalización y suponiendo sus exportaciones un 8,7% del total español. Sin embargo, la pandemia ocasionada por la Covid-19 lo ha resentido económicamente, siendo uno de los sectores más dañados. En gran parte, se ha visto perjudicado por el cambio de la cesta de la compra de los consumidores españoles, lo que ha provocado que se reduzcan las ventas hasta un 20%, siendo el tercer sector más afectado por detrás de la restauración y el ocio (El Confidencial, 2020).

En este contexto, nos parece de interés analizar el impacto de la Covid-19 sobre el sector. Para ello, en primer lugar, se analizará la evolución y estructura del sector en los capítulos 1 y 2 del presente trabajo. En segundo lugar, con el fin de estudiar el cambio en los hábitos de consumo en este sector, se realizará una encuesta online, con el objetivo de obtener datos que se explotarán desde un punto de vista descriptivo y multivariante (Capítulo 3).

Los objetivos de este trabajo son:

1. Revisar la evolución histórica del sector textil con el fin de comprender como esta puede condicionar su estructura actual.
2. Analizar su evolución reciente estudiando el impacto que la crisis del 2008 tuvo en el sector.
3. Comprender la estructura del sector desde el punto de vista de la oferta y la demanda.
4. Estudiar el impacto de la Covid-19 en los hábitos de consumo de los clientes.
5. Constatar si es verdad la sospecha de que la compra online y la realizada en tiendas físicas tiene patrones diferenciados, tras el impacto de la pandemia.

Para comprender la situación actual del sector textil se hará una breve revisión de su evolución histórica en el caso de España en el **capítulo 1**, lo que asociamos **con el objetivo 1**.

Tras la revisión histórica, en el capítulo 2, se realizará un análisis de la evolución más reciente, prestando especial atención al impacto de la crisis del 2008 en el sector, lo que entronca con **el objetivo 2**.

Además, en el **capítulo 2** se analiza su estructura por medio del análisis de algunos de sus indicadores económicos más importantes, como son por ejemplo el empleo, la balanza comercial y los índices de precios, diferenciados por el lado de la oferta y la demanda, este capítulo enlaza con el **objetivo 3**.

A continuación, analizaremos el impacto de la pandemia ocasionada por la Covid-19 en nuestros hábitos de consumo, por medio de una breve encuesta, tal y como hemos comentado previamente, en el **capítulo 3**. Este capítulo se relaciona con los objetivos 4 y 5 del presente Trabajo Fin de Grado. En concreto, en una primera parte realizaremos un

análisis descriptivo de los datos y en segundo lugar emplearemos técnicas de análisis multivariante, para contrastar la presencia de hábitos de consumo diferenciados entre la compra online y la compra en tiendas físicas.

El trabajo concluye con las principales conclusiones derivadas de su elaboración, la bibliografía empleada y un Anexo con algunos de los resultados de la encuesta, a los que no se ha aludido de forma detallada en la elaboración de éste.

CAPÍTULO 1

Historia de la industria textil en España

1. Historia de la industria textil en España

A continuación, se pretende ofrecer un breve repaso a la evolución histórica del sector textil, la cual en cierta manera va a condicionar su estructura, hasta llegar, a cómo conocemos hoy en día el sector.

En primer lugar, se hablará de la sociedad antes de la Revolución Industrial (mediados del Siglo XVIII), para de esta forma conocer como actuaba el sector en esta época, cómo era su forma de producción o cómo se comercializaban los productos. Posteriormente se abordará la época de La Revolución Industrial, atendiendo a las novedades e innovaciones que se introdujeron en el sector. Seguidamente se comentarán las consecuencias que trajo consigo la Industrialización, el cual se entiende como un momento clave en la historia, ya que se empieza a construir un sector sólido caracterizado por grandes cambios. Por último, se hablará de como influyó la Guerra Civil (1936-1939) en el sector textil español, siendo una etapa importante en su historia debido a las grandes consecuencias que trajo consigo.

1.1. Pre-industrialización (Previo al Siglo XVIII)

Desde tiempos pasados, todas las sociedades han sabido llevar a cabo el ‘arte textil’, en concreto, el arte de hilar, proceso por el cual, se convierten fibras animales o vegetales en hilo, destinado a coser pieles u otros materiales.

Para analizar la evolución de este sector hasta llegar a la revolución industrial, nos basaremos en Torras (2019), autor, que en su libro titulado “**La industria antes de la fábrica**” hace referencia a cómo van surgiendo los diferentes estratos de la industria lanera y textil, que marcaron la evolución del sector. Estos estratos, Torras (2019, pág 267) los define como “*formas muy diversas de organización de trabajo superpuestas, entre las cuales no existía determinación recíproca*”. Según este mismo autor, con la “*mutación*” del tercer estrato, se produce la dinámica necesaria para que se den las condiciones que llevarían a la aparición de la industria.

En España, los primeros trabajos textiles se empiezan a dar en entornos muy rurales, en los que los fabricantes eran artesanos que obtenían su materia prima directamente de los cultivos que poseían en propiedad. Estos artesanos, principalmente, fabricaban productos para su consumo propio y con el paso de los años, comenzaron a diversificar sus tareas a la hora de elaborar las distintas prendas. Tareas como la explotación de la tierra, para la recolección de la materia prima (hilos, lana, y demás materiales de origen vegetal o animal), el hilado, el tejido, e incluso el teñido de las telas. Esto ocasionaría una especialización del ámbito aldeano, momento en el que se va a asentar **el primer estrato** que llevará a la sociedad camino de la revolución industrial. Este incremento de la capacidad productiva campesina no se produjo de forma homogénea en todo el territorio, ya que solo se concentró en algunas explotaciones o en algunas comarcas, las cuales tendrían un papel decisivo en la economía.

Fruto de las transformaciones de la oferta y la demanda empieza a aparecer el **segundo estrato de la industria lanera y textil**. La demanda de los productos textiles empezaba a incrementarse y la figura del artesano o tejedor rural se transformó y especializó en la fabricación exclusiva de prendas de vestido. Es entonces, cuando para facilitar el trabajo a los tejedores, se introduce el telar horizontal con pedales. De esta forma, una buena

parte del trabajo se traslada fuera de las explotaciones bajo la dirección de los profesionales.

En esta etapa, empiezan a comercializarse los productos de forma más fácil, además de mejorarse algunas tareas de producción como el tinte y todo lo relacionado con el acabado de las prendas, ya que la demanda era cada vez más exigente en cuanto a calidad.

Todos estos cambios en la producción del textil ocasionaron que surgieran empresas especializadas en funciones comerciales y de dirección, al igual que de coordinación del ciclo productivo, debido a la complejidad que este tenía. Es en este momento cuando podemos hablar del **tercer** y último **estrato**, que es el más cercano a la revolución industrial.

Debido a la alta demanda y a un entorpecimiento de la gestión empresarial, se tiende a llevar de nuevo la producción hacia las áreas rurales. Ello produjo una reestructuración de las actividades industriales, con la que se empiezan a deslocalizar las principales hiladoras y a crear pequeñas zonas industriales en el ámbito rural, dirigidas desde las ciudades principales. Este hecho estuvo acompañado de grandes avances en el transporte, en las formas de intercambios o en los negocios, lo que junto a un mayor control contable de lo que se producía, permitió comercializar a mayor escala los productos que eran fabricados por artesanos en estas zonas.

En este contexto se llega a una etapa decisiva en el camino hacia el capitalismo industrial, que cada vez era más visible y generó las bases de una industrialización, que en España no fue tan exitosa como en el resto de Europa.

A continuación, se tratará más en profundidad esta etapa de la revolución industrial y lo que supuso para el sector textil de la época.

1.2. La industrialización (Posterior al Siglo XVIII):

Cuando hablamos de industrialización en España, tenemos que hablar de una evolución muy diferente a la de los países del centro de Europa, al igual, que pasó con países vecinos como Italia o Portugal.

Son varias las causas que provocaron el retraso de la industrialización en España.

- En primer lugar, se deben mencionar las causas físicas y geográficas, ya que la situación geográfica de España, alejada de los países que estaban a la cabeza de la industrialización en ese momento en Europa, dificultó las transacciones económicas.
- En segundo lugar, una de las razones con mayor importancia, fue el predominio del sector agrario en la actividad económica, lo que provocó que la industria dependiera en mayor medida de la demanda agraria, la cual estaba marcada por un bajo poder adquisitivo.
- Por último, a esta situación hay que sumarle la pérdida de la gran mayoría de las colonias americanas en La Guerra de Independencia (1815-1825), que provocó que España perdiera mercados externos e internos en cuanto a manufacturas en estos años.

1.2.1. Crecimiento del sector:

En la industria textil, española en ese momento, destacaba una región en particular, Cataluña, donde a mediados del siglo XVIII existían ya un gran número de fábricas de indianas o tejidos de algodón, orientadas sobre todo al mercado español y colonial. Aunque con la pérdida de las colonias americanas, se preveía un descenso de la producción, como se comentó previamente, ocurrió todo lo contrario, la producción textil empezó a crecer entre los años 1830 y 1860. Todo ello gracias al incremento de la mecanización, que trajo consigo una repatriación de capital (sobre todo de maquinaria) que se produjo después de la pérdida de estas colonias.

En un primer momento, esta mecanización afectó sobre todo al hilado y poco más tarde, al tejido. Este proceso impulsó la creación y la concentración empresarial por parte de sociedades colectivas o anónimas que para poner en funcionamiento este tipo de máquinas que necesitaban de energía hidráulica. De esta manera, las fábricas necesitaban estar próximas a los puertos, lo que hizo, que en estos lugares se concentrara gran parte de la industria algodonera y textil, por esta razón Cataluña fue un sitio estratégico para la industria del sector.

Tanto es así, que la industria textil, se consideró la primera actividad industrial a lo largo del Siglo XIX, concentrando una gran cantidad de mano obra, tal y como lo recogen los datos de la Estadística de Orellana (1860) que fue presentada a la Reina Isabel II en su visita a Cataluña. En dicha estadística solo en Cataluña, el número de fábricas ascendía a 3.600, el número de operarios era de 125.000 personas, el número de telares sumaban 37.600 máquinas, el número de husos para hilar fibras textiles ascendía a 1.075.414 y por último el capital invertido llegaba a los 1000 millones de reales en dicho año. En su trabajo Orellana mostraba y exponía todos los datos recogidos en cuanto a la industria de Cataluña y hacía un análisis detallado de la industria textil, diferenciando perfectamente por sectores (el sector algodonero, el hilado y tejidos de hilo, sector o industria lanera, el sector de la seda y el sector de tejidos de punto y malla).

El crecimiento de la producción textil desde 1860 hasta 1880 principalmente se basó en la reducción de costes, dadas las grandes inversiones de capital que se necesitaba para poner en funcionamiento la maquinaria y las empresas (Alhogbi, 2017).

Según el análisis que hace Garrido (1867) de la industria en España de aquella época, las cuatro provincias catalanas suponían casi el 80% del capital total de la industria textil en España, al igual, que mas del 80% del valor producido.

1.3. La industria textil en el Siglo XX

Finalizado el Siglo XIX, se seguía notando a pesar de los datos de la industria catalana, un gran atraso en la tecnología de la industria textil española. Situación que no mejoró a principios del siglo XX ya que produjo un aumentó de la brecha tecnológica entre los países más desarrollados de Europa y España. Este atraso fue debido en gran medida, al nivel de intervencionismo por parte del régimen franquista en la economía.

A continuación, se revisará la época previa a la Guerra Civil, y la situación durante y posterior a la misma.

1.3.1. Previo a la Guerra Civil (hasta 1936)

En esta época predominaban las pequeñas y medianas empresas, con capitales limitados con el que se realizaban inversiones para renovar las maquinarias, al igual, que con economías de escala relativamente bajas.

Los altos costes de las importaciones de maquinaria, materias primas y de recursos energéticos derivaron en que los niveles de productividad fuesen bajos. Estas empresas eran poco competitivas frente a los demás competidores y tenían problemas para acceder a la financiación de las ventas a plazos, como hacían sus principales rivales. Por ello, solo se dedicaron al mercado interior con niveles de demanda mucho menores respecto a los que tenían los países a la cabeza en la industria. A todas estas dificultades, había que añadir los fuertes aranceles aduaneros de la época.

La renovación de la maquinaria tuvo un estancamiento en esta etapa, pero es después de la Primera Guerra Mundial (1914-1918), cuando se realizó un importante cambio de toda la maquinaria que llevaba varios años funcionando, gracias al aumento de las exportaciones durante los años de la guerra.

Debido a la crisis internacional de 1929, los estándares tecnológicos internacionales se mantuvieron constantes, por lo que España, no estaba muy por detrás de los países más desarrollados en estos años. Por ello, el sector de los tejidos de punto destacó por su expansión y mejora del equipo productivo en esta década, gracias al elevado nivel de importaciones de maquinaria alemana, el cual, era centro mundial en tecnología de malla.

Por otro lado, se empezaron a introducir en el proceso, nuevos inputs productivos, como las fibras artificiales, que permitían aumentar el rendimiento tecnológico, al igual que mejorar y desarrollar nuevos productos que previamente con los materiales trabajados no se podían fabricar. Estamos, por tanto, ante una nueva oportunidad de negocio y es entonces cuando empiezan a aparecer nuevas empresas dedicadas específicamente a la fabricación de fibras artificiales con una tecnología superior (Deu & Llonch, 2013).

1.3.2. Guerra Civil Española (1936-1939)

Durante la Guerra Civil, las empresas textiles que estaban en la zona del bando sublevado, se pudieron liberar de la competencia de las fábricas catalanas y valencianas, que se encontraban en la zona del bando republicano lo que supuso una gran ventaja para el sector textil castellano leones. Por otro lado, se producía una gran cantidad de productos para el ejército de Franco en las fábricas catalanas (capotes para los soldados, jerséis, boinas, calcetines, etc.), lo que hizo que la producción aumentara gracias a la Guerra en todas las zonas donde se encontraban las grandes fábricas (García, 2005, págs. 622-624). En ciertas fábricas como la de Prado Luengo (Burgos) se vieron sometidos a mucha presión y a realizar largos turnos de trabajo, lo que dio lugar a que aumentara la producción y a que parte del trabajo manual, se encomendara a las familias de pueblos de diferentes regiones.

Para hacer frente a este aumento de la demanda por parte del ejército franquista, se puso en marcha un gran número de telares y husos, que estaban en desuso previo a la guerra, así que se tuvieron que reparar y darles mantenimiento. Sin embargo, una vez finalizado el conflicto, la renovación y el mantenimiento de estas máquinas fue insuficiente, retrasando y obstaculizando la producción al término de la Guerra. A este problema le acompañaron otras circunstancias como, una gran escasez de materiales, de maquinaria

y cortes en el suministro eléctrico que obligaban a parar la producción, provocando así, una subida de precios de los productos y la proliferación del mercado negro (Martín, 2013, págs. 108-119).

1.4. Posterior a la Guerra Civil Española (A partir de 1940)

La etapa posterior a la Guerra Civil, tuvo como característica principal la prudencia económica, esperando a que se solidifique la situación política, siendo un problema importante, sobre todo, para la industria catalana, las restricciones energéticas. Por otro lado, en Castilla y León vuelve a aparecer una crisis en la segunda mitad de los años cuarenta, debido a la antigüedad de la maquinaria comentada previamente, la baja productividad, los elevados costes de producción y los mecanismos poco exitosos de comercialización.

La política de liberalización impuesta por el gobierno en 1950, agravó la situación, ya que se establecía, libertad de precios y comercio. El sector menos afectado fue el regional de fibras artificiales, gracias a que gran parte de su maquinaria se había instalado desde principios de los años 40, por lo que era relativamente nueva, teniendo unas condiciones menos desfavorables a las demás actividades.

En estos años, el sector contaba con una capacidad para exportar casi inexistente, ya que no poseían excedentes de producción, todo ello ligado a los bajos salarios que existían en la industria, situaban en este momento a España muy por detrás de los demás países europeos.

Los años sesenta estuvieron marcados por el deterioro del sector textil. La producción de hilados y tejidos descendió con una tendencia a la baja que se prolongo en el tiempo y las condiciones de trabajo empeoraron. La clase obrera se situaba en una situación muy desfavorable, debido al aumento de la jornada laboral y al descenso de los salarios. En este momento surgen iniciativas de concentrar todo el proceso productivo en un solo edificio, lo que lleva en 1964 a la construcción de uno de los primeros pabellones industriales que se construyeron, ideado por los Hermanos Pascual (García, 2005, págs. 774 – 776).

Esta situación de deterioro se agrava cuando se desencadena otra nueva crisis, en concreto, la Crisis del Petróleo en el año 1973. Se produce entonces, una reducción de la demanda interna, la eliminación de puestos de trabajo y como consecuencia el aumento del desempleo. Para ello, se respondió con ayudas públicas y un intento de modernización del sector, lo que trajo consigo un efecto positivo tanto en la productividad como en saldo exportador (positivo) en los primeros años de la década de los ochenta.

No sería hasta la firma del Tratado de Adhesión de España a la Comunidad Económica Europea en 1986, cuando se produce el cambio más significativo en cuanto a la competitividad del sector textil español. En ese momento, se suprimen ciertas medidas arancelarias y proteccionistas que había hasta el momento, lo que ocasionó, que la entrada de productos al país se abaratará al igual que mejorará la calidad. Sin embargo, esto trajo consigo un efecto negativo para el sector, ya que se produjo una caída de la producción interior, al igual que un desequilibrio del comercio exterior.

Posteriormente, durante los años noventa y la primera parte del Siglo XXI se produjo un aumento de la deslocalización del sector, que conllevó las subcontrataciones con empresas de países menos desarrollados económicamente, como lo eran, países africanos

y asiáticos. La producción en estos países, caracterizados por salarios bajos y largas jornadas de trabajo, permitían reducir los costes de producción de los productos que después se comercializaban en países más desarrollados (Capó Vicedo & Masiá Buades, 2004).

Tras realizar el repaso histórico, el cual se plantea en el **objetivo 1**, se puede concluir que en España, todo fue muy por detrás con respecto a los demás países más industrializados de Europa. Sin embargo, ha sentado unas bases muy fuertes para un sector muy importante en la economía española, como se verá en el siguiente capítulo en el que se analizarán sus principales indicadores.

CAPÍTULO 2

Evolución reciente del sector textil

2. Evolución reciente del sector textil

En este capítulo se va a realizar un análisis de la evolución temporal reciente del sector, el cual, tal y como se ha indicado en la introducción, tiene un peso significativo en la economía del país, siendo un 2,8% del PIB total español en 2020 (Ernst & Young, 2020). En este mismo año, su cifra de negocio descendió un 8,4% con respecto al año anterior (2019) (General & Mar, 2021), debido a la crisis económica provocada por la COVID-19, que afectó enormemente al sector. El análisis se realizará para el periodo comprendido entre mediados de 2008 hasta los datos más recientes en el momento de la elaboración de este trabajo, ello nos permitirá ver el comportamiento de este sector ante la crisis económica del 2008.

Para poder realizar el análisis vamos a seguir el criterio de la CNAE (Clasificación Nacional de Actividades Económicas) que divide al sector textil en tres apartados, tal y como puede verse en la siguiente figura:

Figura 2.1 Clasificación de empresas (CNAE)

CNAE 13. Industria Textil:	CNAE 14. Confección de Prendas de vestir:	CNAE 15. Industria del cuero y del calzado:
a) Preparación e hilado de fibras textiles. CNAE 13.1 b) Fabricación de tejidos textiles. CNAE 13.2 c) Acabados de textiles. CNAE 13.3 d) Fabricación de productos textiles. CNAE 13.4	a) Confección de prendas de vestir, excepto de peletería. CNAE 14.1 b) Fabricación de artículos de peletería. CNAE 14.2 c) Confección de prendas de vestir de punto. CNAE 14.3	a) Preparación, curtido y acabado del cuero. CNAE 15.1 b) Fabricación del calzado. CNAE 15.2

Fuente: CNAE. Listado completo de actividades de la CNAE 2009

Con el objetivo de analizar el comportamiento de este sector ante la crisis económica del 2008, se estudiará la evolución de un conjunto de indicadores importantes en relación a la actividad textil como son: el número de empresas, el número de empleados según la magnitud de la empresa, el saldo de la balanza comercial, sus principales demandantes y oferentes a nivel internacional y por último, la evolución de sus precios al consumo (IPC) y sus precios industriales (IPRI). Parte de estos indicadores son comentados en García Valdecasas y Somarriba (2021) y trabajo que se tomando como referencia para la realización de este capítulo.

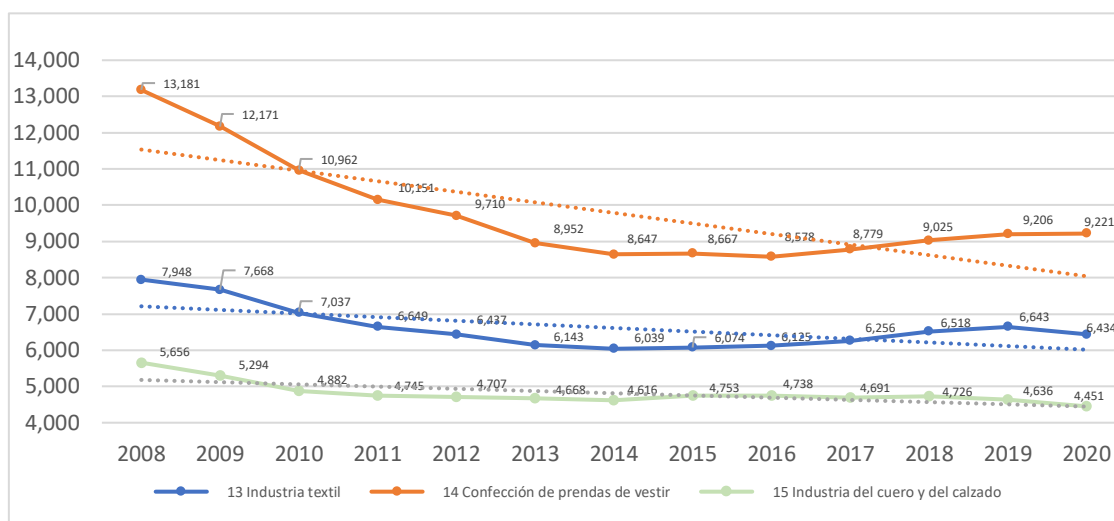
Este análisis se va a realizar con el fin de saber que cambios ha experimentado el sector a lo largo del tiempo y ver como han afectado las crisis económicas recientes a los diferentes indicadores comentados en el párrafo anterior, para posteriormente sacar conclusiones de como se encuentra el sector en la actualidad. No olvidemos que este sector es uno de los más afectados por la pandemia originada por la COVID-19.

Se da comienzo a continuación a la revisión de los principales indicadores

2.1. Evolución del número de empresas

El siguiente gráfico (2.1.1.) recoge el número de empresas según los epígrafes comentados anteriormente (industria textil, confección de prendas de vestir e industrias del cuero y calzado) representando la tendencia de cada una de las actividades a través de las líneas de puntos. Con el mismo se pretende mostrar cómo la crisis han afectado al sector en cuanto al número de empresas que actúan en él y cómo ello ha repercutido en el empleo, tal y como veremos en un apartado posterior.

Gráfico 2.1.1. Evolución del número de empresas



FUENTE: Instituto Nacional de Estadística. DIRCE (2020)

En el gráfico 2.1.1 podemos observar la notable caída en el número de empresas a lo largo de los años analizados. Esta caída la podemos observar en las tres actividades del sector, siendo la confección la que tiene un mayor peso dentro del mismo. En el caso de la industria textil, en 2014, las empresas habían caído en más de un 30%, en la confección de prendas de vestir más de un 20% y en la industria del cuero y calzado aproximadamente un 18%, con respecto a 2013.

Con respecto a la recuperación del sector, no se aprecia un cambio significativo en cuanto a creación de empresas hasta 2019, aun así, no se vuelve a los valores que existían al inicio de la crisis económica, pese a que la economía empezaba a reactivarse en ese momento. A pesar de no haber un crecimiento significativo, desde el fin de la crisis hasta finales de 2019, en este último año, se ve un ligero aumento del número de empresas, sin embargo, en el año 2020 el indicador de nuevo se ve afectado de nuevo por la pandemia ocasionada por la Covid-19, una crisis sin precedentes que tuvo consecuencias a nivel global que afectó a una gran parte de los sectores económicos y en gran medida al sector textil, implicando la desaparición de empresas (sobre todo en confección e industria del cuero).

Las empresas más afectadas, fueron aquellas que no pudieron adaptarse al cambio debido a que no pudieron abrir las puertas de sus establecimientos y se enfrentaron a una baja demanda, lo que analizaremos posteriormente. Además, la destrucción de empresas trajo consigo un gran aumento de la tasa de paro y destruyó puestos de trabajo que no se han vuelto a generar, tal y como pasaremos a analizar en el siguiente epígrafe.

2.2. Empleo dentro del sector

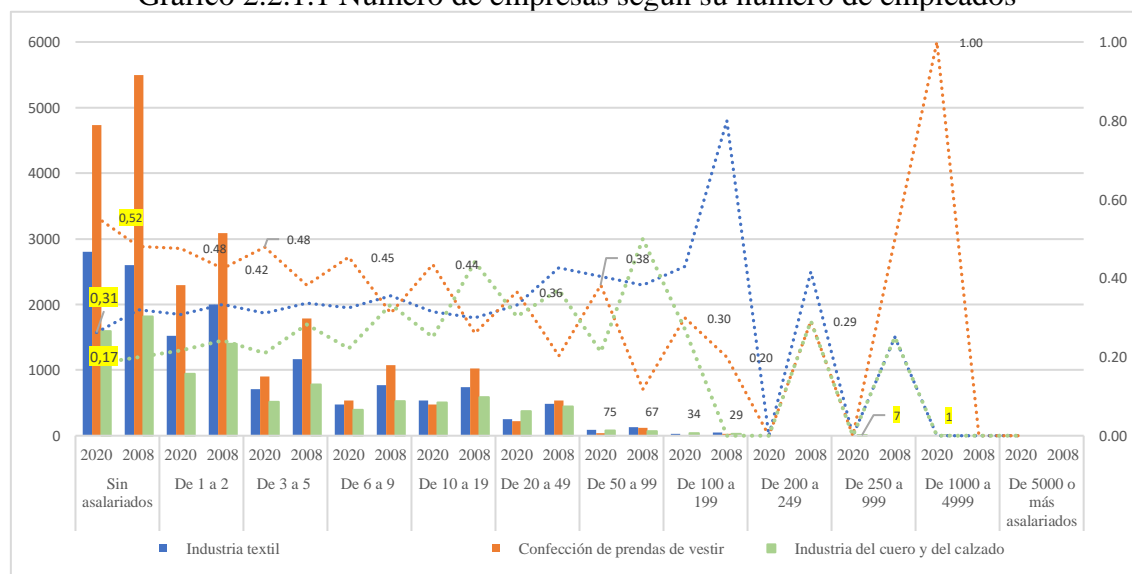
En este apartado se va a realizar un análisis de la evolución del empleo en el sector textil, por lo que se desglosarán la actividad principal del sector en industria textil, confección de prendas de vestir e industria del cuero. En primer lugar se comentará el número de empresas del mercado, según el nº de empleados que tienen y posteriormente, se analizará la evolución del empleo desde 2008 hasta el primer trimestre de 2021, diferenciando entre sexos, debido a que existen grandes diferencias entre hombres y mujeres.

2.2.1. Número de empresas según número de empleados

Una vez comentado el número de empresas que existen en el sector, vamos a analizar el número de empleados que tienen estas empresas, para lo cual, vamos a tomar como referencia los años 2008 y 2020 y de esta forma ver su punto de partida en plena crisis económica (2008) y en que punto se encuentran en el año 2020.

En el gráfico 2.2.1.1 se representa en columnas el número total de empresas de las diferentes actividades principales del sector y representado por línea de puntos, los porcentajes del peso que tienen las empresas con respecto al total, en cada actividad.

Gráfico 2.2.1.1 Número de empresas según su número de empleados



Fuente: Instituto Nacional de Estadística. DIRCE (2020)

Como se puede observar en el gráfico 2.2.1.1, en el sector textil predominan las empresas en las que no hay ningún asalariado, al igual que las **PYMES** (pequeña y mediana

empresas). En cuanto a la composición del sector en el año 2020, un 52% de las empresas son de confección de prendas de vestir, seguido muy por detrás, por la industria textil (31%) y por último, por la industria del cuero y calzado (17%), por lo que siguen el patrón de empresas estudiados en el apartado 3.1., dónde una gran parte de las empresas del sector se dedican a la confección de prendas de vestir.

Se observa claramente como a medida que aumenta el número de empleados, el número de empresas empieza a caer, llegando a tener solo una empresa con más de 1000 empleados, perteneciente a la industria del cuero y calzado en el año 2020, esta empresa es Inditex una de la más importantes a nivel mundial en comercialización de calzado y prendas de vestir terminando 2020 con más de 2.000 empleados de los cuales el 1,84% son trabajadores eventuales como se puede ver en la figura 2.2.1.1 (El Economista.es, n.d.).

Figura 2.2.1.1 Evolución de empleados de Inditex



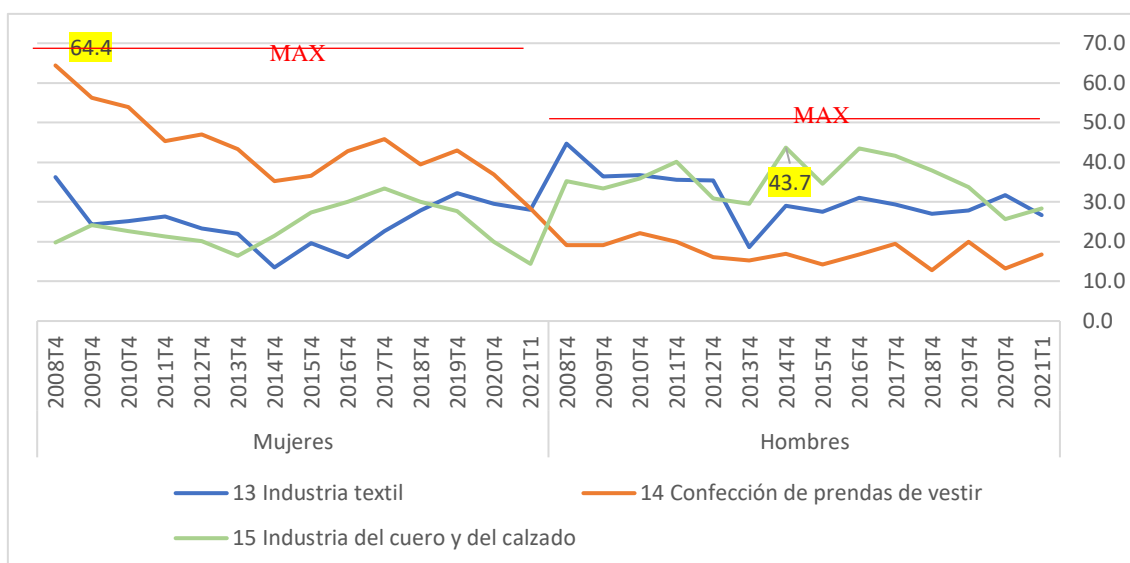
Fuente: Eleconomista.es

Comparando los datos con el año 2008, se puede observar como en todos los grupos representados en el gráfico 2.2.1.1, el número de empresas era mayor que en 2020, lo que podemos relacionarlo con la destrucción de empresas a partir de 2008.

2.2.2. Evolución del empleo en los años 2008-2020

En este contexto de destrucción de empresas, parece de interés ver qué ocurre con las cifras globales de empleo, para ello analizaremos la evolución del número de empleados en el sector textil, dividiéndolo en los tres subsectores previamente considerados. En el gráfico 2.2.2.1, están representados los datos desde el primer trimestre de 2008, diferenciando por sexo, ya que va a ser información relevante en el análisis.

Gráfico 2.2.2.1 Evolución del empleo por sexos



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

Como podemos ver en el gráfico 2.2.2.1 existe una gran diferencia entre en el número de hombres y mujeres en el sector, a la vista de los datos podemos asegurar que es un sector feminizado.

Se observa, como en el primer trimestre de 2008 empieza el gran declive del sector debido a la crisis financiera comentada anteriormente, la cual tuvo grandes secuelas en cuanto a los niveles de empleo hasta aproximadamente 2014, año el que podemos ver cierta tendencia positiva del empleo.

Durante todo el periodo analizado se pierden una gran cantidad de puestos de empleo como podemos ver en la tendencia negativa de las dos curvas, en términos absolutos, es más notoria la pérdida de empleo en las mujeres debido a que son las que ocupan la mayor parte de los puestos de trabajo, sin embargo, tienen una tasa de variación muy similar.

El deterioro en la industria textil ya había comenzado antes de la crisis de 2008, ya que aproximadamente desde el año 2000, se habían destruido puestos de trabajo debido en parte a la entrada de productos del exterior, coincidiendo con el crecimiento de economías como la asiática, aumentando las importaciones desde Asia de un 38% en el año 2000 a un 47% en el 2008.

Por otro lado, tenemos el papel importante que juega la deslocalización de la producción hacia países del entorno euro-mediterráneo, al igual que el libre intercambio internacional. Estos factores dan como resultado una reestructuración de la industria, provocando una reducción de la producción de un 45% aproximadamente entre el año 2000 y el comienzo de la crisis en 2008, según se nos cuenta en un artículo publicado por la revista online *Modaes* en 2018, dedicada a la información económica en el sector textil. Al igual que el empleo, que descendía en casi un 38%, por lo que, observando el gráfico anterior (2.2.2.1) podemos asegurar que este descenso tan pronunciado, recoge una tendencia que venía de años anteriores.

Esta situación da lugar a que muchas empresas se aventuraran a exportar su producción, como una solución para dar salida a sus productos, mientras realizaban una reestructuración de la organización de la empresa (*Modaes.Es*, 2018).

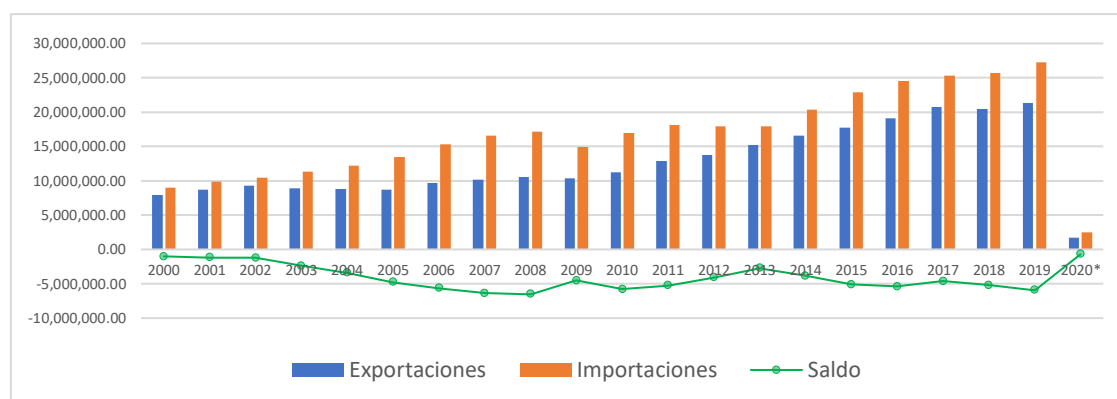
No es hasta el primer trimestre de 2014 cuando ya empieza a notarse un ligero cambio en el empleo, ya que, se frena su caída y empieza a seguir una ligera tendencia positiva con pequeños descensos a lo largo de los trimestres.

La crisis económica provocada por la pandemia actual ha ocasionado que en 2020 se hayan perdido aproximadamente 11.000 empleos, lo que supone un 7,8% del total, rompiendo con la racha de creación de empleo en el sector que se venía dando desde aproximadamente 2014. (ElConfidencial.es, 2009)

2.3. El saldo de la balanza comercial

A continuación, se va a realizar un análisis del saldo de la balanza comercial del sector, con el fin de analizar la situación de los mercados exteriores y estudiar así su saldo se encuentra en situación de déficit o superávit. Para ello, vamos a comentar el gráfico 2.3.1, en el cual aparecen representados el total de exportaciones e importaciones del sector desde el año 2000 hasta el año 2020, así como su saldo restante, el cual, va a ser el objetivo principal de análisis. Posteriormente comentaremos la situación específica de cada subsector (industria textil, confección e industria del calzado y cuero).

Gráfico 2.3.1 Balanza comercial del sector textil (miles de Euros)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE)

Al analizar el gráfico 2.3.1 que refleja las exportaciones, importaciones y el saldo de la balanza comercial del sector, podemos observar claramente que las exportaciones desde los años 2003-2004 se mantienen en constante aumento, siendo a partir del año 2010 cuando el ritmo de crecimiento es mucho mayor. Como se comentó anteriormente, a partir de este año las empresas se ven obligadas a exportar productos como una vía de escape o solución a la crisis, mientras que el sector se enfrentaba a una fuerte reorganización de sus empresas y de su estructura.

Desde el año 2010 hasta el 2017, podemos observar como el número de exportaciones e importaciones sigue una tendencia positiva, hasta llegar a 2018, momento en el cual el número de exportaciones se reduce en un 0,1% aproximadamente. Sin embargo, las importaciones hasta este momento seguían en aumento, lo que va a provocar que el déficit de la balanza comercial aumente y a pesar de que en 2019 vuelve a notarse un ligero aumento favorable de las exportaciones, no impide que siga existiendo un déficit en el saldo de la balanza comercial.

Cabe destacar, que dentro del sector la actividad de mayor importancia en cuanto al saldo de la balanza comercial es la confección, representando un 60% del total de las ventas textiles y un 65% de las compras, teniendo como principales destinos a países vecinos como Francia, Italia, Portugal o Alemania. En segundo lugar, la industria textil que alcanzó un 18,8% de exportaciones y un 15,4% de las importaciones y por último, el sector del cuero y del calzado supone un 21% de las exportaciones y un 20% de las importaciones con respecto al total.

Para completar el análisis del saldo de la balanza comercial del sector, se recogen a continuación como se reparten las exportaciones e importaciones dentro de cada actividad (industria textil, confección y cuero y calzado) en el año 2020, analizando los datos a través de gráficos en los que se va a indicar el porcentaje del peso de cada actividad en cuanto exportación e importación

2.3.1. Industria textil

A continuación, encontramos dos gráficos comparativos de las exportaciones e importaciones en la industria textil, en los que se va a representar el peso que tiene cada actividad dentro de la industria textil.

Gráfico 2.3.1.1 Exportaciones e importaciones en la industria textil



Fuente: ICEX (España exportación e inversiones)

Se puede observar en el gráfico 2.3.1.1, como en el año que hemos tomado de referencia, las importaciones de fabricación de **otros productos textiles** están por encima de las exportaciones, debido a la alta demanda del mercado de este tipo de productos que se van a utilizar para la posterior producción de productos textiles.

España exporta un 57% de sus tejidos textiles, frente a un 29% de las importaciones, lo que representa un dato muy importante para el comercio internacional español en cuanto a esta actividad dentro del sector. Por último, se observa como la preparación de hilado y fibras está muy a la par con un 7% de exportaciones y un 8% de importaciones.

2.3.2. Confección

En el siguiente gráfico 2.3.2.1, al igual que en el anterior, se puede observar, la comparación entre los porcentajes que nos indican el peso que tienen las exportaciones e importaciones con respecto al total, en este caso para la confección en el año 2020.

Gráfico 2.3.2.1 Exportaciones e importaciones en confección



Fuente: ICEX (España exportación e inversiones)

En el caso de la confección, podemos tal y como hemos comentando es la actividad con mayor presencia en el sector textil español, en el cual, la mayor parte del mercado abarca la confección de prendas de vestir. Por un lado, se exporta un 88% de las prendas que se confeccionan en el territorio español a todo el mundo, seguida muy de cerca por las importaciones, las cuales, ascienden a un 87%.

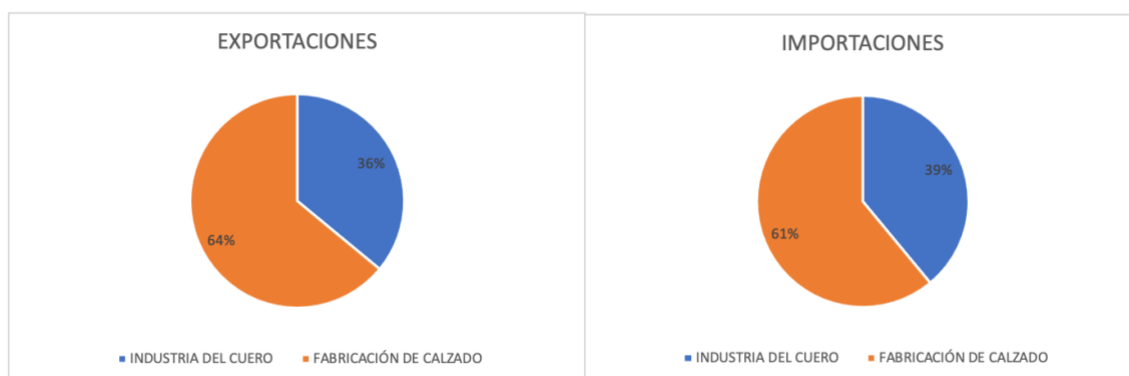
Por otro lado, la confección de prendas de punto es otro de los subsectores relevantes de la confección con un 12% de exportación y un 13% de importaciones.

Y por último, con menos presencia dentro del comercio internacional, se puede observar como en la fabricación de artículos de peletería, la exportación y la importación es mínima, en concreto un 0,10% en cada caso.

2.3.3. Cuero y calzado

Al igual que hemos analizado en los puntos anteriores las exportaciones e importaciones, esta vez lo haremos del último subgrupo de actividades, comparando en el siguiente gráfico (2.3.1) el peso de sus compras y ventas en el ámbito del cuero y el calzado.

Gráfico 2.3.1 Exportaciones e importaciones de cuero y calzado



Fuente: ICEX (España exportación e inversiones)

En el gráfico 3.3.3.1 se puede observar, como el calzado es uno de los principales objetos de exportación e importación, siendo un 64% del total en el caso de productos que se envían fuera del país y un 61% de importaciones siendo unos porcentajes muy igualados, por lo que, más de la mitad del porcentajes de ventas en el interior y exterior en este subsector está protagonizada por el calzado.

En cuanto a la industria del cuero, se observa como tiene menor peso en el comercio internacional. En concreto un 36% de las exportaciones y un 31% de las importaciones son de industria del cuero y como veremos en los siguientes epígrafes, no serán los productos más demandados ni ofertados en los mercados internacionales por el sector textil español.

2.4. Principales agentes comerciales

Con el objetivo de ofrecer una visión del sector, a continuación, se analizarán los principales países compradores y proveedores de España a nivel mundial, lo cuales son muy diversos. Para ello, vamos a realizar un análisis del ranking de estos proveedores y compradores basándonos en su volumen de gasto.

2.4.1. Principales países compradores. Exportaciones

A continuación, se recoge una tabla comparativa de los años 2019 y 2020, para ver la evolución en este período de tiempo de los principales países compradores a nivel mundial, del sector textil español.

Tabla 2.4.1.1. Países compradores y comparativa en dos años (miles de euros)

País2	Año 2019	País	Año 2020	Tasa de variación
Francia	3.096.375,51	Francia	2.752.908,46	-0,111
Italia	2.362.433,96	Italia	1.853.917,30	-0,215
Portugal	1.889.830,83	Portugal	1.455.922,25	-0,230
Alemania	1.365.583,38	Alemania	1.281.549,67	-0,062
Marruecos	1.200.627,25	Polonia	1.070.377,67	-0,108
Reino Unido	1.134.377,91	Reino Unido	1.018.430,15	-0,102
Polonia	927.535,91	Marruecos	925.969,00	-0,002
Estados Unidos	781.033,49	Estados Unidos	586.121,97	-0,250
China	549.359,34	China	472.641,91	-0,140
Países Bajos	536.896,49	Países Bajos	430.057,71	-0,199
Subtotal	13.844.054,07	Subtotal	11.847.896,10	-0,144
Total	21.320.728,11	Total	17.431.808,57	

Fuente: Informe Sectorial CESCE, 2020, ICEX

En relación con las exportaciones podemos observar en las dos clasificaciones, que el principal cliente de España es Francia, encabezaba el ranking en los dos años que se comparan en la tabla 2.4.1.1.

Además, se puede observar, que Italia tiene unos datos muy parecidos a los de Francia, seguida por Portugal y Alemania. En la tabla también se puede observar como Marruecos pierde puestos en el ranking en 2020 con respecto a 2019, ya que en 2019 había buenas relaciones comerciales entre estos dos países, siendo España el mayor proveedor de Marruecos de tejido de fibras artificiales, con un 21,7% del total de las mismas como nos indican los datos del ICEX (2020).

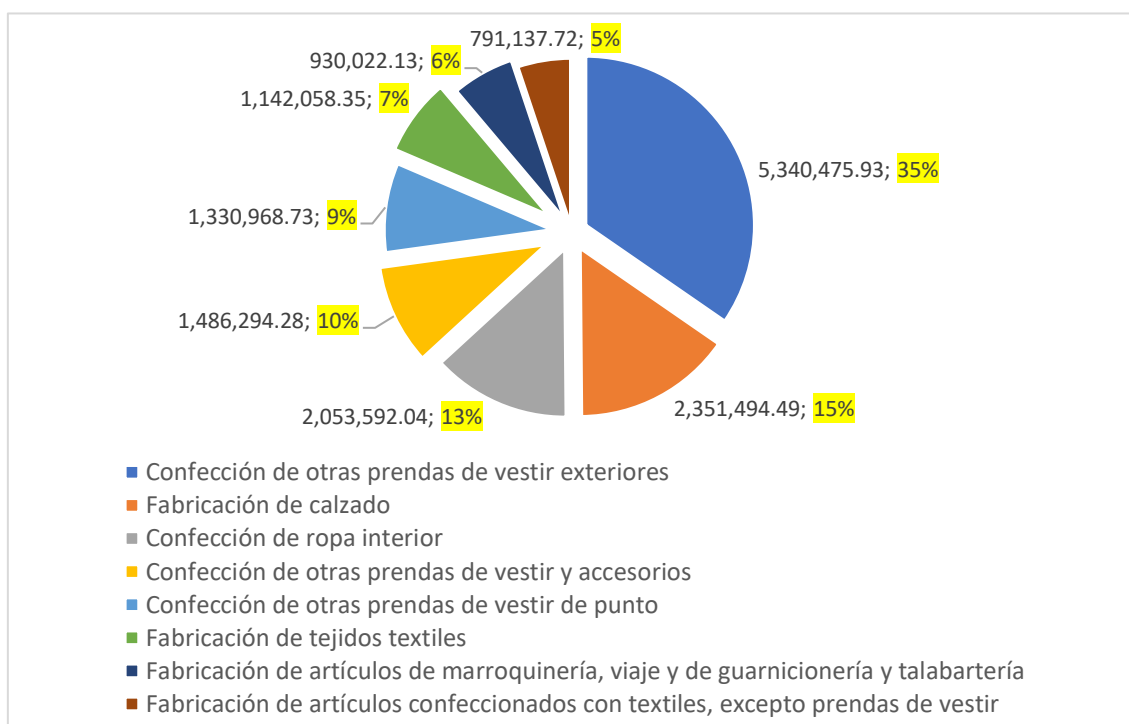
Es importante también hablar del principal cliente de España, comentado anteriormente (Francia), ya que, es el único país que superó en 2019 los 3 millones de euros en volumen de gasto, sin embargo, el cambio negativo ocurrió en 2020, año en el que reduce sus compras a un 11%, al igual que lo han hecho todos los países representados en la tabla anterior (2.4.1.1).

A pesar de que, España venía experimentando aumentos desde años anteriores de sus exportaciones, estas se han visto afectadas por la pandemia que vivimos actualmente, frenando muchas de las transacciones con otros países debido al cierre de fronteras.

El aumento más importante en cuanto a las ventas al extranjero, se produjo en Polonia sorprendentemente, ya que, desde octubre de 2019 ha experimentado una subida de 14,9% alcanzando los 821,8 millones de euros gracias al comercio online. Por lo que los comerciantes españoles son capaces de introducirse en el mercado polaco, ya que la compra en línea en Polonia ha aumentado un 15% en este período.

El siguiente gráfico (2.4.1.2) recoge los principales productos textiles exportados en 2020:

Tabla 2.4.1.2 Principales productos textiles exportados en 2020 (miles de euros)



Fuente: ICEX

Podemos observar como los productos exportados con más peso son confecciones de prendas de vestir exteriores, llegando a más de 5 millones de euros, que suponen un 35% del total de las exportaciones del sector, seguido por la fabricación de calzado o ropa interior.

2.4.2. Principales países proveedores. Importaciones

Desde la perspectiva de las **importaciones**, cuyos datos se recogen en las siguientes tablas, podemos realizar un análisis de los principales proveedores de sector textil español, por lo que al igual que el caso de las exportaciones se realizará una comparación entre dos años claves en el sector como lo son 2019 y 2020, marcados por una recesión del sector provocado por la pandemia (COVID-19).

Tabla 2.4.2.1. Países proveedores y comparativa en dos años (miles de euros)

País	Año 2019	País	Año 2020	Tasa de Variación
China	6.298.557,96	China	6.934.698,54	0,10
Bangladesh	3.008.508,02	Bangladesh	2.558.795,21	-0,15
Turquía	2.841.655,55	Turquía	2.376.639,30	-0,16
Marruecos	2.015.065,88	Italia	1.618.510,54	-0,20
Italia	2.007.713,11	Marruecos	1.487.427,69	-0,26
India	1.229.746,17	Portugal	916.948,68	-0,25
Francia	1.141.331,47	Francia	862.544,41	-0,24
Vietnam	949.443,36	India	853.165,47	-0,10
Camboya	908.113,53	Vietnam	722.186,85	-0,20
Portugal	897.496,49	Pakistán	719.409,58	-0,20
Subtotal	21.297.631,53	Subtotal	19.050.326,27	-0,11
Total	27.254.129,82	Total	24.005.398,24	

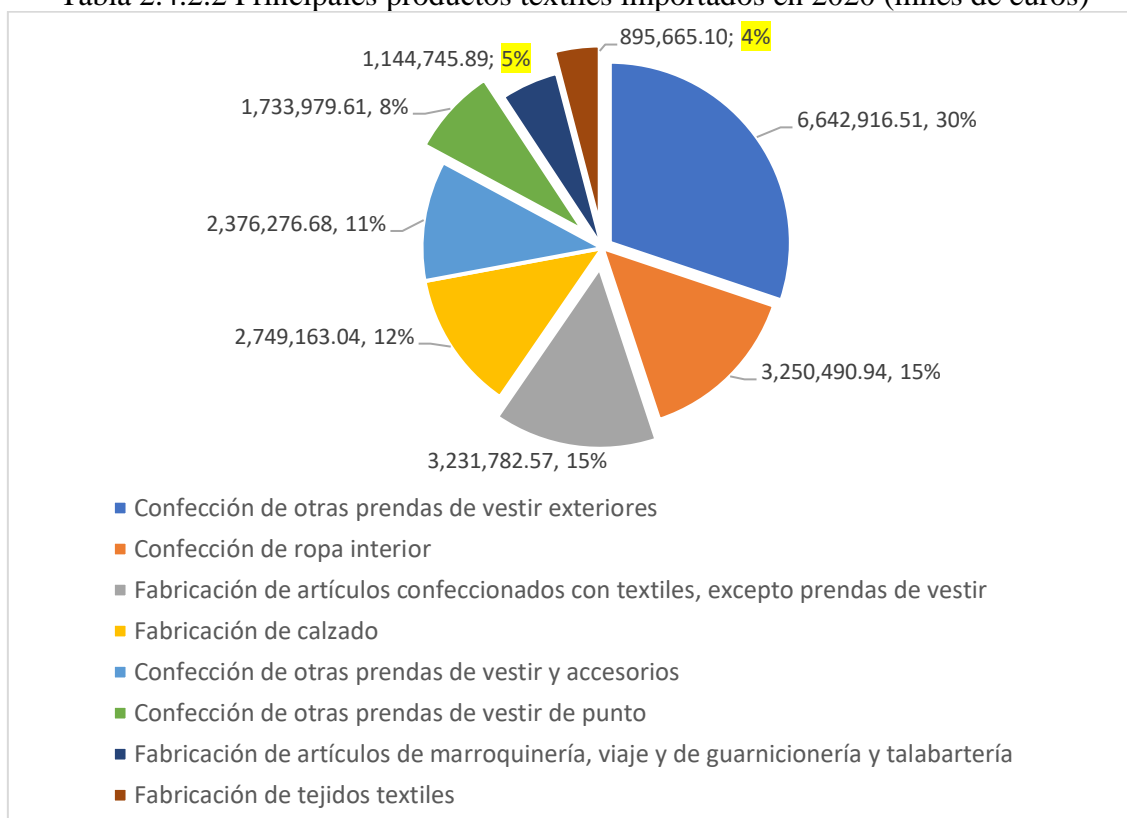
Fuente: informe sectorial CESCE, 2019, ICEX

Como podemos observar en la tabla 2.4.2.1, el principal proveedor de España es China, el cual está muy por delante en cuanto a volumen de importaciones respecto a los demás proveedores, siendo el único país con una tasa de variación positiva con respecto a los demás países.

Le sigue Bangladesh, con la mitad de las compras adquiridas a China. Por detrás están países como Turquía y Marruecos, los cuales han desempeñado un importante papel en los últimos años ya que muchas de las fábricas de empresas españolas existentes en China, se han trasladado a estos dos países, como informa Osorio (2018). En la actualidad, este cambio se ha acentuado, ya que, en medio de la crisis sanitaria del COVID-19 las fábricas chinas han cerrado temporalmente, lo que provoca que empresas españolas trasladen su producción a países como Turquía o Marruecos, incluso traerla de vuelta a España como solución a un parón total de la producción.

A continuación, podremos observar en el gráfico 2.4.2.2 los productos más importados por España en 2020

Tabla 2.4.2.2 Principales productos textiles importados en 2020 (miles de euros)



Fuente: ICEX

Vemos en el gráfico anterior (2.4.2.2) que los productos más importados son las prendas de vestir exteriores, al igual que en el caso de las exportaciones. Comparando con los datos del gráfico 2.4.1.2 se puede observar, que en el caso de las prendas de vestir se va a experimentar un déficit en el saldo de la balanza comercial, al igual que en la confección de ropa interior y en las demás actividades del sector, por lo que en el computo global como se comentaba anteriormente en el epígrafe 2.4, se puede asegurar que es un sector caracterizado por el déficit en su saldo de la balanza comercial.

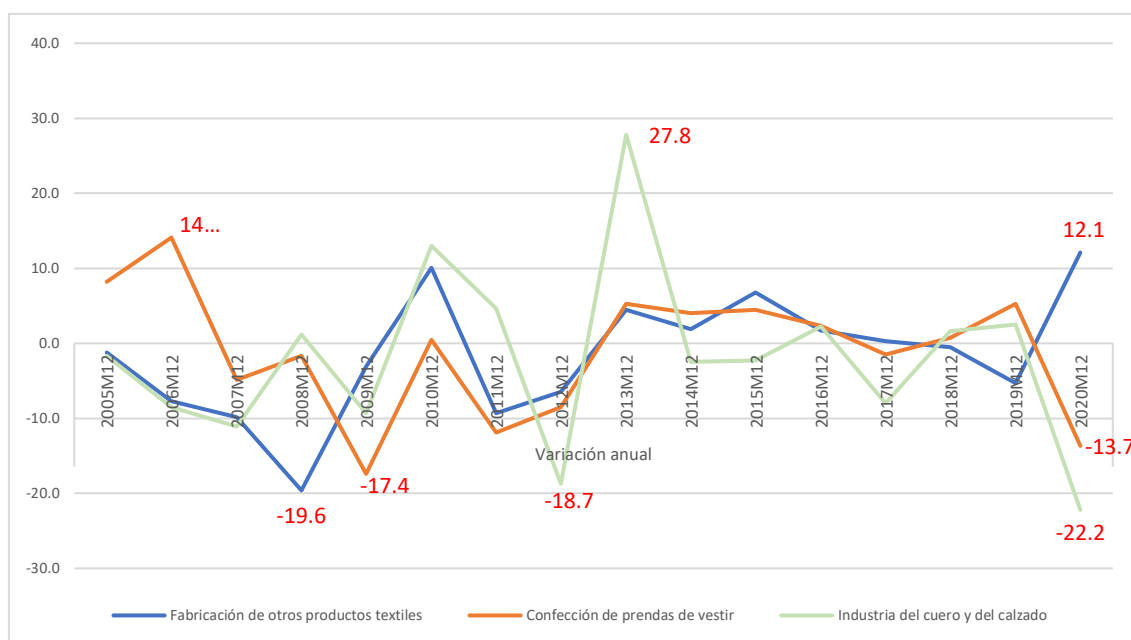
2.5. Precios del sector

Para realizar el análisis de los precios del sector textil, nos centraremos en los precios al consumo y los precios industriales (IPC e IPRI, respectivamente).

2.5.1. Índice de Precios al Consumo del sector textil (IPC)

Para realizar el análisis del Índice de Precios al Consumo en el siguiente gráfico (2.5.1.1), se representa la variación anual del indicador, en cada una de las actividades que conforman el sector, para conocer así, como han afectado las diferentes crisis económicas (crisis financiera de 2008 y crisis económica actual provocada por la COVID-19) a los precios, destacándose los puntos más relevantes en la línea de tiempo.

Gráfico 2.5.1.1 Variación anual del IPC en el sector textil



Fuente: INE. Instituto Nacional de Estadística.

Años antes de que empezara la crisis económica de 2008, vemos en el gráfico 2.5.1.1 como la tendencia ya era negativa en las tres actividades estudiadas. Este indicador que aparece representado va a experimentar incrementos y descensos constantemente a lo largo del tiempo, siguiendo patrones muy parecidos en cada una de sus actividades.

En el caso del IPC de la fabricación de otros productos textiles (que no sean prendas de vestir), a principios de 2008, se puede apreciar una variación negativa con respecto al año anterior de un 19,6%, posiblemente originado por la bajada del precio del petróleo en este año y en años anteriores (Elmundo.es, 2020).

En las tres actividades, podemos observar como le afectó la crisis económica de 2008, ya que sufren grandes variaciones con tendencia negativa, con ligeros cambios al alza, que no fueron muy significativos, ya que la mayor parte del tiempo, se mantienen por debajo de cero, dando lugar a una tendencia de bajada del IPC en las tres actividades.

Un dato importante a destacar, es la gran subida de la variación en la industria del cuero y calzado, gracias a las exportaciones de calzado que se hicieron en 2010, las cuales aumentaron hasta un 10,3%, según datos de La Federación de Industrias del Calzado Español (FICE, 2010), lo que supone un gran cambio con respecto a los dos años anteriores, en los cuales tenía una tendencia negativa.

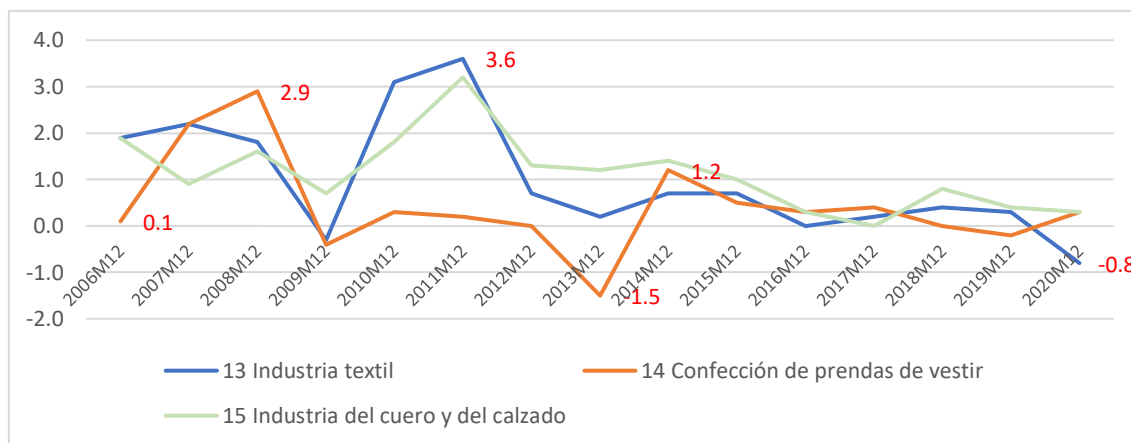
Después de salir de la crisis, durante los siguientes años, las tasas de variación se mantienen muy cercanas a cero, sin grandes cambios en ninguna de las tres actividades.

Durante el año 2020, por efecto de la pandemia las variaciones del IPC experimentaron una caída muy pronunciada, debido a la paralización total de muchas actividades en marzo de este año, por lo que los comercios solo tenían la capacidad de ofrecer productos de forma online, de tal forma que, para poder dar salida a los productos textiles, como ropa de vestido o calzado, tenían que reducir sus precios e implementar una gran variedad de ofertas, llegando a reducir las ventas en algunos meses de 2020 (de confinamiento absoluto en España) más de un 80% según datos de Acotex (Asociación Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel). Esta situación fue diferente en otras actividades u otros productos textiles, como los productos para el hogar, que subieron sus precios, gracias al aumento de su demanda, debido al confinamiento mencionado anteriormente, que llevó a la población a comprar solo este tipo de productos y como consecuencia se produjo una variación positiva del IPC.

2.5.2. Índice de Precios de la Industria (IPRI)

En este apartado, se va analizar la evolución del Índice de los Precios Industriales (IPRI), véase el gráfico 2.5.2.1 en el que se muestra la evolución del índice a lo largo del tiempo. Estos precios no tienen en cuenta los gastos de transporte y comercialización, ni el IVA facturado (*ICEX España Exportación e Inversiones*(n.d.); Banda, D. L. (2021)).

Gráfico 2.5.2.1. Evolución del IPRI en el sector textil.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística.

Como se observa en el gráfico 2.5.2.1, podemos ver como la crisis financiera de 2008 también afectó a los precios de la industria, experimentando una variación negativa en los tres sectores representados.

Es a partir del año 2009, cuando empiezan a evolucionar ascendentemente en dos de los tres sectores, e incluso, llegando a niveles superiores que los que existían antes de la crisis financiera (2008). En el caso de la división de confección, no se experimenta esta evolución ascendente tan pronunciada, además durante varios años sigue una tendencia evolutiva descendente.

Se puede observar como a finales de 2012 la evolución del índice (IPRI), vuelve a caer en las tres divisiones del sector, llegando a estar, en valores negativos en el caso de la confección, que poco a poco, empieza a recuperarse y es, entonces, cuando empieza a mantenerse ligeramente ‘constante’ en las tres divisiones.

Pero esta constante se rompe a finales de 2019 y durante todo el año 2020. La industria textil y la industria del cuero experimentan situaciones de descenso de la tasa de variación, al contrario que la confección que sufre un ascenso.

Sin embargo, en el computo general sufre un descenso interanual de 0,2%, lo que significa, la primera caída desde 2016 en términos totales de la evolución del índice.

Realizado el análisis, de los dos indicadores relacionados con los precios, se puede concluir que la evolución del IPC y el IPRI siguen una tendencia paralela, ya que en épocas de crisis sufren variaciones muy similares, tendiendo a descender estos índices. Lo que nos va a indicar que en estas etapas va a ver un descenso generalizado de los precios.

De esta forma, podemos concluir que la evolución del sector, sigue un patrón en todos los indicadores, marcados por dos crisis económicas muy importantes (crisis financiera de 2008 y crisis provocada por la COVID-19). Momentos en los cuales se producen pérdidas de empresas, de empleo, situaciones de déficit del saldo de la balanza comercial, y bajadas y subidas de precios generalizadas, al igual que se han analizado las fases de recuperación en los que el sector ha tenido gran importancia en la economía española. De esta forma, podemos relacionar este análisis con los objetivos 2 y 3 que se plantearon al inicio del trabajo, en el cual se pretendía analizar la estructura del sector a través de los indicadores económicos mencionados.

CAPÍTULO 3

Análisis empírico del comportamiento del consumidor

3. Análisis empírico del comportamiento del consumidor

Para analizar el comportamiento del consumidor en la actualidad y más concretamente, ante la pandemia mundial, la cual empieza a principios de 2020, se ha realizado una encuesta online con una participación de 111 personas, en la cual se busca ver si existen diferencias entre el consumo antes y posterior a la pandemia, así como la existencia de patrones de consumo diferenciado entre la compra online y presencial en tiendas físicas.

Esta encuesta se ha realizado a través de un cuestionario on-line, que se ha difundido a través de redes sociales y correo electrónico y cuyas respuestas se han recolectado por medio de *google forms*, teniendo participación de varias provincias de España.

A continuación, se van a tratar algunas de las preguntas más relevantes de la encuesta, para posteriormente realizar un análisis multivariante de las respuestas.

En primer lugar, se realizará un estudio descriptivo de algunas de las variables de la encuesta que se han considerado de especial importancia y en segundo lugar se aplicará una técnica de análisis multivariante, como es el Análisis de Componentes Categórico con el fin de contrastar la sospecha de que los patrones de consumo (online versus presencial) se han visto afectados por la pandémica generada por la COVID-19.

La muestra esta formada por un 71% de mujeres frente a un 29 % de hombres, con edades comprendidas entre los 19 y 46 años, siendo la media de edad 31 años, por lo que se puede concluir que la muestra es relativamente joven. La población encuestada pertenece a varios puntos geográficos de España, siendo la ciudad predominante Madrid, con un 72% de participación, seguido de Palma de Mallorca (7%), Segovia (5%), Barcelona (5%), Palencia (2%) o Valladolid (2%).

A continuación, se detalla el cuestionario que como vemos está integrado por las siguientes preguntas:

Consumo textil en España

ENCUESTA COMPORTAMIENTO CONSUMIDOR:

1. **Población de residencia**
2. **Edad**
3. **Sexo**
4. **¿Antes de la crisis sanitaria con que frecuencia compraba on-line productos textiles? (ropa, calzado, productos de marroquinería, textil de hogar...)**
 - a. Semanal
 - b. Mensual
 - c. Anual
 - d. No compraba
5. **¿Con qué frecuencia acudía a tiendas físicas de productos textiles antes de la crisis sanitaria?**
 - a. Semanal
 - b. Mensual
 - c. Anual
 - d. No compraba
6. **¿En qué tipo de establecimientos hacía las compras en las tiendas físicas?**
 - a. Centros comerciales/Grandes Superficies
 - b. Tiendas pequeñas (tipo tradicional)
 - c. Tiendas de grandes marcas en el centro de la ciudad (Ralph Lauren, Zara, etc.)
 - d. Otras
7. **¿Qué tipo de productos adquiriría en tiendas físicas antes de la crisis sanitaria?**
 - a. Ropa
 - b. Textil del hogar
 - c. Calzado
 - d. Productos de Marroquinería
 - e. Otros
8. **¿Qué tipo de productos adquiriría de forma on-line antes de la crisis sanitaria?**
 - a. Ropa
 - b. Textil del hogar
 - c. Calzado
 - d. Productos de Marroquinería
 - e. Otros
9. **¿Dónde hacía sus compras On-line?**
 - a. Amazon
 - b. Zalando
 - c. Asos
 - d. Plataforma Online de Tiendas de Ropa (Zara, Mango, etc.)
 - e. Otros
10. **En 2019 de media, ¿Cuánto gastó aproximadamente (en euros) en productos textiles en compras on-line?**
 - a. Entre 0€ y 20€
 - b. Entre 20€ y 50€
 - c. Entre 50€ y 100€
 - d. Más de 100€
11. **En 2019 de media, ¿Cuánto gastó aproximadamente (en euros) en productos textiles en tiendas físicas?**
 - a. Entre 0€ y 20€
 - b. Entre 20€ y 50€
 - c. Entre 50€ y 100€
 - d. Más de 100€
12. **¿Ha comprado algún producto textil de forma on-line durante la cuarentena?**
 - a. Sí
 - b. No
13. **¿Cree que la crisis sanitaria va a cambiar sus hábitos a la hora de consumir productos textiles?**
 - a. Si
 - b. No
 - c. En cierta manera

14. **¿Cree que las tiendas están preparadas para recibir mayor número de pedidos online?**
 - a. Sí
 - b. No
15. **¿Qué problemas percibe a la hora de comprar ropa y textil de hogar tras la crisis sanitaria?**
 - a. Probar la ropa
 - b. Limitación de aforo
 - c. Medidas de higiene
 - d. Problemas de suministro
 - e. Otros

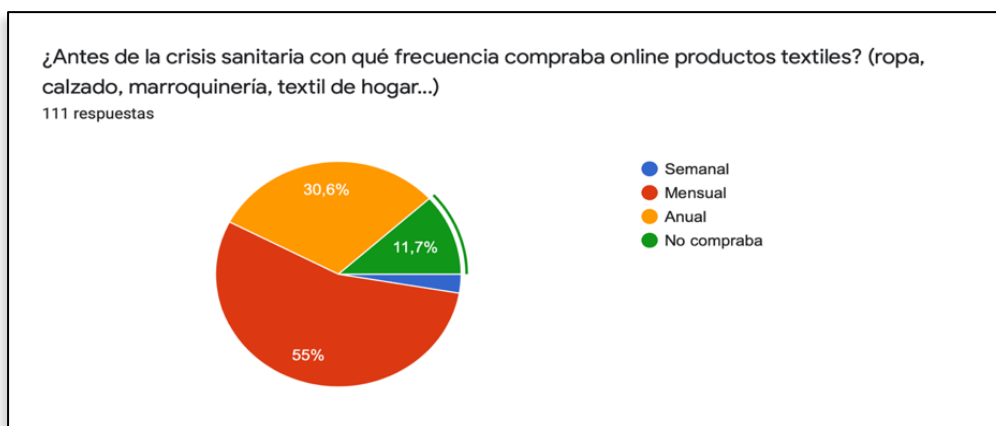
3.1. Análisis descriptivo de las principales variables o indicadores

En este epígrafe, se comentarán algunas de las preguntas que se consideran más relevantes para el estudio del comportamiento del consumidor y que se prevén que van a tener mayor importancia en el análisis multivariante que se realizará posteriormente.

3.1.1. Frecuencia de comprar previa a la pandemia

En la primera pregunta realizada a nuestra muestra, se pretende conocer la frecuencia con la que la población encuestada realizaba compras de forma online antes de la situación de pandemia en la que nos encontramos.

Gráfico 3.1.1.1 Frecuencia de compra pre-pandemia



Fuente: Elaboración propia

En el gráfico 3.1.1.1, podemos observar, como en años previos a la pandemia un 55% de las personas encuestadas realizaban compras online mensualmente, lo que nos puede dar lugar a entender que ya este método de comprar estaba teniendo gran relevancia entre la población. Además, en términos globales un 88,3% realizaban compras online frente a un 11,7% que no las realizaba.

Este aumento de las compras de forma online, se estaba produciendo desde aproximadamente el año 2012, año en el cual se empieza a ver un ligero cambio en la forma de consumir por parte de la población, pero no es hasta 2016 cuando ya empieza a tomar mayor importancia, con un 4% del total de la facturación. Desde este momento, esta forma de consumir productos textiles no ha parado de crecer. Tanto es así, que en 2018 se llega a un aumento de las ventas online del 7,4% y a finales de 2019 a un 9,3% (Salesupply.es, 2021.)

Debemos asumir como una posible limitación de nuestro trabajo, que la encuesta la ha contestado mayoritariamente gente joven, con edades comprendidas entre 20 y 38 años, siendo la media de edad 31 años, lo que puede sesgar al alza los resultados de este indicador.

3.1.2. Frecuencia de compra en tiendas

Con la siguiente pregunta ¿Con qué frecuencia acudía a tiendas físicas de productos textiles antes de la crisis sanitaria?, se perseguía analizar la situación previa a la pandemia en cuanto a la compra en tiendas físicas de productos textiles y saber con qué frecuencia acudían a las mismas las personas encuestadas.

Gráfico 3.1.2.1 Compras en tiendas físicas



Fuente: elaboración propia

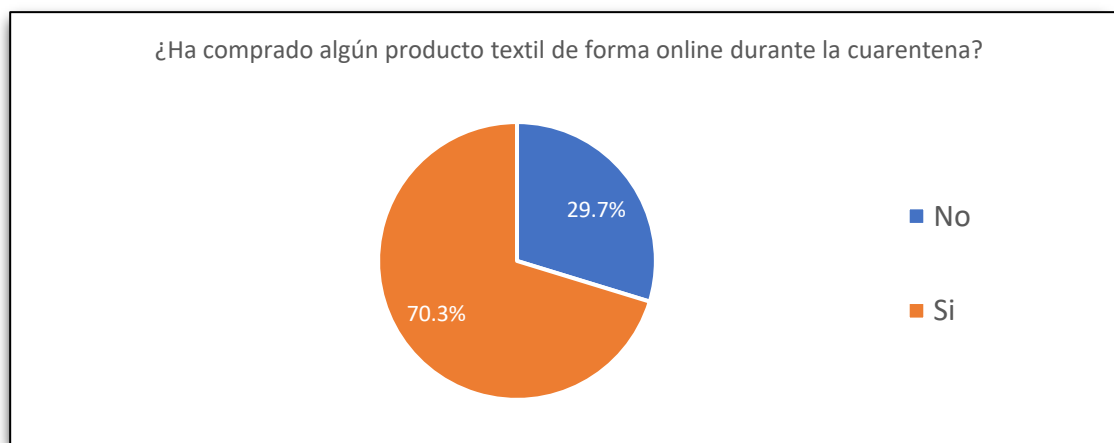
En el gráfico 3.1.2.1, se puede observar que la gran mayoría (63,1%) de las personas encuestadas, al menos una vez al mes acudían a tiendas físicas a adquirir sus productos. Este resultado nos da una idea de cómo la tienda física hasta ese momento, había sido más importante que la compra online comentada previamente.

En esta pregunta no tenemos ningún caso, en el que, no se adquiere ningún producto en tienda física, por lo que, aunque el sistema de compra online ya estaba en cierta forma triunfando antes de la pandemia, los consumidores seguían queriendo adquirir prendas de vestir, calzado o textil de hogar en establecimientos físicos, ya sean en centros comerciales o tiendas de las propias marcas en los centros de las ciudades, como podremos ver en otras de las preguntas del anexo incluido sobre la encuesta.

3.1.3. Compras durante el período de cuarentena (COVID-19)

Con esta pregunta relativa a las compras durante el periodo de cuarentena, se quiere analizar si los consumidores durante esta situación excepcional que hubo en España desde mediados de abril hasta finales de junio de 2020, adquirieron algún tipo de producto de forma online. Debemos tener en cuenta que como norma general, todos los establecimientos físicos de este tipo de productos permanecieron cerrados durante este periodo.

Gráfico 3.1.3.1 Compras en cuarentena



Fuente: elaboración propia

A pesar de la crisis económica provocada por la situación de **pandemia** a nivel global, vemos en los datos de la encuesta realizada, que más de la mitad de los encuestados (70,20%) realizaron compras online durante los meses de cuarentena. Las e-commerce han crecido casi un 50% durante este período de confinamiento, según datos de la Organización Empresarial de Logística y Transporte UNO logística de 2021. Pese a estos datos, en el sector textil siguió experimentando una caída en picado de las compras, debido a la crisis económica y a los cambios de hábitos que experimentamos, centrándose las compras en otros tipos de productos. Además en este periodo, gran parte de la población no consideraba indispensable destinar dinero a este tipo de productos.

Esta pregunta nos lleva a concluir, que los consumidores a partir de esta situación que han vivido durante el año 2020, han cambiado sus hábitos de consumo, ya que están perdiendo el miedo a realizar compras online. A ello se une, que con el paso del tiempo estos canales son más accesibles a todo el público, al igual que es más fácil y seguro comprar a través de ellos y poder adquirir algún producto en cualquier momento y lugar a través de las distintas aplicaciones en los distintos dispositivos móvil (Tablet, Smartphone, ordenador portátil).

Esto nos lleva a comentar la siguiente pregunta de nuestra encuesta, en la que hablaremos en más profundidad de este tema.

3.1.4. Cambio de hábito del consumidor (posterior a la COVID-19)

Esta cuestión se plantea, como se mencionó con anterioridad, la posibilidad de cambio de los hábitos de consumo por parte de la población. Se pregunta directamente al encuestado si piensa que su forma de comprar productos textiles va a cambiar después de la pandemia.

Gráfico 3.1.4.1 Cambio en hábitos de consumo



Fuente: elaboración propia

Como se observa en el gráfico, una gran mayoría de las personas encuestadas piensa que su hábito de consumo va a cambiar gracias a la **pandemia** (64%).

Esta situación va a llevar a una situación complicada a las marcas, ya que, la gran mayoría tienen una infinidad de tiendas en todo el territorio español. Por lo tanto, debido a la poca demanda en tienda física que habrá en un hipotético futuro y obligará a estas tiendas o marcas a adaptarse o reinventarse y optar por un negocio e-commerce. Este fenómeno ya se ve en la realidad, tal y como puede observarse en las noticias, por ejemplo, esta capturada del correo.es en donde se aluden a que 38000 tiendas de ropa pueden cerrar a causa de la pandemia según datos de Acotex.

Imagen 3.1.4.2 Noticia Correo.es



Fuente: <https://www.elcorreo.com/economia/pandemia-puede-provocar-20210228164424-ntrc.html>

El negocio de las e-commerce, cerró en 2020 con un peso del total de las ventas de moda o textil de un 19,4% según datos del informe de moda online en España, 2021. De los cuales, queda a la cabeza el calzado, el cual ganó cuota de mercado y pasó de 13,8% a 25%, seguido de cerca por el textil de hogar con una cuota de 19,3%, algo totalmente coherente dada la cantidad de tiempo que nos hemos pasado en casa por la cuarentena. En tercer lugar, se sitúa la moda y todo lo relacionado con las prendas de vestir pasando de un 8% a un 17,7% y por último los accesorios que al igual que las demás categorías también experimento un aumento de su cuota online pasando de un 7,2% a un 14,5% (modaes, 2020).

A la vista de estos datos, podemos concluir que la población empieza a estar cada vez más preparada para las compras online, además esta tendencia es común a otros países de Europa donde también se ha experimentado este aumento de compras online en el sector textil. En el caso del Reino Unido llegó a un 47,8% en su cuota de mercado, en Francia llegaron a un 22,5% o en Italia a un 23% de su mercado textil.

Por lo que, la pregunta de la encuesta realizada, está en concordancia con los datos del informe consultado (modaes, 2020).

3.2. Análisis Multivariante. Compra online versus compra en tiendas físicas

Para realizar el análisis de los resultados obtenidos, en la encuesta se ha escogido el método de **componentes principales categóricos**, para el cual, se ha tomado como referencia el artículo (Núñez-Cansado et al., 2021), artículo en el que me he basado como ejemplo de la aplicación de esta técnica. Se pretende detectar si hay patrones diferenciados entre los hábitos de compra online y en tiendas físicas, lo que guarda relación con el objetivo 5 que nos habíamos marcado. El método que se propone persigue reducir la dimensión de los datos, que comprende datos ordinales y nominales, de tal forma que se obtenga un conjunto más pequeño de componentes que no están correlacionados y representan la mayor parte de la información encontrada en las variables originales (Navarro Cespedes; Casas Cardoso y Gonzalez-Rodríguez, 2010).

Para ejecutar el método comentado, se ha utilizado el programa estadístico SPSS, en el cual se ha tratado de sintetizar los datos recogidos de la encuesta, para lo que proponemos una solución bidimensional a la que se ha aplicado una rotación Varimax como propone Kaiser (1958). A continuación, se muestra un listado de las variables empleadas en el análisis, en la cual se especifica el tipo de medida que realizan.

- Frecuencia de compra online antes de la pandemia (ordinal)
- Frecuencia de compra en tienda física antes de la pandemia (ordinal)
- Plataformas de compra online habitual (nominal)
- Tipo de establecimiento frecuentado de forma física (nominal)
- Tipo de productos adquiridos antes de la pandemia en tienda física (nominal)
- Tipo de productos adquiridos antes de la pandemia de forma online (nominal)
- Gasto en textil de forma online (ordinal)
- Gasto en productos en tiendas físicas (ordinal)
- Compra de algún textil de forma online en cuarentena (nominal)
- Cambio de hábitos de consumo (nominal)
- Tiendas preparadas para un mayor número de pedidos (nominal)
- Problemas para comprar en tienda física (nominal)

En primer lugar, se va a analizar y observar los valores del Alfa de Cronbach para las dos dimensiones que han resultado de aplicar el procedimiento anterior, tal y como podemos ver podremos ver en la Figura (4.2.) que refleja el resumen del modelo.

Figura 4.2 CATPCA- Análisis de componentes principales para datos categóricos; Alfa de Cronbach.

Model Summary Rotation^a

Dimensión	Alfa de Cronbach	Varianza contabilizada para Total (autovalor)
1	,635	2,416
2	,605	2,180
Total	,880^b	4,596

a. Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.
 b. Se utiliza el total de alfa de Cronbach en el autovalor total.

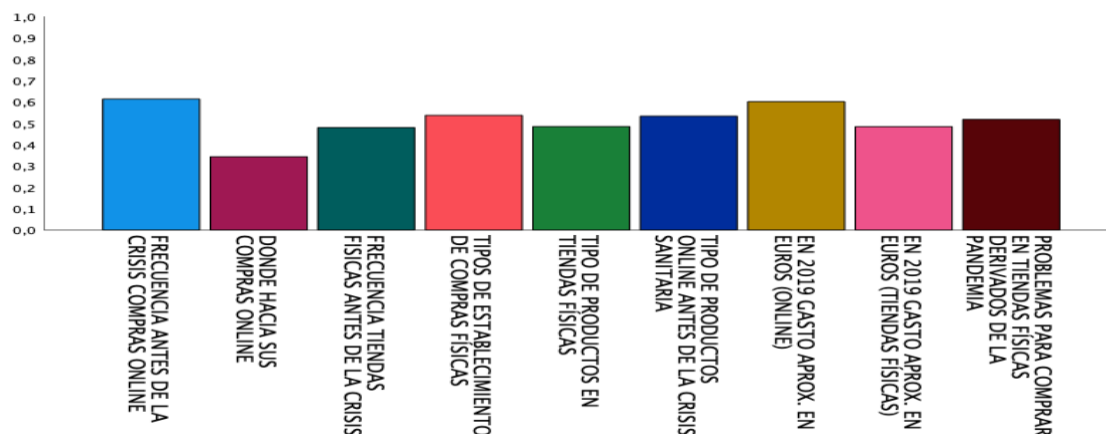
Fuente: Elaboración propia

El coeficiente Alfa de Cronbach, mide las correlaciones entre las variables que forman parte de cada dimensión, al igual que o hace del total del modelo. Este coeficiente oscila entre 0 y 1, considerando la mayor consistencia de las variables, mientras más próximo a 1 sea el valor.

Por lo tanto, en este caso los resultados de las dimensiones por separado nos arroja a un valor de 0,635 para la dimensión 1 y un valor de 0,605 para la dimensión 2, por lo que se puede considerar aceptable. Sin embargo, si se analiza el coeficiente total, el cual nos arroja un valor de 0,88, se puede asegurar que es un valor bueno y podemos asegurar que las dos dimensiones tienen una buena correlación.

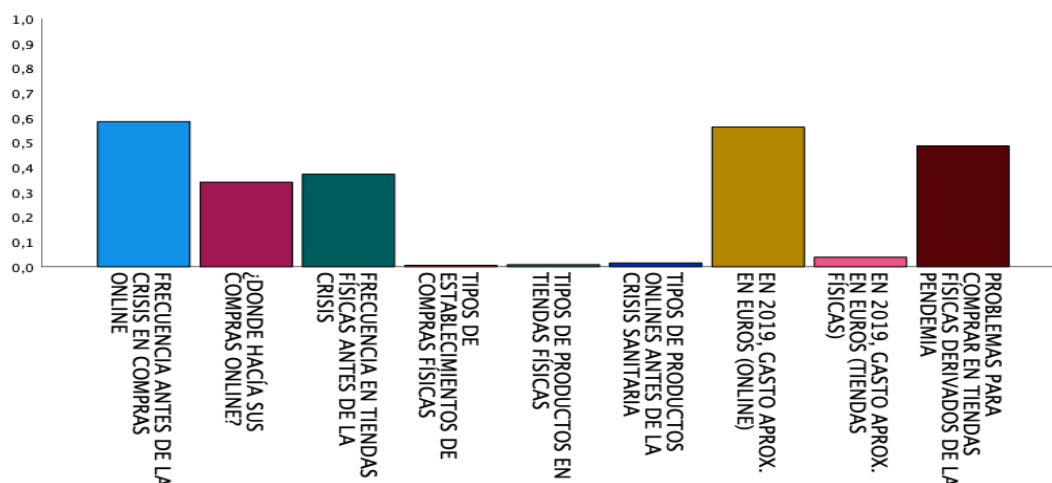
Centrándonos en nuestra solución bidimensional, los dos siguientes, van a ser clave para entender lo comentado anteriormente, de que pueda existir una diferencia a la hora de comportarse los consumidores en el entorno online o en tiendas físicas para hacer sus compras de productos textiles. Los gráficos siguientes explican el porcentaje de varianza que explica cada variable dentro de cada una de las dimensiones.

Gráfico 4.3 Varianza contabilizada para el total



Fuente: Encuesta comportamiento del consumidor

Gráfico 4.4 Varianza contabilizada para la dimensión 1



Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el gráfico 4.4, las diferencias entre comprar productos textiles online o en tiendas físicas, empieza a ser notable. Se ve claramente el mayor peso que tienen las preguntas relacionadas con compras online en nuestra primera dimensión, como se comenta previamente, nuestro modelo ha agrupado estas cuestiones en la dimensión 1.

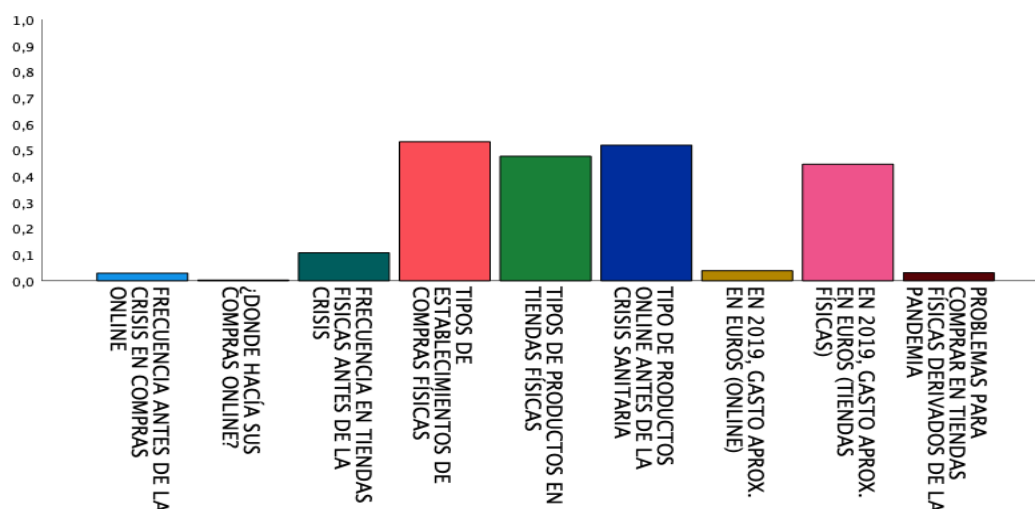
La variable con mayor peso, es **‘la frecuencia con la que compraban de forma online antes de la crisis sanitaria’**. Teniendo en cuenta las respuestas de las personas encuestadas, un poco más de la mitad de ellos compraba mensualmente algún producto textil online, por lo que se puede ver que el consumidor, ya estaba experimentando un cambio y una confianza cada vez mayor a este canal de compra.

La siguiente variable con mayor importancia, es el gasto que hicieron nuestros encuestados en 2019 en compras online. La cual, igual que la variable anterior, nos va a

arrojar información relevante sobre la importancia que le daban los consumidores a este canal de compra.

Seguido de esta variable, nos encontramos con los ‘**problemas para comprar en tiendas físicas derivados de la pandemia**’, variable sumamente importante y clave para que los consumidores se decanten cada vez más por la compra online, ya que gracias a las facilidades que dan los comercios en cuanto a devoluciones o cambios de los productos, se resolverían los problemas que se plantean en la pregunta (probarse la ropa, problemas de higiene, limitaciones de aforo, problemas de suministro u otros)

.Gráfico 4.5 Varianza contabilizada para la dimensión 2.



Fuente: Elaboración propia

En segundo lugar, el gráfico 4.5, representa el porcentaje de varianza explicada por cada variable en la segunda dimensión, en la que nos encontramos con variables relevantes para el comportamiento del consumidor en cuanto a la compra en tiendas físicas.

Este grupo es clave, para analizar como se van a comportar los consumidores en cuanto a compras en tiendas físicas, sobre todo antes de la pandemia. De esta forma, nuestra variable más relevante va a ser ‘**tipos de establecimientos de compras físicas**’, el cual nos va a indicar cuales eran las tiendas más visitadas por nuestro encuestados.

La siguiente variable con gran relevancia es ‘**tipos de productos online antes de la crisis sanitaria**’ junto con la variable ‘**tipos de productos en tiendas físicas**’, las cuales, nos pueden dar una visión de cómo se van a comportar estos consumidores dependiendo de los productos que más compren, y si estos productos, podrían ser de fácil acceso a través de internet. Tomando las respuestas de nuestros consumidores, un 86% de ellos compraban prendas de vestir, siendo este producto uno de los más adquiridos de forma online, tal y como nos dice el informe de 2020 consultado, (Salesupply.es, n.d.), las prendas de vestir representan un 17,7% de cuota del mercado de e-commerce.

Por último, el porcentaje de varianza que explica la variable ‘**En 2019, gasto aproximado en euros en tienda física**’, tiene una gran relevancia en la dimensión 2

(tiendas físicas), siguiendo la tendencia de esta y explicando la pauta de consumo en tiendas físicas de los encuestados, previo a la pandemia.

Esta misma información, puede consultarse de forma más detallada en la siguiente tabla, en la que, se ha marcado en cada caso en que dimensión se situaría cada una de las variables y las que más relevancia tienen cada una de ellas dentro de cada dimensión. Se han representado con círculos las más representativas en la dimensión 1 y con cuadrados las de la dimensión 2.

Figura 4.6 Varianza contabilizada

Variance Accounted For Rotation^a

	Coordenadas del centroide			Total (coordenadas de vector)		
	Dimensión		Media	Dimensión		Total
	1	2		1	2	
¿Antes de la crisis sanitaria con qué frecuencia compraba online productos textiles? (ropa, calzado, marroquinería, textil de hogar...)	,664	,078	,371	,585	,029	,614
En 2019, ¿Cuánto gastó aproximadamente (en euros) en productos textiles online?	,567	,094	,331	,563	,038	,601
¿Qué problemas percibe a la hora de comprar ropa y textil de hogar tras la crisis sanitaria?	,489	,059	,274	,487	,031	,518
¿Con qué frecuencia acudía a tiendas físicas de productos textiles antes de la crisis sanitaria?	,376	,117	,247	,373	,107	,480
¿Dónde hacía sus compras Online?	,341	,022	,182	,341	,003	,344
¿En qué tipo de establecimiento hacía las compras en la tiendas físicas?	,023	,687	,355	,005	,532	,537
¿Qué tipo de productos adquiría Online antes de la crisis sanitaria?	,092	,521	,306	,015	,519	,534
¿Qué tipo de productos adquiría en tiendas físicas antes de la crisis sanitaria?	,033	,477	,255	,008	,477	,485
En 2019, ¿Cuánto gastó aproximadamente (en euros) en productos en tiendas físicas?	,088	,450	,269	,038	,446	,484
Total activo	2,674	2,505	2,589	2,416	2,180	4,596

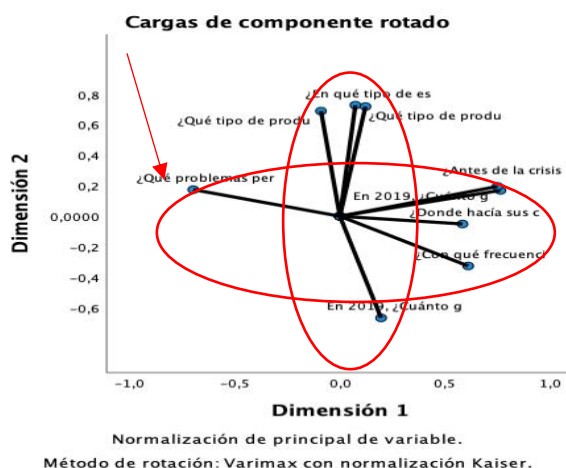
a. Método de rotación: Varimax con normalización Kaiser.

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico (4.7) se puede observar de una forma más visual, la presencia de dos ejes (dimensiones) totalmente diferenciados por la pauta de consumo (online o tiendas físicas) de las personas encuestadas.

Sin embargo, una de las variables tiene un comportamiento diferente ‘Los problemas para comprar en tiendas físicas derivados de la pandemia’, lo que puede deberse a que expone un problema al que los consumidores se harán frente en medio de una pandemia y no a cómo se van a comportar a la hora de consumir. Pese a estar dentro de la dimensión 1 de consumo online y tener un gran peso en este grupo, se comportará diferente por lo explicado anteriormente. Esta variable se considera de gran importancia, ya que de ello va a depender en gran medida que las compras en tiendas físicas recuperen los números que tenían antes de la pandemia como se ha comentado previamente, lo que puede provocar el cierre de muchas tiendas físicas, ya sean de grandes marcas o tiendas tradicionales.

Gráfico 4.7 Cargas de componente rotado.



Fuente: Elaboración propia

Por medio de este análisis, se aprecia la existencia de comportamientos diferentes para las variables relacionadas con la compra online, que para aquellas que principalmente se relacionan con la compra en tiendas físicas. Ello podría darnos pistas de que las empresas del sector textil deberían diseñar políticas diferenciadas para ambos tipos de canales de distribución. Además, se confirma la hipótesis que nos habíamos planteado, en el objetivo 5, en el que la compra online y la realizada en tiendas físicas tiene patrones diferenciados, tras el impacto de la pandemia.

Además de el análisis previo podemos concluir, que derivado de la pandemia, son cada vez más los consumidores que se suman y confían en la compra online de productos textiles (calzado, prendas de vestir, textil de hogar, etc.) siendo un momento clave, en el que muchos negocios del sector se han tenido que reinventarse, para poder subsistir, al menos dentro del mercado e-commerce.

Por ello, según los informes comentados anteriormente en el análisis, la cuota de mercado del negocio online es cada vez mayor y pese a que las restricciones con el paso del tiempo en cuanto a aforo en tiendas y movilidad de las personas es menor, los datos nos demuestran, que esta forma de consumo tiende a ser en un futuro la más usada por los consumidores, gracias a la facilidad y comodidad que las empresas ofrecen a sus clientes para comprar a través de sus plataformas o webs, ya que en cualquier momento o en cualquier situación se pueden adquirir diferentes prendas o productos y al día siguiente poder disfrutarlo gracias a la rapidez de los envíos que ofrecen las empresas de transporte.

4. CONCLUSIONES

En este análisis del sector textil y los cambios de sus patrones de consumo, sacamos una lectura clara de cómo es un sector en constante cambio, desde épocas pasadas hasta la actualidad, marcada por una pandemia que deriva en una crisis económica, cambiando por completo y de forma radical, la forma de consumir y la forma de ofrecer productos por parte de las empresas.

Se ha revisado históricamente el sector textil, en el primer capítulo de este trabajo, para ofrecer una visión de su marco histórico y conocer cómo fueron los inicios de un sector tan importante para la economía española. Teniendo como referencia un momento muy importante para el sector, como lo fue, la **Revolución Industrial**, momento en el cual, se empieza a solidificar el sector. En esta etapa se incluyen mejoras en la forma de producir o en el empleo, como se ha tratado en el capítulo 1 de este trabajo. A pesar de las dificultades que experimentó el sector textil español para adaptarse a esta industrialización, al contrario que en algunos países de Europa en los que se consiguió un cambio muy rápido.

En el segundo capítulo, se planteó el objetivo de realizar un análisis económico del sector lo más actual posible, centrándonos en los años siguientes a la crisis económica financiera que sufrió el mercado español a partir del año 2008. Concluyéndose este capítulo, que podemos asegurar que las crisis en este sector afectan de forma notoria, reduciendo los volúmenes de negocio, destruyendo empleo y generando déficits en el saldo de la balanza comercial, afectando negativamente a los hogares españoles, lo que les lleva a cambiar de hábitos de consumo, quedando en segundo plano aquello de '*comprar ropa o zapatos*'.

En la segunda parte del trabajo, se planteaba conocer el cambio de las pautas de consumo de la población española, para lo que se realizó una pequeña encuesta, que pese a tener una muestra pequeña de encuestados, nos ha dado una gran información para sacar grandes conclusiones a través de un análisis multivariante, de cómo se va a comportar el consumidor ante la actual pandemia. Esta ha parado los mercados casi por completo durante algunos meses, llenándolos de incertidumbre y obligando al consumidor a adaptarse de forma drástica.

Se ha podido constatar que el consumo de productos textiles de forma online, un negocio que viene gestándose desde hace unos años atrás, ha aumentando su importancia con el paso del tiempo, gracias a la evolución de las tecnologías y canales de distribución, mejorando así la accesibilidad a personas que no estaban muy habituadas a este tipo de consumo.

Gracias a esta forma de consumo, muchas empresas han sabido sobrevivir a la crisis económica actual, e incluso, han surgido empresas, las cuales son exclusivas en la compra online, algo que puede resultar positivo para la economía, generando puestos de trabajo y que no caiga en picado el mercado textil, como ha sucedido en otros sectores.

La encuesta nos ha dado información suficiente para conocer cómo se van a comportar los consumidores en años futuros, sabiendo que cada vez está más consolidado el consumo en ecommerce (venta online) entre ellos. Además, nos ha permitido analizar los distintos problemas a los que se enfrentan las tiendas físicas para adaptarse a la 'nueva normalidad' a la que nos ha llevado la pandemia, como las limitaciones de aforo

Por último, a través del análisis multivariante, hemos podido observar y analizar la relevancia y la relación de las variables de nuestra encuesta, en la que tenemos dos dimensiones claramente definidas compra online y compra en tienda física, siendo las variables más relevantes el *consumo online de productos textiles* en la dimensión 1 y *tipos de establecimientos de compra físicas* en la dimensión 2. Por lo que, sabiendo en que tipos de establecimientos se mueven los consumidores, podemos llegar a concluir si son posibles clientes potenciales para comprar de forma online y en el caso de las empresas del sector poder dirigirse a ellos como posibles consumidores futuros de sus webs o plataformas.

Se ha cumplido con el objetivo que se planteaba en la introducción de este trabajo, analizando económicamente el sector y el comportamiento de los consumidores antes una situación como la actual en un sector complejo, debido a sus constantes cambios y adaptaciones debido a circunstancias económicas o sociales.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Alhogbi, B. G. (2017). La industrialización de los países atrasados de Europa. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 21–25. <http://www.elsevier.com/locate/scp>
- Alonso Ibarra, M. (2019). El ejército sublevado en la guerra civil española. Experiencia bélica, fascistización y violencia (1936-1939). *Tesis Doctoral, Universidad Autónoma de Barcelona*, (300-301).
- Álvarez Martín, M. M. (2013). La decadencia de la industria textil en Castilla y León y el espejismo de la autarquía franquista (1898-1952). *Investigaciones de Historia Económica*, 9(2), 108–119.
- Banda, D. L. (2021). *Los precios industriales del textil se mantienen planos en febrero - Noticias* <https://es.fashionnetwork.com/news/Los-precios-industriales-del-textil-se-mantienen-planos-en-febrero.1290251.html>
- Capó Vicedo, J., & Masiá Buades, E. (2004). Evolución del sector textil en España: el caso textil-hogar. *Economía Industrial*, 355, 283–304.
- Deu, E., & Llonch, M. (2013). Autarchy and the delay in technological advance in the Spanish textile industry, 1939-1959. *Investigaciones de Historia Económica*, 9(1), 11–21. <https://doi.org/10.1016/j.ihe.2012.10.013>
- CESCE. (2019). Informe Sectorial de la Economía Española. *Sector textil* . (1-36) <https://www.cesce.es/es/-/comunicacion/sala-de-prensa/cesce-presenta-informe-sectorial-la-economia-espanola-2019>
- El Economista.es. (2020). "Información Ranking de Tubacex". *Ranking Empresas*. <http://ranking-empresas.eleconomista.es>
- El Confidencial.es. (2020). *La industria textil pierde 20.000 empleos en 2008 al acelerar la crisis su proceso de reconversión*. https://www.elconfidencial.com/mercados/2009-01-29/la-industria-textil-pierde-20-000-empleos-en-2008-al-acelerar-la-crisis-su-proceso-de-reconversion_980404/
- Ernst & Young, S. . (2020). *Informe Sector Moda En España. Análisis Del Impacto de La Crisis Del COVID-19*, 24. [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-informe-sector-moda-en-espana-covid-19/\\$FILE/ey-informe-sector-moda-en-espana-covid-19.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/ey-informe-sector-moda-en-espana-covid-19/$FILE/ey-informe-sector-moda-en-espana-covid-19.pdf)
- FICE Federación de Industrias del Calzado (2010). *España importó un 20% de calzado en 2010*. <https://fashionunited.com.ar/v1/leads/espaa-import-20-de-calzado-en-2010/2011042617088>

- García, J. J. (2005). "El desarrollo de la industria textil lanera en Pradoluengo". *Tesis Doctoral, Universidad de Burgos.*(770-780)
- García Guerra, E. M. (2011). "La estabilización monetaria en 1680". *Investigaciones de Historia Económica.* 7(2), 347–348.
- García-Valdecasas, J. I. y Somarriba Arechavala, N., (2021) "Evolución del sector textil en España", en A. Trinidad y R. Soriano (dir.), *Globalización y consumo de prendas de vestir en el norte global*, MADRID: **Tecnos**
- Garrido, F. (1867). *La España Contemporánea, sus progresos morales y materiale.* Barcelona: S.Manero
- Morales, E. (2021). *La industria textil española redujo su cifra de negocio un 8,4 % en 2020.* <https://es.fashionnetwork.com/news/La-industria-textil-espanola-redujo-su-cifra-de-negocio-un-8-4-en-2020,1291316.html>
- Hernández García, R. (2003). La industria textil rural en Castilla: Astudillo (1750-1936). *Facultad de ciencia económicas y empresariales. Tesis doctoral de la Universidad de Valladolid.* (188-215)
- INE (2009): CNAE. *Listado completo de actividades 2009*
https://www.ine.es/dyngs/INEbase/es/operacion.htm?c=Estadistica_C&cid=1254736177032&menu=ultiDatos&idp=1254735976614
- ICEX España Exportación e Inversiones (2021). *Balanza comercial de España en el sector textil.* <https://www.icex.es/icex/es/index.html>
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2019). *La industria textil marroquí acoge a empresas españolas para su expansión y desarrollo.*
<https://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/todos-nuestros-servicios/información-de-mercados/paises/navegacion-principal/noticias/NEW2019820995.html?idPais=MA>
- IDEPA. (2021). Directorio central de empresas. *Empresas por condición jurídica, actividad principal (grupos CNAE 2009) y estrato de asalariados* .
<https://www.idepa.es/conocimiento/flash-sectorial/sector-textilINE>.
- INE (Instituto nacional de Estadística) (2021). Resultados Nacionales. *Empresas activas.*
<https://www.ine.es/index.htm>
- INE (Instituto nacional de Estadística) (2021). Resultados Nacionales. *Índices nacionales de Subgrupos.* <https://www.ine.es/index.htm>
- INE (Instituto nacional de Estadística) (2021). Resultados nacionales. *Ocupados por sexo y rama de actividad.* <https://www.ine.es/index.htm>

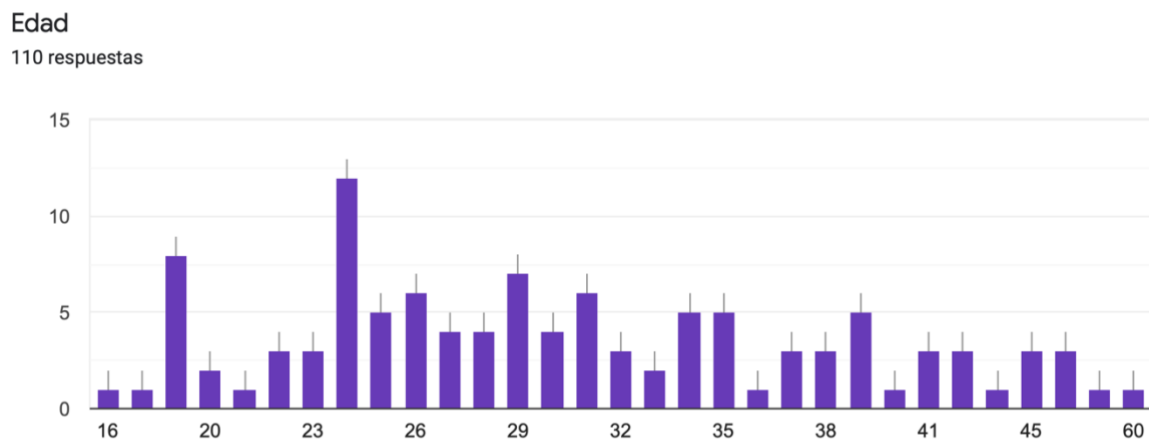
- Kaiser, H. F. (1958). The varimax criterion for analytic rotation in factor analysis. *Psychometrika*, 23(3), 187–200. <https://doi.org/10.1007/BF02289233>
- Martín García, J. J. (2016). “XIX : El libro de cuentas de Manuel Martínez Lerma” *Revista Española de Historia de la Contabilidad*. 24, 6–40.
- Modaes. (2020). *Informe de la moda online en España 2020*. <https://www.modaes.es/publicaciones/informes/moda-online-2020.html>
- Modaes.es. (2020). *El textil: ¿Una crisis especial?* <https://www.modaes.es/blogs/ojo-al-dato/el-textil-una-crisis-especial.html>
- Nieto Galán, A. (1996). Industria textil e historia de la tecnología: las indianas de la primera mitad del siglo XIX. *Revista de Historia Industrial. Economía y Empresa*, 0(9), 11–37. <https://doi.org/10.1344/rhi.v0i9.18347>
- Núñez-Cansado, Marian; López-López, Aurora; Somarriba-Arechavala, Noelia (2021). “Publicidad encubierta en los *kidsfluencers*. Una propuesta metodológica aplicada al estudio de caso de los diez youtubers menores con más seguidores de España”. *Profesional de la información*, v. 30, n. 2, e300219. <https://doi.org/10.3145/epi.2021.mar.19>
- Orellana f. (1860). “Exposición Industrial y Artística de Productos del Principado de Cataluña”. *Hilados, tejidos y estampados de algodón y mezclas* (185-234). Barcelona: Jaime Jepús
- Osorio V. (2018): *Inditex: ¿dónde fabrica el gigante textil?*. <https://www.expansion.com/empresas/distribucion/2018/09/29/5baf99b0e2704e3a9e8b457d.html>
- Rica, U. D. C., Céspedes, N., Juan, M., Cardoso, C., Gladys, M., Rodríguez, G., Rica, U. D. C., José, S., & Rica, C. (2010). “Análisis de Componentes Principales y Análisis de Regresión para Datos Categóricos. Aplicación en la Hipertensión Arterial”. *Teoría y Aplicaciones*, vol. 17, núm. 2, 2010, pp. 199-230
- Salesupply.es. (2021). *Informe 2020: El sector de la moda española online*. <https://www.salesupply.es/media/salesupply-blog/informe-2019-el-sector-de-la-moda-española-online/>
- Torras, J. (2019). “La Industria antes de la fábrica”. *Estudios históricos* . Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca.
- García-Valdecasas, J. I. y Somarriba Arechavala, N., (2021) “Evolución del sector textil en España”, en A. Trinidad y R. Soriano (dir.), *Globalización y consumo de prendas de vestir en el norte global*, MADRID: **Tecnos**

Vallejo, P. M. (2011). El Análisis Factorial en la construcción e interpretación de test, escalas y cuestionarios. *Documento de la Facultad de Ciencias Humanas y Sociales, Universidad Pontificia Comillas, Madrid.*

ANEXO

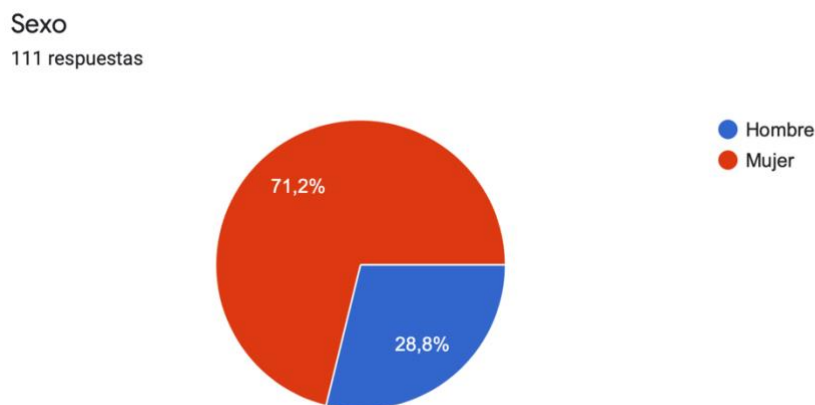
Gráficos de respuesta a la encuesta del comportamiento del consumidor.

Gráfico A.1 Edad de los entrevistados



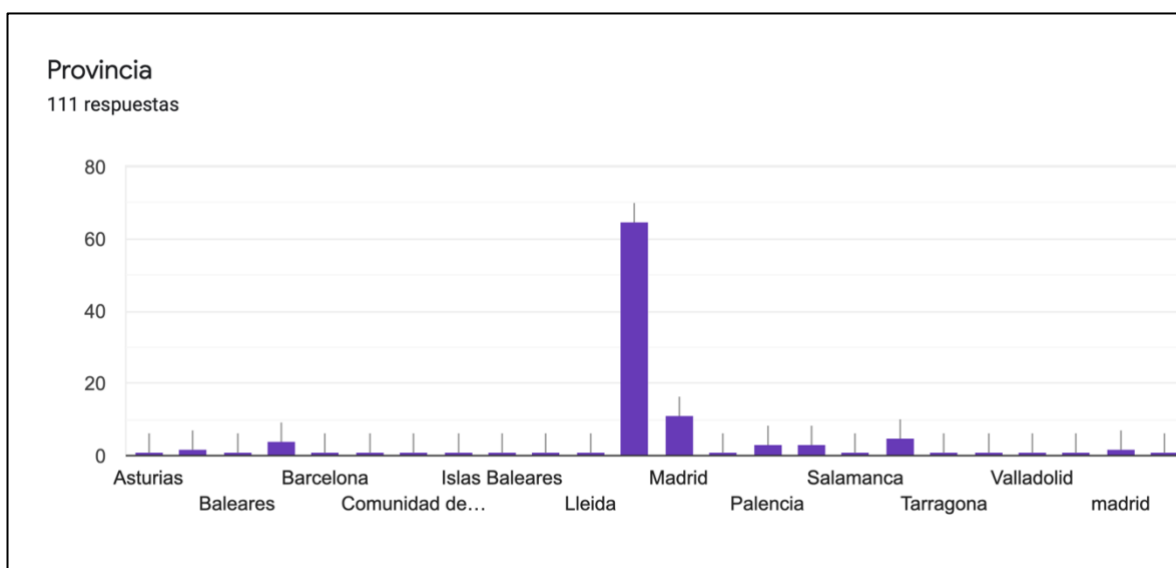
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.2 Sexo de los entrevistados



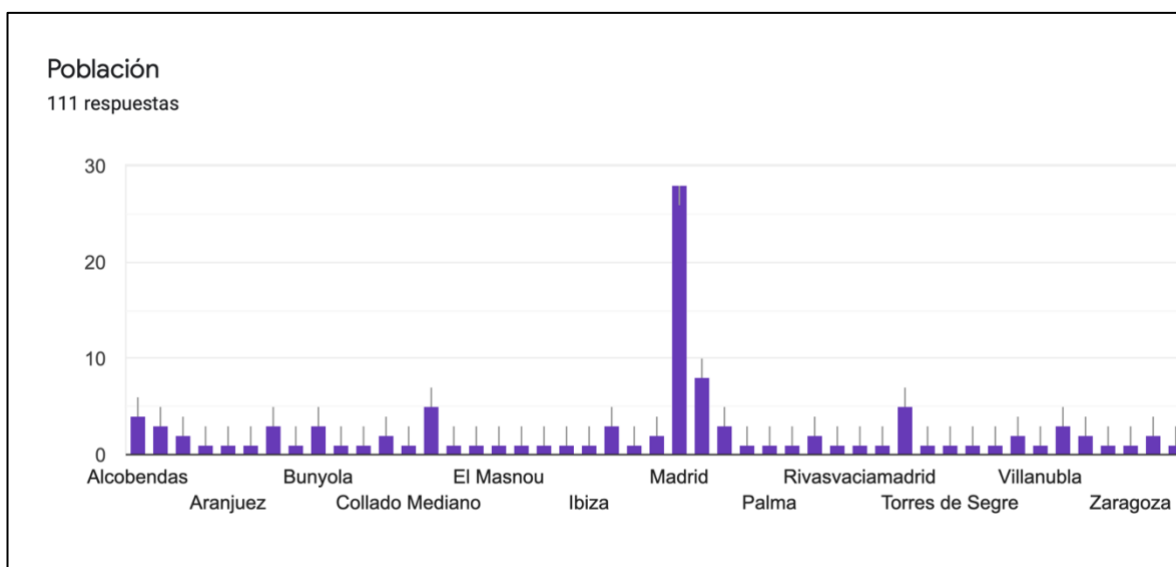
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.3 Provincia de los entrevistados



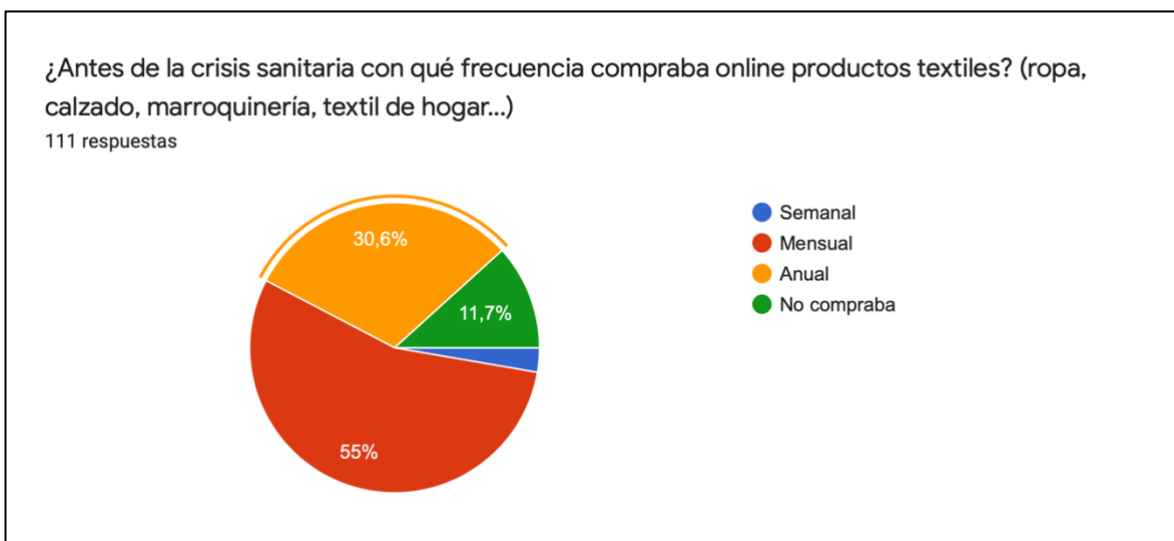
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.4 Población de los entrevistados



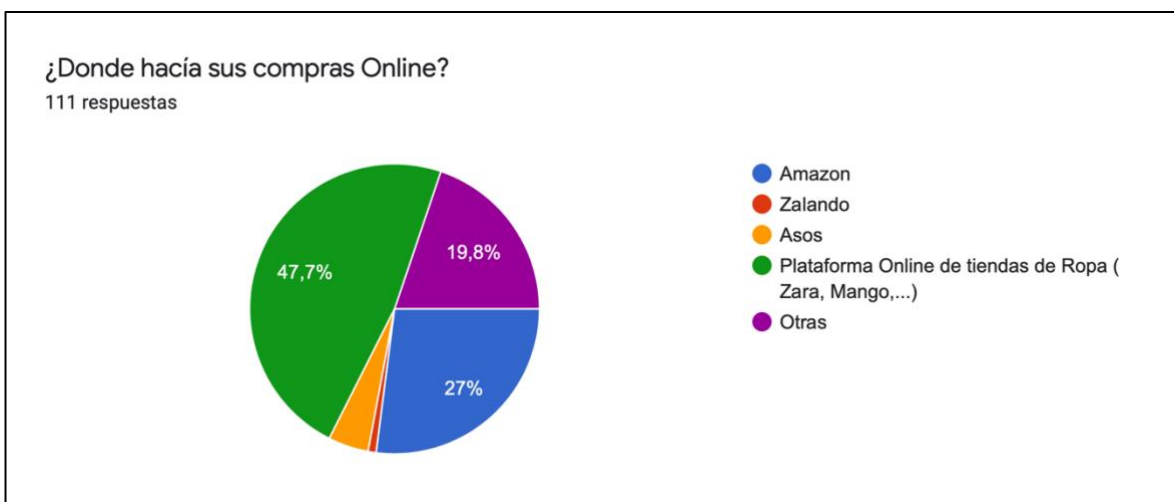
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.5 Frecuencia de compra online antes de la pandemia



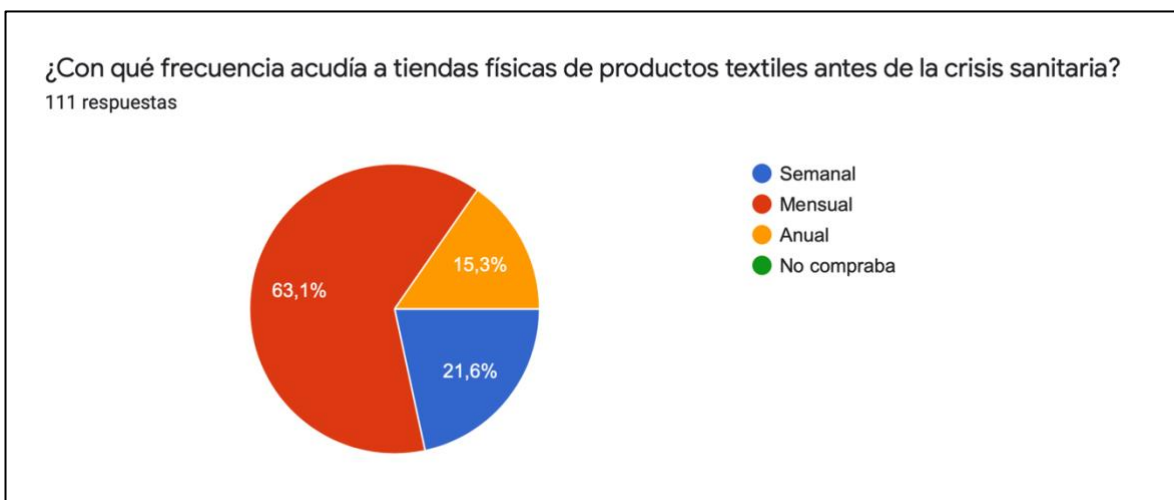
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.6 Plataformas de compra online



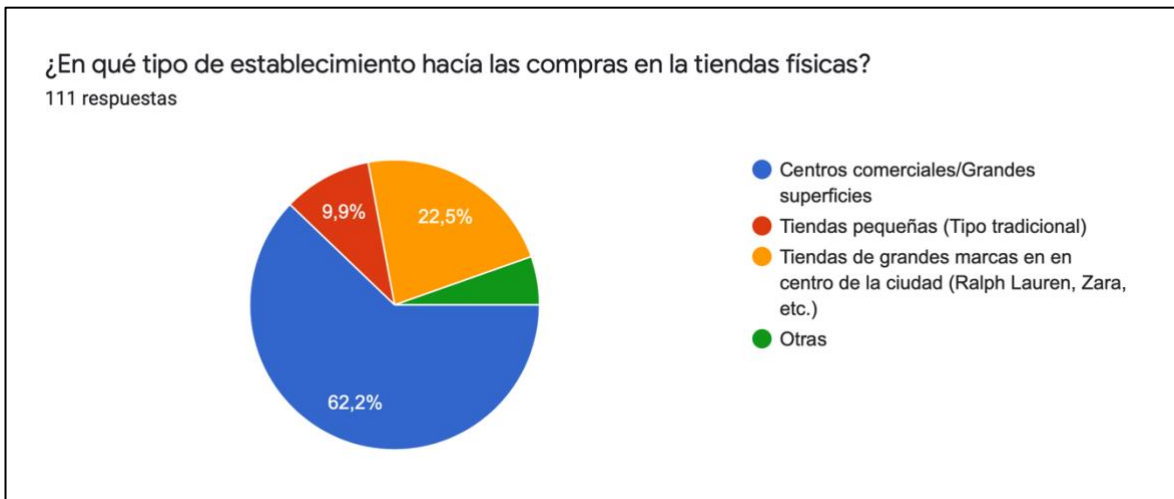
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.7 Frecuencia de compra en tiendas físicas



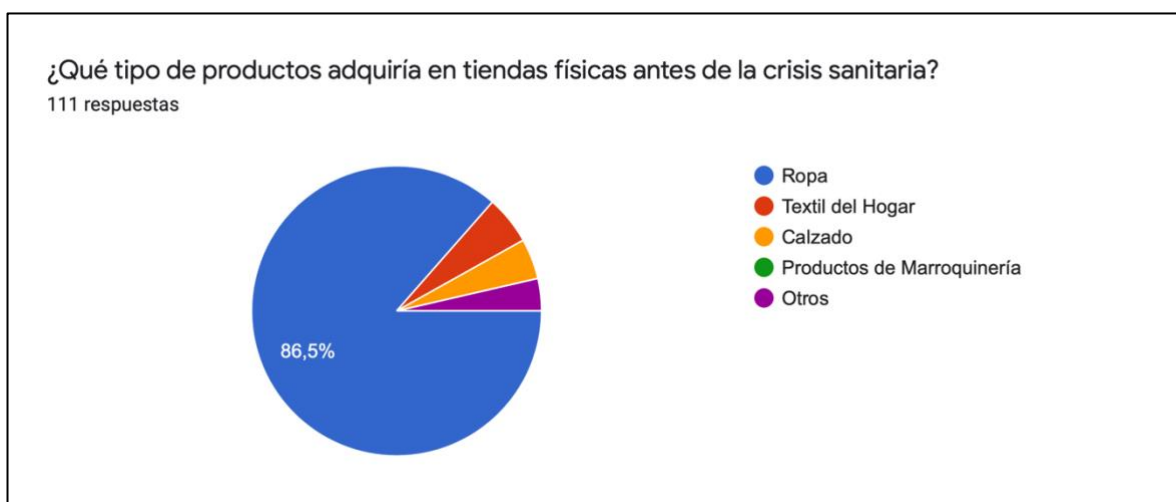
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.8 Tipo de establecimiento de compras físicas



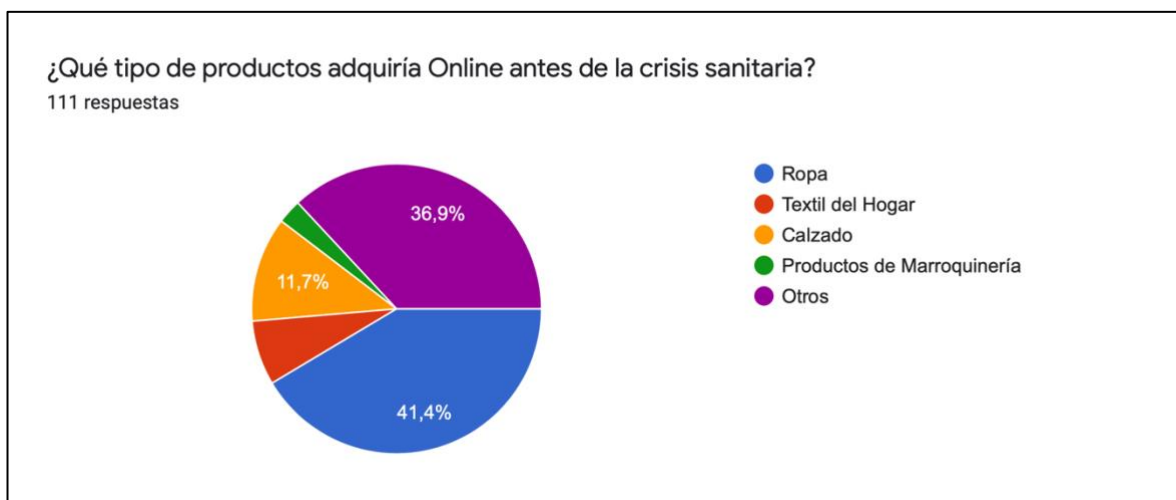
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.9 Tipo de productos adquiridos en tiendas físicas



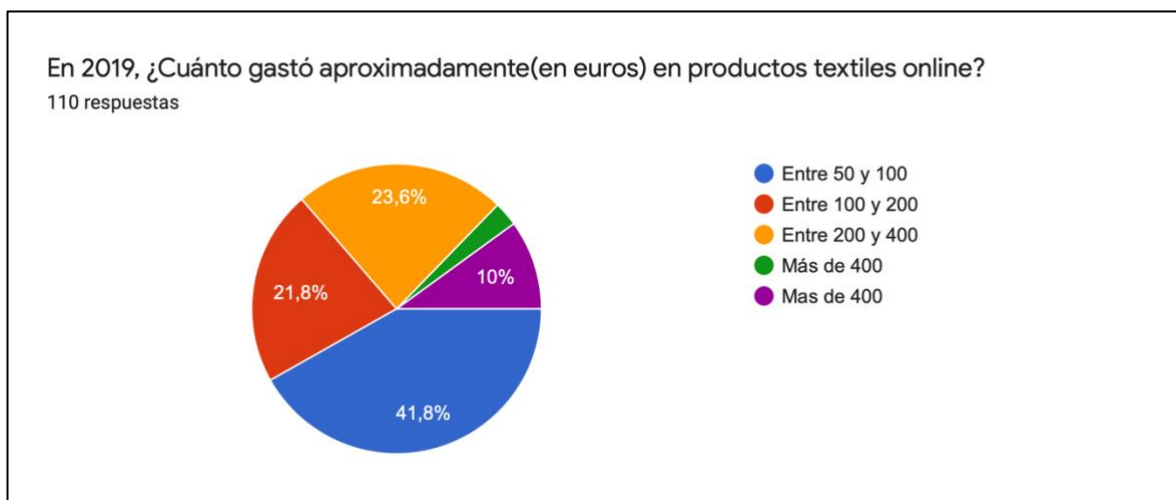
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.10 Tipo de productos adquiridos online antes de la pandemia



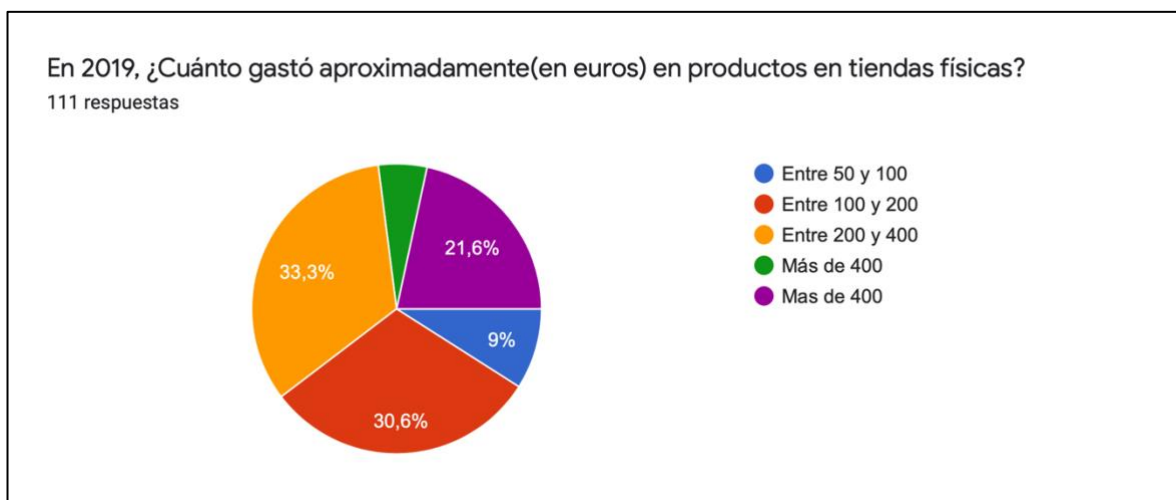
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.11 Gasto en euros en productos textiles (online)



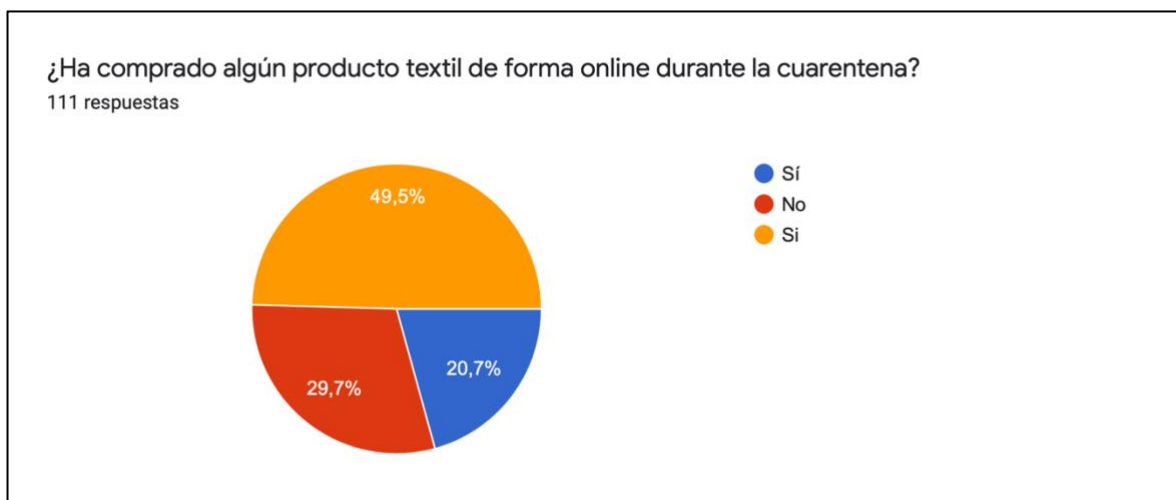
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.12 Gasto en euros en productos textiles (tiendas físicas)



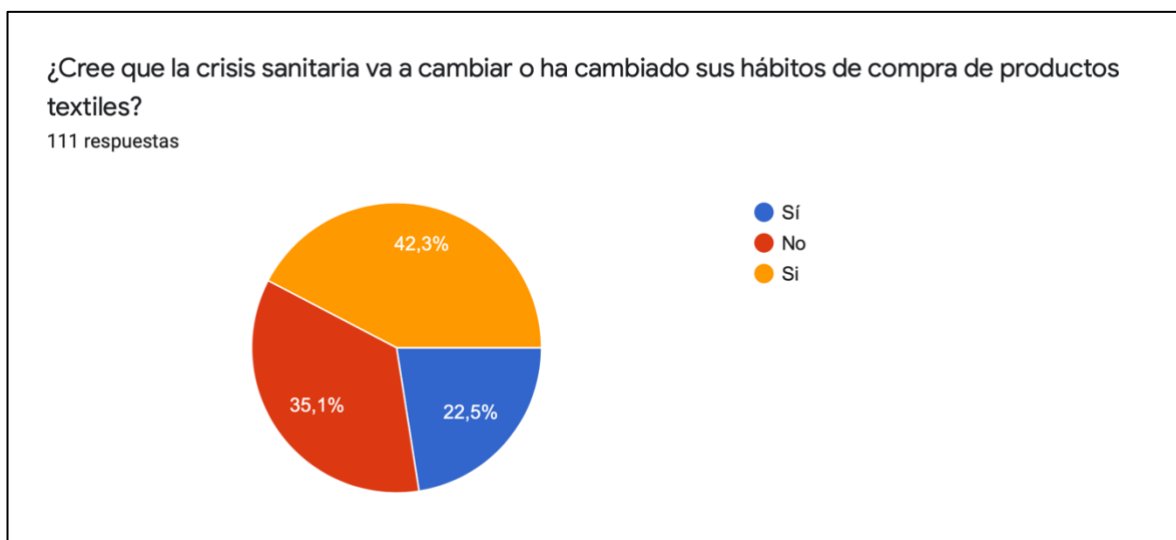
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.13 Compra de productos durante la cuarentena (online)



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.14 Cambio de hábitos de consumo en los encuestados



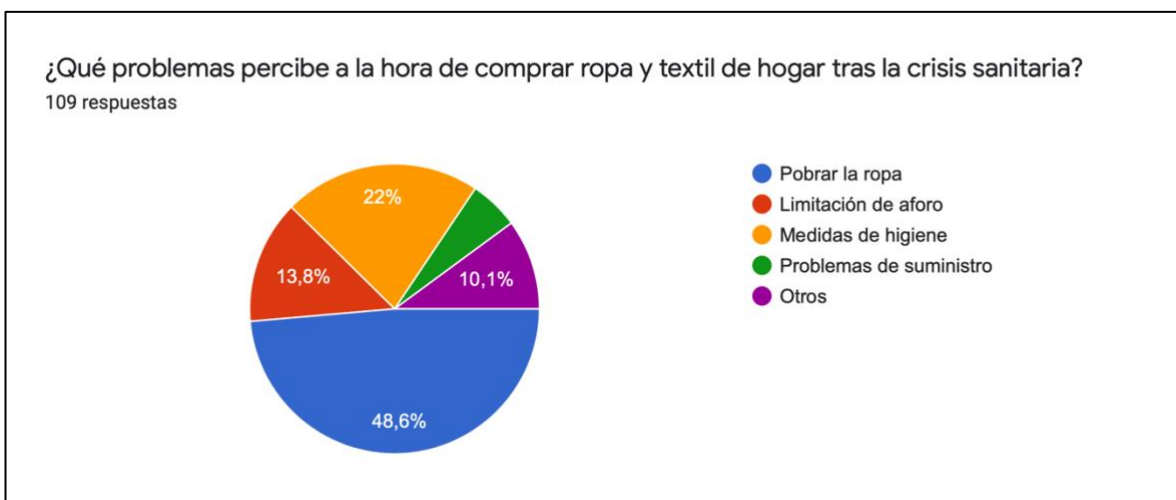
Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.15 Preparación de las tiendas para pedidos online



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico A.16 Problemas percibidos en tiendas físicas tras la pandemia



Fuente: Elaboración propia.