

# El Estado del Sector Textil en Aragón: Moda y Mucho Más



## Santiago Vicente Gómez

Vocal del Comité Ejecutivo FITCA | Emprendedor,  
Gestor de proyectos y Técnico en Innovación

## Conchita Sanz Sanz

Departamento de Comunicación FITCA

## Resumen

El sector textil/confección/moda ha experimentado en las últimas décadas una gran transformación que ha traído consigo deslocalización y polarización máximas. A pesar de ello, en Aragón, poseedores de una larga tradición textil, hemos sabido aunar esfuerzos mediante el asociacionismo, con FITCA como punta de lanza, para evolucionar manteniendo nuestras peculiaridades y hoy por hoy, destacar como territorio de referencia. Basando su estrategia en la calidad, la innovación y la especialización el textil aragonés sigue presentándose como un sector estratégico de vital importancia para el futuro de nuestra comunidad.

## Palabras Clave

Textil, Confección, Calidad, Innovación, Tejido industrial, Diseño, Moda, Sostenibilidad, FITCA, Competitividad, Talento, Retail, Comercio textil, Logística, Sastrería, Modistería



## Introducción

Lo que entendemos por sector textil abarca la industria textil y de la confección y la distribución y ventas de sus productos. En Aragón históricamente este sector ha dispuesto de una gran importancia estratégica. A pesar de los profundos cambios a nivel mundial que está sufriendo, y que han supuesto una gran disminución de su volumen, existen elementos que lo mantienen y que invitan a pensar que es posible su fortalecimiento y su sustentabilidad a lo largo del tiempo.

## Antecedentes: historia y tradición

El sector textil aragonés atesora una larga historia que tiene sus orígenes en los albores de la industrialización. Presentes en diferentes momentos de la evolución comercial e industrial de Aragón, diseñadores, confeccionistas, talleres auxiliares y todo tipo de agentes del sector han sido y son punteros logrando traspasar fronteras más allá de nuestra comunidad en no pocas ocasiones.

Desde la antiquísima Hermandad de Sastres, fundada en 1633 hasta los modernos centros logísticos de la actualidad encontramos ejemplos de un sector de marcada importancia para nuestra economía. Antiguas fábricas de Yute, más de una decena en Zaragoza, abastecían el mercado del textil agrícola nacional. Fábricas de corsetería fueron líderes nacionales en los años 20 y 30 del siglo XX, siglo en el que siempre han existido empresas aragonesas en la vanguardia de este mercado, configurando un rico catálogo histórico.

Bien es cierto que nuestra comunidad ha dado pocas marcas de éxito en las últimas décadas, pero en cambio hemos contado con confeccionistas capaces de crear productos muy competitivos y con talleres auxiliares de confección de primer nivel que antes de la gran deslocalización global del

sector, realizaban producciones de alta calidad para grandes marcas de lujo a nivel mundial. Mención a parte merece el mundo de los diseñadores, con el gran Manuel Pertegáz a la cabeza y como referente, además de otros nombres como Margarita Nuez o Antonio Burillo que se han labrado carreras de éxito internacional.

## El momento actual: Crisis global

En los últimos años el sector textil más que una transformación ha sufrido una auténtica revolución en todos sus ámbitos: formas de producción y de consumo han mutado radicalmente dando lugar a un panorama totalmente nuevo. No hay agente en el sector que no se haya visto dramáticamente afectado por estos cambios. La deslocalización brutal ha trasladado la práctica totalidad de las grandes producciones textiles españolas primero a lugares cercanos como Marruecos y Portugal, luego a Europa del este y finalmente a Asia, lo que ha conllevado el desmantelamiento de buena parte del tejido industrial del textil en nuestro país y en el resto del mundo occidental.

Nuestra comunidad inevitablemente, no han sido ajena a esta revolución. En los últimos años continúa la desaceleración de la producción y de las ventas en la industria textil y de la confección en un contexto de cambios de hábitos de los consumidores y de una fuerte competencia internacional, a la que se une una pérdida constante del volumen de trabajadores del sector por el factor añadido de la fuerte transformación tecnológica sufrida.

En cuanto al comercio textil, los aragoneses gastamos poco en ropa en comparación con el resto de las comunidades autónomas. El gasto medio por habitante, al igual que las ventas se sitúan en las tres provincias por debajo de la media nacional, y nuestra evolución sigue la tendencia

de todo el estado y la de los países desarrollados en general: descenso continuado durante el periodo 2010-2014 y ligeras subidas en los últimos años.

### El sector textil y sus peculiaridades: no solo moda

Habría que comenzar acotando de que hablamos cuando nos referimos al sector textil. Tradicionalmente existe la diferenciación entre la industria textil, la de la confección y la del calzado, el cuero y la peletería; pero nos encontramos además con todo el entramado comercial, la sastrería, el mundo de los diseñadores de moda, los productos textiles que no son moda (toldos, hogar...) y la logística textil para finalizar, de importancia estratégica en nuestra comunidad. En cualquier caso, todos ellos comparten las características y la evolución a la que nos referíamos cuando hablábamos de la situación actual.

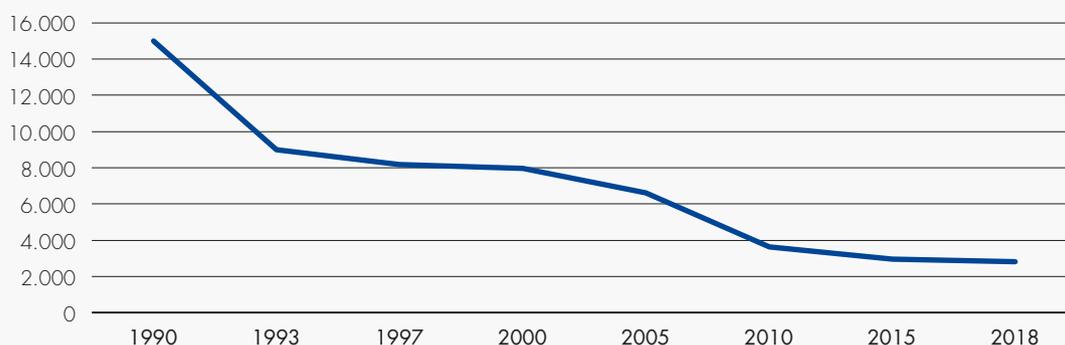
En Aragón nuestro sector se ha caracterizado por la atomización: empresas y pequeños talleres configuran nuestro tejido industrial. En

los últimos veinte años las empresas de más de 50 trabajadores no han llegado nunca a la decena, aproximadamente el 40% de las empresas textiles no tiene personal asalariado y más del 80% tienen menos de 5 trabajadores. Por otro lado, la actividad textil ha sido siempre un agente vertebrador del territorio y potenciador del entorno rural, al no estar polarizada en la capital. Zonas como Caspe y Maella, entre otras, con la confección o Illueca y Brea con el calzado han tenido, en este sector la referencia y el catalizador de su desarrollo, y hoy en día en algunos casos, la esperanza de su supervivencia.

### Volumen del sector e indicadores económicos

Remontándonos al comienzo de la década de los noventa y analizando los datos desde entonces observamos la importante pérdida sufrida en estos años en casi todas las variables de actividad que lo definen. En ese tiempo (finales de los 80, principios de los 90) el sector industrial textil, de la confección y el calzado daba trabajo en Aragón a 15.000 personas,

**Evolución de número de empleados de la industria textil (1990-2018)**



Fuente: Instituto Nacional de Estadística



lo que suponía el 15% de la actividad industrial de la comunidad. Para el fin de siglo esta cifra se había reducido a algo menos de 8.000 empleados (7.965 en el año 2000) quedando reducida de nuevo hasta 2.799 según datos de 2018. Estos datos son los que se manejan habitualmente al hablar del sector textil pero como anticipábamos no debemos olvidar la parte comercial. Si añadimos los trabajadores del comercio textil las cifras se elevan hasta los 12.391 trabajadores en 2013, 12.119 en 2015 y 11.389 en 2019. Lo que nos da una idea más cercana a la realidad de la dimensión total del sector y de su decrecimiento, no tan pronunciado.

Si nos fijamos en el número de empresas activas los datos arrojan números similares: en el año 2000 eran 1.294 las que operaban en nuestro territorio, en la actualidad no llegan al medio millar (498 en 2018), suponiendo una disminución del 60%

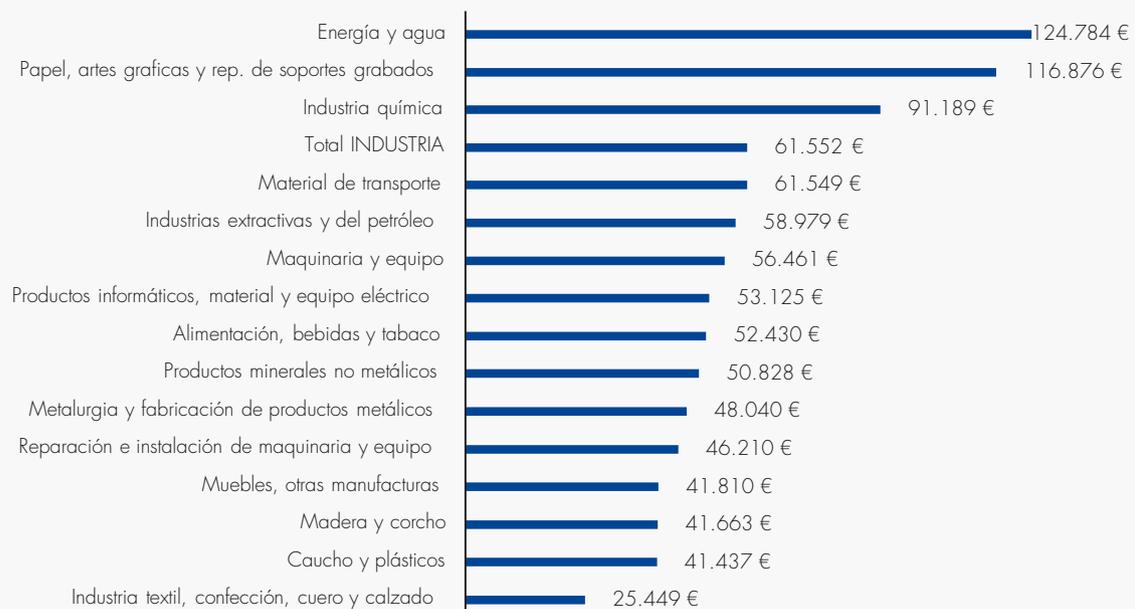
aproximadamente. Esta tendencia es muy similar a la experimentada a nivel estatal. Si separamos los datos de la confección de los del textil vemos que en los últimos 8 años el número de empresas textiles decreció un 18% en España y un 17,3% en Aragón, mientras que para las empresas de confección el dato fue de un decrecimiento del 31,5% a nivel nacional y un 44,9% en nuestra comunidad.

En cuanto a los datos puramente económicos el panorama no es muy diferente: los datos de cifra de negocio global del sector eran 349.554.000 € en el año 2000 que se quedaban en 234.096.000 € en 2018. Por el camino quedan años de caída debido a la crisis generalizada, arrojando el peor dato en el año 2013 con 237.181.000 € y con un ligero repunte desde entonces, siguiendo una curva muy similar a la de la cifra de negocio del total nacional. Los indicadores de productividad muestran baremos semejantes con

### Evolución del número de empresas textiles y de confección (2008 - 2018)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>13 Industria textil</b>	<b>7.948</b>	<b>7.668</b>	<b>7.037</b>	<b>6.649</b>	<b>6.437</b>	<b>6.143</b>	<b>6.039</b>	<b>6.074</b>	<b>6.125</b>	<b>6.256</b>	<b>6.518</b>
131 Preparación e hilado de fibras textiles	759	707	624	571	552	523	487	455	427	420	430
132 Fabricación de tejidos textiles	548	509	508	467	437	421	412	411	397	397	423
133 Acabado de textiles	969	1.022	925	857	807	770	723	718	741	789	850
139 Fabricación de otros productos textiles	5.672	5.430	4.980	4.754	4.641	4.429	4.417	4.490	4.560	4.650	4.815
<b>14 Confección de prendas de vestir</b>	<b>13.181</b>	<b>12.171</b>	<b>10.962</b>	<b>10.151</b>	<b>9.710</b>	<b>8.952</b>	<b>8.647</b>	<b>8.667</b>	<b>8.578</b>	<b>8.779</b>	<b>9.025</b>
141 Confección de prendas de vestir, excepto de peletería	11.819	10.938	9.871	9.143	8.784	8.105	7.854	7.912	7.864	8.098	8.350
142 Fabricación de artículos de peletería	362	328	284	260	235	211	196	178	161	157	152
143 Confección de prendas de vestir de punto	1.000	905	807	748	691	636	597	577	553	524	523
<b>15 Industria del cuero y del calzado</b>	<b>5.656</b>	<b>5.294</b>	<b>4.882</b>	<b>4.745</b>	<b>4.707</b>	<b>4.668</b>	<b>4.616</b>	<b>4.753</b>	<b>4.738</b>	<b>4.691</b>	<b>4.726</b>
151 Preparación, curtido y acabado del cuero; fabricación de artículos de marroquinería, viaje y de guarnicionería y talabartería; preparación y teñido de pieles	1.609	1.500	1.345	1.268	1.229	1.201	1.150	1.166	1.152	1.179	1.196
152 Fabricación de calzado	4.047	3.794	3.537	3.477	3.478	3.467	3.466	3.587	3.586	3.512	3.530

## Productividad aparente del factor trabajo por sectores de actividad en 2018 (medida por la ratio VAB coste de los factores por persona ocupada)



Fuente: Instituto Nacional de Estadística

algunas alteraciones tras las salidas de las recesiones de los noventa y de 2008 en la que los ajustes del sector la hicieron aumentar, con la particularidad de que la productividad del sector siempre se encuentra entre las más bajas, de lo que se deriva que los salarios también lo son. En 2016 el de la industria textil se situaba en 11.944€ y el de la confección de prendas de vestir en 12.621€.

Por otro lado, El VAB, valor añadido bruto a coste de los factores del textil fue de 23.112 millones de euros y el de la confección 17.853 millones de euros, alcanzando el 0,4% y el 0,3% sobre el total del VAB en Aragón, aportaciones ligeramente inferiores a las que hacen estos sectores a nivel nacional. Y si repasamos su evolución temporal vemos que el porcentaje que el sector aportaba al global de la comunidad era del 7% en 1990. En el año 2010 ya estaba por debajo del 2%.

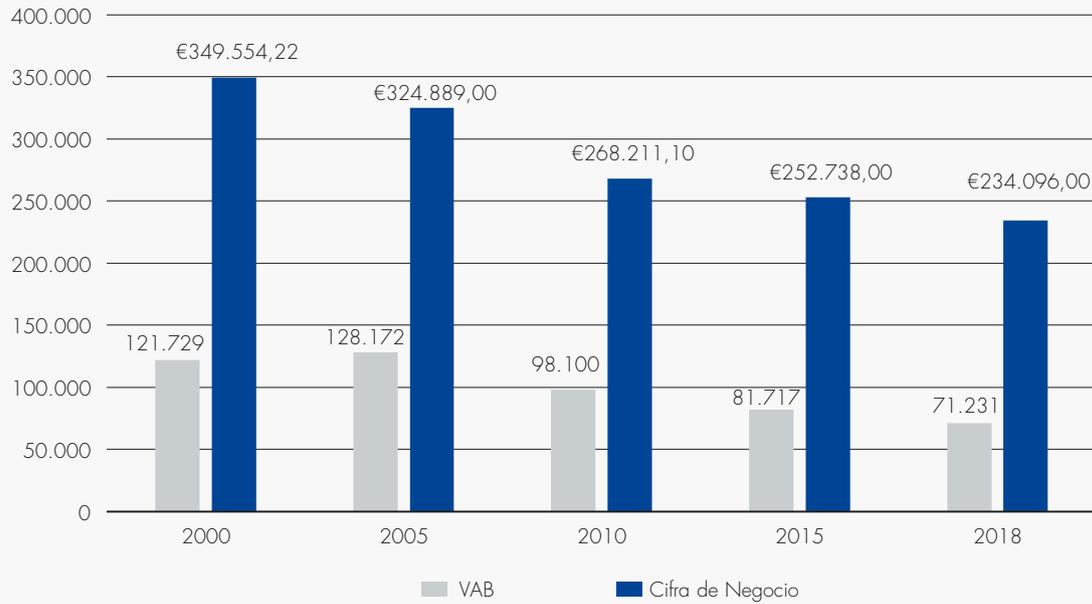
### Exportaciones

En cuanto a las exportaciones estas han aumentado considerablemente en estos últimos años. En este caso debemos apuntar algo que es común al resto de las variables de este estudio: Al tratarse de un sector tan empequeñecido en los últimos años cualquier movimiento de empresas de envergadura puede distorsionar los datos de manera significativa tanto en un sentido como en otro. La implantación de los servicios logísticos de la gran multinacional española del sector ha supuesto por ejemplo un aumento radical de las exportaciones sin que ello signifique necesariamente una mejora del sector en su totalidad.

Según lo aportado por el ICEX en su Informe elaborado a partir de los datos suministrados por el Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la AEAT, en el año 2010 el valor total de las exportaciones ascendió a 506.826.000 € supo-

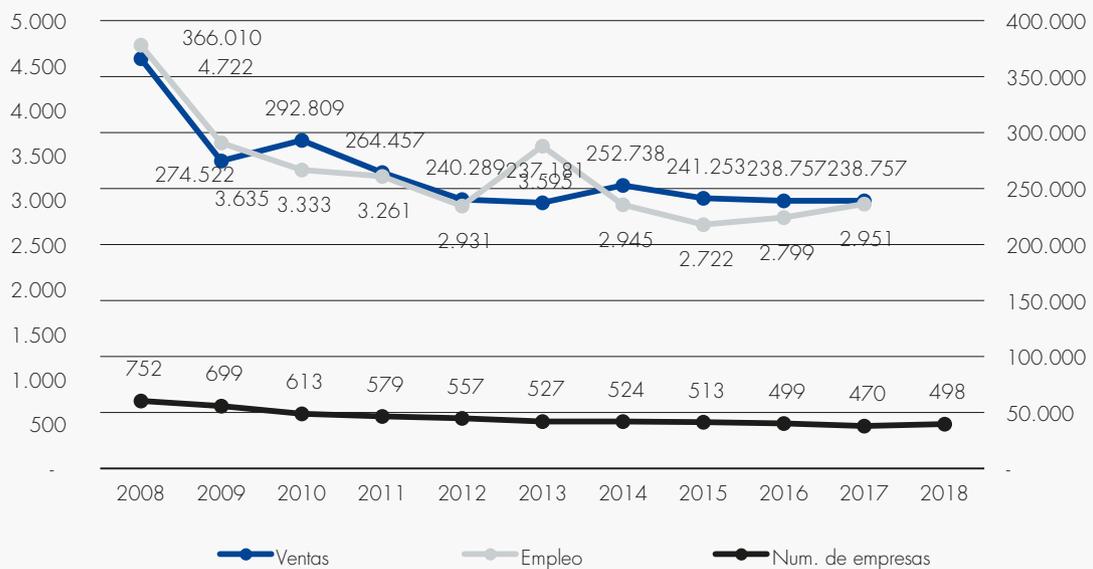


### Evolución de la Cifra de Negocio y el VAB (2000/2005/2010/2015/2018)



Fuente: Instituto Aragonés de Estadística

### Evolución del volumen de negocio (2008-2018)



Fuente: INE – El Periódico de Aragón

**Evolución de la exportación del sector textil y de la confección en Aragón, comprende los años 2010 al cierre de datos en agosto 2019**

Aragón Exporta	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	ago-19
Industria textil (13)	24.860,20	23.037,64	29.221,18	29.066,36	37.413,46	51.226,58	70.145,54	112.267,51	97.036,11	62.947,26
Confección de prendas de vestir (14)	442.657,41	530.918,28	807.833,00	887.810,32	1.063.009,04	1.157.368,12	1.275.537,83	1.482.194,87	1.406.611,16	888.239,80
Industria del cuero y del calzado (15)	39.308,93	66.116,71	86.424,50	83.974,20	94.775,98	108.456,03	175.408,31	176.672,11	162.847,58	87.170,88
Total: textil, confección, calzado	506.826,54	620.072,63	923.478,68	1.000.850,88	1.195.198,48	1.317.050,73	1.521.091,68	1.658.866,98	1.666.494,85	1.038.357,94

**Evolución de la importación del sector textil y de la confección en Aragón, comprende los años 2010 al cierre de datos en agosto 2019**

Aragón Exporta	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	ago-19
Industria textil (13)	62.049,00	64.789,94	65.997,43	59.737,20	66.595,35	87.947,10	107.593,10	75.527,01	121.551,61	66.092,57
Confección de prendas de vestir (14)	576.463,83	840.486,29	1.145.957,15	1.255.865,19	1.659.570,83	1.819.336,23	2.128.007,34	2.417.682,77	2.516.318,50	1.620.793,28
Industria del cuero y del calzado (15)	136.766,02	163.966,87	174.504,67	157.406,46	193.480,91	237.889,10	316.949,41	263.166,11	292.353,26	171.318,75
Total: textil, confección, calzado	775.278,85	1.069.243,10	1.386.459,25	1.473.008,85	1.919.647,09	2.145.172,43	2.552.549,85	2.756.375,89	2.930.223,37	1.858.204,60

Fuente: ICEX

niendo este dato un 4,5% del total intersectorial. En 2018 el dato ha mejorado hasta los 1.666.494.850 € con un peso porcentual del 10,40 % de las exportaciones aragonesas. Este dato porcentual sitúa al sector textil (en realidad al de la confección de prendas de vestir que es quien aporta la practica totalidad de las exportaciones) en el segundo puesto de la lista por sectores de actividad, sólo por debajo de los vehículos a motor. Si tenemos en cuenta que en 2002 el volumen de lo exportado era de 122.870.010 € y que esto suponía el 0,5% de las exportaciones totales, el crecimiento es más que significativo. Los destinos de estas ventas internacionales no han experimentado grandes variaciones en el periodo 2010-2018, siendo los mismos países en diferente orden los que copan los diez primeros puestos de la lista. Para 2010 por orden de importancia: Francia, China, Italia, Estados Unidos, Rusia, Japón, Portu-

gal, México, Arabia Saudí, Turquía, siendo para 2018: Estados Unidos, China, Francia, Italia, Japón, Turquía, Rusia, México, Portugal y Arabia Saudí

En 2002 sin embargo la mayor parte de las exportaciones se realizaban a países cercanos a nuestro entorno: Francia y Portugal. Cabe también apuntar que las importaciones del sector han superado siempre a las exportaciones, ascendiendo a un total de 2.930.000.000 € el pasado 2018.

**Comercio textil**

Si ponemos el foco en el comercio textil los datos de los últimos años en Aragón son similares a los del resto del estado. Nuestro gasto medio por habitante en textil (confección+hogar) se sitúa en 419,58 €, algo por debajo de la media nacional, que es de 446,12 €. La facturación total del



comercio textil de la comunidad representa el 2,75% del total nacional.

Analizando la evolución del número de trabajadores del comercio textil en los últimos años veremos que se produce una ligera caída continuada desde 2013. Por entonces el total de empleados de comercio al por menor era de 8.090. En la actualidad (datos de 2019) son 6.890.

En cuanto al comercio al por mayor se detecta una ligera tendencia al alza dentro de la estabilidad. Eran 1.217 trabajadores en 2013 y en 2019 la cifra es de 1.391. Es significativa esta tendencia de crecimiento estable y continuado por su excepcionalidad dentro del sector.

## El asociacionismo en el Sector Textil

El asociacionismo en España conoce, en los tiempos modernos, su mayor eclosión a mediados del siglo XIX, fundamentalmente en Cataluña (importantísima la relevancia de la industria textil en los siglos XVIII y XIX de esta comunidad), los gremios buscaban en ese momento, de forma prioritaria, agruparse por oficios a fin de conseguir entre todos mejores condiciones de trabajo frente a sus clientes y sus proveedores, además de intentar fijar los precios del mercado, de forma que nadie vendiese a los clientes productos a precios por debajo de los pactados, ni tampoco pagase más a sus proveedores por las materias primas por encima de dichos pactos, evidentemente esta dinámica, con la libertad de mercado, es impensable.

En los tiempos actuales se hace necesario potenciar el asociacionismo empresarial como herramienta para, desde la unión, buscar soluciones, ejecutar acciones conjuntas y actuar como lobby ante las administraciones públicas además de tomar contacto con la realidad empresarial y sectorial.

Centrándonos en Aragón, el sector textil tiene una larga tradición en

cuanto a la voluntad de aunar esfuerzos y crear sinergias para alcanzar retos de mayor envergadura, con el antecedente de la Hermandad de Sastres, (año 1633) todavía en activo y como ejemplo y referencia más lejana en el tiempo; a finales de los años 70 con la llegada de la democracia, se configuran diversas asociaciones independientes de confeccionistas, talleres auxiliares, géneros de punto, marroquinería, sastres, etc. En 1987 la unión de las diferentes asociaciones da lugar a la Federación de Industrias Textiles y de la Confección de Aragón (FITCA) En ella están representados las industrias y profesionales del textil-confección, marroquinería, diseño, moda, sastrería, modistería, artesanos..., en todos sus campos: desde la investigación, la formación, la creación y el diseño, pasando por la fabricación, distribución y la comercialización de productos como la vestimenta, la moda, el hogar y decoración, hasta los usos de carácter técnico.

La federación promueve el desarrollo competitivo de las empresas del sector, fundamentado en la industria y sus actividades conexas, en la formación, las relaciones laborales, la sostenibilidad y el medioambiente, la innovación y la internacionalización, mediante la coordinación de los objetivos de sus asociados y actuando como interlocutor válido y reconocido, ante las administraciones, sindicatos y organizaciones nacionales e internacionales.

La fuerza de la federación reside en esa capacidad aglutinadora de todas las tipologías de agentes intervinientes en el sector, y gracias a ello se han logrado objetivos difícilmente alcanzables por separado, programas de desarrollo, eventos e iniciativas entre las que destacan:

- **SUBCONTRACTING:** “Interreg” programa europeo que promovió elementos de cooperación entre empresas aragonesas y del Mydi Pyrenees tanto de índole comercial

como productivo, FITCA participo como Jefe de Filas y socio del proyecto.

- **INNOTEX** Constitución de un clúster europeo sobre tejidos técnicos textiles en donde FITCA participo como partner con Estonia, Inglaterra, España y Países Escandinavos.
- **GESCONF**-Programa de Gestión Programa de Gestión desarrollado por FITCA en colaboración con empresa especializada en software y que contemplaba todo el desarrollo de la empresa de confección, desde creación-escandallo hasta ventas y clientes.
- **INTERMODA** Programa europeo de cooperación transfronteriza entre Aragón y la región francesa de Aquitania. El proyecto propició, a través del análisis de sus realidades, diferencias y similitudes, la extracción de conclusiones valiosas en lo referente a la estructura y funcionamiento de las realidades a ambos lados del Pirineo, FITCA actuó como Jefe de Filas y socio.
- **CEM** Plataforma de Moda (Centro de Excelencia de la Moda) Programa europeo de cooperación transfronteriza España-Francia-Andorra. FITCA actuó como Jefe de Filas y socio junto con organizaciones e instituciones análogas en Tolouse y Pau con el objetivo de elaborar estrategias de desarrollo del sector textil y de la confección en las áreas comerciales, productivas, innovadoras, técnicas, formativas, medioambientales, etc. cuyos resultados se pueden encontrar en la Plataforma online creada al efecto: <http://cem-moda.org/>
- **ARAGÓN MARCA MODA** Marca en la que se engloban empresas asociadas con intereses comunes en la internacionalización de sus productos y que responden a un Plan Anual de Internacionalización.
- **ARAGÓN SUBCONTRACTING** Plataforma compuesta por los talleres de subcontratación de confección, pone a disposición de la industria la posibilidad de contratar producción con garantía de calidad y servicio.
- **ETIQUETA "ModaEspaña"** Promoción y divulgación de MODA ESPAÑA mediante el establecimiento de un etiquetado "HECHO en España" "DISEÑADO en España" que facilita la identificación de los productos fabricados en nuestro territorio nacional.
- **AFW/ ARAGON FASHION WEEK**, en colaboración con el Gobierno de Aragón (Consejería de Cultura) y Torre Village. Se han celebrado dos ediciones hasta la fecha, con la presencia de importantes personalidades de la moda española tales como: Charo Izquierdo (Presidenta de Momad Metrópolis y de la Mercedes Benz Fashion Week de Madrid), Ángel Asensio (Presidente de ModaEspaña y de la Cámara de Comercio de Madrid), Antonio Burillo (50% firma The 2nd Skin Co, ganador del primer Certamen de Jóvenes Diseñadores promovido por FITCA) y Modesto Lomba, diseñador y Presidente de la Asociación Creadores de Moda de España (ACME). Manuel Pertegaz fue el modisto aragonés homenajeado en la primera edición, en la segunda Margarita Nuez. Todas las actividades desarrolladas se celebraron en centros de interés cultural y formativos de la ciudad de Zaragoza. Posteriormente y al hilo de la AFW se celebró en Teruel la primera Fashion Day, con estas actuaciones se consigue dinamizar tanto al sector industrial como al comercio minorista. La AWF pretende consolidarse como el mejor escaparate del sector tanto en su dimensión cultural como industrial, un espacio para que las marcas y empresas aragonesas muestren sus logros y capacidades.
- **XV CERTAMEN DE JOVENES DISEÑADORES:** Concurso de Jóvenes diseñadores para promover el diseño de moda aragonesa.



## Planes de futuro. Un plan integral para el textil y la moda de Aragón

Las Cortes de Aragón aprueban por unanimidad en 2017 la creación de la Marca Moda Aragón y la elaboración de un Plan Integral de Moda en Aragón, que incluya medidas educativas, de investigación e innovación y de apoyo empresarial, y en el que participen los distintos Departamentos con competencia en la materia, así como, los representantes del sector, además de medidas de consumo de moda sostenible y de lucha contra las falsificaciones, del trato igualitario de la mujer y la no existencia de abuso en las condiciones laborales de los trabajadores.

Con base en ese plan integral se vienen generando propuestas de actuación que son claves para la viabilidad del sector a corto y medio plazo y que marcan cuales deben ser las líneas de actuación a seguir:

- Optimizar recursos: Compaginar diferentes tipos de producción textil que por su tipología no coincidan en tiempos de producción con el objetivo de eliminar la temporalidad como factor de incertidumbre.
- Crear un directorio de empresas auxiliares aragonesas que facilite su subcontratación para cualquier marca o diseñador nacional e internacional.
- Aplicar nuevas tecnologías en todos los procesos industriales. Plan de renovación de maquinaria textil con la incorporación de domótica y habilitación del ITA para la realizar pruebas de calidad con el material textil. Incentivos a nuevos talleres que incorporen estos avances tecnológicos.
- Apoyo a la realización de eventos/ acontecimientos que potencien y den visibilidad a las empresas textiles aragonesas mediante ayudas, con especial atención a la Aragón Fashion Week.
- Financiación para desarrollar la cualificación profesional de los trabajadores mediante programas formativos específicos. Formación especializada a través de centros homologados para la realización de certificados de profesionalidad que permita la formación de nuevo personal o una mejora y/o reciclaje de los trabajadores en activo. Ya sea aplicando la metodología de formación semipresencial para acercar estos recursos a la población del entorno rural, financiando y potenciando la formación específica necesaria para el personal de talleres auxiliares (maquinaria y personal cualificado), o incluyendo materias optativas de confección en los centros escolares.
- Incorporar en los concursos públicos de la Administración la priorización de la producción en España, teniendo en cuenta en sus licitaciones los costes de producción españoles.
- Poner en valor a las empresas que producen y desarrollan todas sus actividades en Aragón mediante una "etiqueta" o denominación de origen TEXTIL ARAGON, además de potenciar la economía circular en las empresas de nuestro sector, con campañas de concienciación sobre el consumo responsable y sostenible y los beneficios medioambientales y en términos de salud de comprar productos que cumplen con la normativa vigente, fomentando una imagen de empresas responsable.
- Innovación en Retail: adecuación de las superficies de venta a los nuevos modos de consumo. Desarrollo de programas de innovación para el sector comercial textil.
- Ayudas para la producción de muestrarios y catálogos, dado el alto coste de inversión que requiere a las empresas.
- Apoyo para la elaboración de planes de negocio internacional

mediante la generación de espacios de trabajo, charlas y talleres sobre internacionalización teniendo como referencia estrategias de éxito, algo que ya viene realizando FITCA en su ciclo de "Charlas entre Costuras" añadiendo a ello el mentoring.

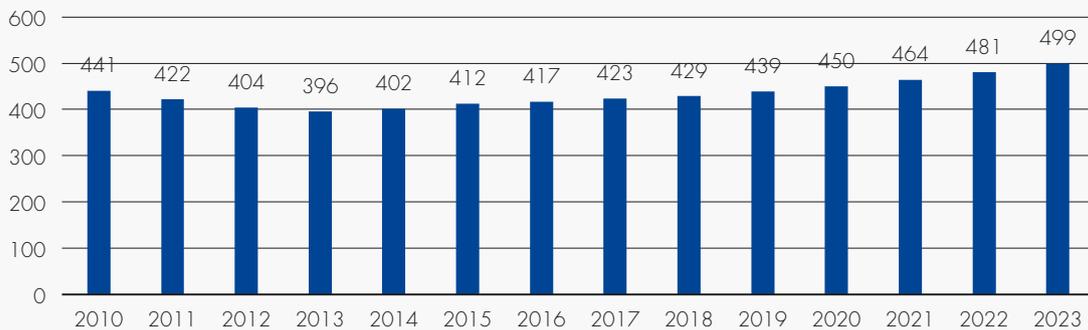
- Fomentar la relación entre los profesionales de los recursos públicos destinados a la orientación para la internacionalización de las empresas en las necesidades específicas del sector textil y de la confección, con los empresarios que conocen de primera mano las fluctuaciones de los mercados y los intereses del sector aragonés
- Incorporación de equipamiento informático y programas específicos del sector acompañados de programas de cualificación en habilidades específicas del sector: patronaje, programas de diseño tanto textil como gráfico, además de en marketing digital, venta online, redes sociales, boletines electrónicos, etc.

### El camino de la innovación, especialización y sostenibilidad

Teniendo en cuenta el contexto global en el que nos encontramos la innovación y la especialización se destacan como las variables claves para la estabilización y el fortalecimiento del sector textil aragonés. Quedan lejos los tiempos en los que las grandes producciones se realizaban en Europa. Las grandes marcas siguen aquí, pero la producción está en oriente y esa tendencia, lejos de revertirse, se potenciará en los próximos años según todas las previsiones. Aún más, países como China aspiran a controlar toda la cadena de valor de sus productos.

Otra variable clave ya está siendo la sostenibilidad, políticas de reciclaje, "zero waste" y economía circular estarán cada vez mas presentes y se harán imprescindibles. Por otro lado, la moda se polariza cada vez más: o lujo extremo o precios muy bajos, o grandes marcas totalmente vertica-

**Evolución del gasto en ropa per cápita en euros (Previsión)**



Fuente: moda.es



les o pequeñas marcas “boutique” semiartesanales.

Con todo ello las previsiones de ventas para los próximos años no son desalentadoras. Después de años de caída estamos en época de ascenso continuado y se prevé que siga así, y lo mismo ocurre con los datos de producción textil y exportaciones.

¿Qué puede hacer el textil aragonés para aprovecharlo? En realidad, potenciar las características que lo han definido históricamente y aprovechar las oportunidades que la nueva situación le brinda. Por un lado, la calidad y no la cantidad han sido la bandera del sector, la especialización ha ido unida al éxito en no pocas ocasiones. Tenemos ejemplos de empresas de ropa deportiva que diseñan, confeccionan y distribuyen desde Aragón a mercados internacionales, nuestra situación geográfica es privilegiada para configurarnos como centro logístico y la tipología de empresas a la que apunta el sector van a necesitar cada vez más de este tipo de centros, ya somos referencia en este sentido para el principal operador mundial. Por otro lado, a pesar de la drástica disminución del volumen de nuestra industria textil todavía conservamos empresas de larga trayectoria, poseedoras de un know-how único, experimentadas y con capacidad de adaptación, con profesionales altamente cualificados. En cuanto al comercio textil, existen en nuestra comunidad empresas con altos niveles de verticalización, capaces de competir en el mercado nacional, europeo o americano, somos capaces de exportar, moda, diseño, seguimos siendo cuna de diseñadores de éxito...

La aplicación del Plan Estratégico debe ser el hilo conductor para fortalecer el sector. La incorporación en nuestra comunidad de centros especializados en estudios de grado en

diseño de moda debe ser otro de los acicates para favorecer la creación de un ámbito empresarial y comercial que incremente las opciones de desarrollo del textil aragonés. Formación, sostenibilidad, innovación, especialización y apuesta por la calidad deben ser los puntos sobre los que se sustente ese fortalecimiento.

## Conclusiones

Nos encontramos en un momento de profunda transformación. Varias crisis propias del textil (deslocalización, cambios en el modo de consumo) se superponen a crisis económicas globales para dar lugar a un entorno de incertidumbre máxima.

Los datos apuntan a una estabilización después de un descenso continuado. La concentración empresarial se acentúa a nivel mundial y es previsible que lo haga aún más en los próximos años.

El mercado español también se estabiliza en cuanto a ventas y las previsiones son de un ligero repunte en un futuro cercano. En Aragón la tendencia es la misma: estabilización tras años de caída con un ligero repunte en los pasados ejercicios. Somos poseedores todavía de un tejido empresarial textil que, aunque diezmado, es capaz de dar respuesta a los retos que nos plantea el futuro como lo demuestran casos de éxito en diversos ámbitos: marcas especializadas, diseñadores, etc. La comunidad aragonesa sigue siendo referente dentro del textil nacional. Continúan surgiendo iniciativas jóvenes e innovadoras que aseguran la continuidad del sector y el relevo generacional.

Un Plan Estratégico, basado en la sostenibilidad, la innovación y la especialización debe ser el eje alrededor del cual pivoten las actuaciones e iniciativas que permitan la reactivación del sector.

## Ideas fuerza

El sector textil/confección aragonés siempre ha sido un sector estratégico para nuestra comunidad.

Atesora una larga historia tanto en lo que se refiere a textil como a confección de prendas de vestir.

Inevitablemente se ha visto afectado por los drásticos cambios globales: deslocalización y cambios en las formas de consumo.

Los indicadores nos hablan de un decrecimiento continuado desde los años 90. Su volumen se ha reducido a menos de la mitad.

En los últimos años, siguiendo la tendencia del mercado estatal, se ha estabilizado y las previsiones son de un ligero crecimiento.

Todavía existe en Aragón un tejido empresarial y comercial textil (más de 11.000 empleados en 2019) y nuestra localización es fuente de nuevas oportunidades.

Tenemos ejemplos de empresas industriales y de retail 100% aragonesas que compiten con éxito actualmente en mercados internacionales.

La calidad, la puesta en valor de la experiencia atesorada, la innovación y la sostenibilidad deben ser los valores sobre los que se asiente el futuro del sector.

## Bibliografía

Informes Anuales del CESA (Consejo Económico y Social de Aragón)

Datos y estadísticas internos FITCA

Informes ICEX

El Comercio Textil en Cifras. Informe anual ACOTEX (Asoc. Empresarial del Comercio Textil, Complementos y Piel) 2019

Informe CESDE. Sector Textil 2019

Dossier MODAES. Retail, el templo de la marca, 2019.

**Santiago Vicente Gómez** Vocal del Comité Ejecutivo FITCA | Emprendedor, Gestor de proyectos y Técnico en Innovación.

Inquieto por naturaleza he puesto en marcha proyectos empresariales en distintos sectores, con la innovación como directriz, y la disrupción cuando ha sido requerido. Además de mis propios proyectos he aportado en otros mi amplia experiencia en gestión, ejecución y control, tanto en PYMES como en grandes multinacionales. Siempre interesado en la búsqueda de nuevas formas, medios y soportes de comunicación y relación en el mundo empresarial basadas en la ética, la sostenibilidad y la innovación constante.

Como Técnico en innovación he mentorizado programas de intraemprendimiento en BANCO SANTANDER, ACCIONA, ACCIONA FACILITY SERVICES y GRUPO BSH, dentro del programa Santander Intraemprende.

Soy socio fundador de EXELIOR TEXTIL ([www.exeliortextil.com](http://www.exeliortextil.com)) donde proporcionamos servicios de consultoría textil técnica y creativa

Además, he contribuido a poner en marcha la marca MIRIAM DOZ ([www.miriamdoz.com](http://www.miriamdoz.com)) de ropa sostenible hecha a medida, desarrollando del concepto de marca y del modelo de negocio.

Coordino el estudio de diseño DISTOPICSTUDIO dedicado a proveer de servicios de diseño gráfico, interiores y audiovisuales a agencias publicitarias, empresas y profesionales.

También colaboro como consultor externo para empresas diversas (YUDIGAR, EBOCA, DYNAMICAL TOOLS) en proyectos estratégicos de diseño, concepto, comunicación visual...

Durante seis años trabajé en YUDIGAR HMY como gestor de proyectos y en el departamento de comunicación visual. y desempeñé el cargo Concept Manager de la firma aragonesa PROTOCOLO NOVIOS, coordinando la implantación de sus tiendas en el mercado internacional (México, Colombia)

Autodidacta y en aprendizaje constante, actualmente curso estudios de grado en Antropología Social y Cultural por la UNED, entre otras actividades formativas.