

El futuro de la moda gallega

Las ventas del textil gallego bajaron hasta un 50% este año por la crisis y las importaciones

La Confederación de Industrias Textiles de Galicia crea una plataforma tecnológica para promover un cambio en el modelo de negocio del sector ▶ Apuesta por impulsar las ventas a través de Internet y las nuevas tecnologías

J. CARNEIRO ■ Vigo

La industria textil gallega constituyó esta semana una plataforma tecnológica con el objetivo de garantizar el futuro de este sector, que en lo que va de año acumula un descenso de ventas de hasta el 50% por la contracción del consumo y las importaciones de países de mano de obra barata, según las estimaciones de la Confederación de Industrias Textiles de Galicia (Cointega).

La plataforma, que arranca con cinco proyectos innovadores y cuenta con el apoyo económico de la Consellería de Industria, persigue un cambio en el modelo de negocio de este sector y apuesta por la venta a través de Internet y las nuevas tecnologías para aumentar su competitividad, fomentar la internacionalización y fidelizar a los clientes. La Xunta colabora en el proyecto con una subvención de 90.000 euros.

“La situación es complicada. O se modernizan, o muchas empresas se quedarán por el camino”, admite Alberto Rocha, secretario general de Cointega. Los datos de facturación del sector muestran importaciones caídas por la crisis. Sólo las cadenas *low cost* como Primark y los *outlets* han logrado aumentar sus ventas este año, en torno a un 20%.

Sólo las cadenas “low cost” y los “outlet” logran aumentar su facturación en 2009

En el resto de casos, los grandes grupos como Inditex y H&M cerrarán 2009 con unos descensos próximos al 8% —“Han sabido adaptarse rápido al contexto de crisis”, argumenta Rocha—, y las pequeñas y medianas empresas —la mayoría en Galicia— sufrirán retrocesos de entre el 20% y el 50%.

Esta situación ha obligado a muchas firmas a recortar plantilla —según los sindicatos este sector ha perdido 1.100 puestos de trabajo desde enero—, a presentar expedientes de regulación de empleo temporal e incluso a pedir el concurso voluntario de acreedores ante la imposibilidad de hacer frente a los pagos.

El secretario general de Cointega explica que la plataforma, que está abierta a la totalidad de las empresas y asociaciones textiles de Galicia, será la herramienta del sector para hacer frente a la crisis económica y

Principales proyectos de la plataforma tecnológica

1 TIENDAS VIRTUALES

El comercio electrónico sigue siendo una asignatura pendiente para el textil gallego. La plataforma tecnológica se propone impulsar las ventas a través de Internet consolidando auténticas “tiendas virtuales” que vayan más allá de las tradicionales páginas web. El sector aboga por crear un modelo de negocio propio a través de la red.

2 TECNOLOGÍA PUNTA

Este proyecto tratará de aportar nuevas funcionalidades a los puntos de venta multimarca, como los *magic mirrors*, espejos electrónicos que permitirán a los clientes verse reflejados con las prendas que se han probado, combinarlas y alterar los colores y su figura. También se persigue la trazabilidad de los productos con nuevos etiquetados.

3 INTRANET COMERCIAL

La comunicación con la fuerza de ventas se realiza todavía mediante técnicas tradicionales, como llamadas telefónicas, visitas a clientes con muestrarios de colecciones, etc. La puesta en marcha de una intranet para la red de representantes facilita el intercambio de información en los dos sentidos (empresa-representante y representante-empresa).

4 CUADRO DE MANDO INTEGRAL

Los fabricantes tienen carencias a la hora de disponer de información útil y relevante para la toma de decisiones a nivel estratégico, y los cuadros de mando utilizados mantienen un excesivo componente manual que les resta eficacia y agilidad. La plataforma busca diseñar e implantar un cuadro de mando integral adaptado para cada compañía.

5 INTERCAMBIO DE DATOS

Este proyecto pretende crear un sistema estandarizado válido para todas las empresas, que permita el intercambio de información en tiempo real sobre las ventas y la demanda real del mercado. Se trata de una iniciativa de comercio B2B (*business to business*) que facilite a integración en la cadena de valor entre o fabricante y distribuidor de sus productos.

evolucionar hacia un nuevo modelo de negocio. Entre sus objetivos están proporcionar una visión estratégica del sector, fomentar la cultura del I+D, mejorar la capacidad de financiación para proyectos innovadores y vertebrar a todos los agentes económicos implicados en actividades de I+D, como universidades y centros tecnológicos.

Esta iniciativa complementa la Plataforma Tecnológica Textil Española, cuyas investigaciones se centran en el desarrollo de nuevos materiales textiles y procesos.

La Consellería de Industria aporta 90.000 euros para la plataforma sectorial

La plataforma gallega ahondará en cinco proyectos: la mejora en el intercambio de información entre el fabricante/marca y la tienda multimarca; la venta directa a través de tiendas virtuales en Internet; la incorporación de nuevas tecnologías en los puntos de venta; la puesta en marcha de una intranet para la red de comerciales, y la implantación de un cuadro de mando integral para las empresas.

Respecto a la venta por Internet, Rocha admite que el textil gallego todavía está en la “prehistoria”, incluso las grandes cadenas como Inditex. En este caso concreto, la incursión del grupo de Amancio Ortega en la red se limita a Zara Home, aunque está previsto el salto de Zara a partir del próximo año. “Galicia tiene que encontrar un modelo diferente de gestión de las ventas a través de Internet y convertirse en un referente”, apunta el responsable de Cointega.

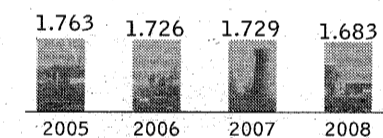
“Magic mirror”

Respecto a la incorporación de nuevas tecnologías a las tiendas, Rocha destaca iniciativas como el *magic mirror*, espejos interactivos digitales que permiten a los clientes verse reflejados con todas las prendas que se han probado, combinarlas, cambiarles el color e incluso modificar su figura. La plataforma tecnológica también pretende realizar un seguimiento de las prendas (trazabilidad) a través de etiquetas RFID (siglas de *Radio Frequency Identification*).

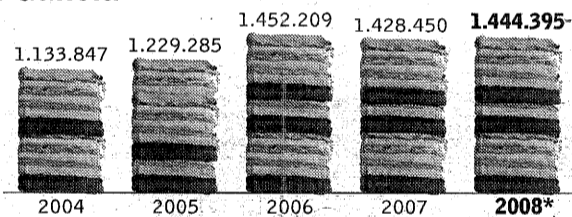
Otro de los proyectos estrella del sector será desarrollar un sistema estandarizado que permita el intercambio real sobre las ventas y la demanda del mercado entre los fabricantes/marca y las tiendas.

Radiografía del sector textil en Galicia

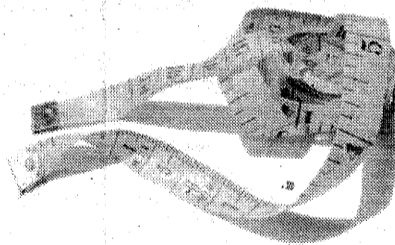
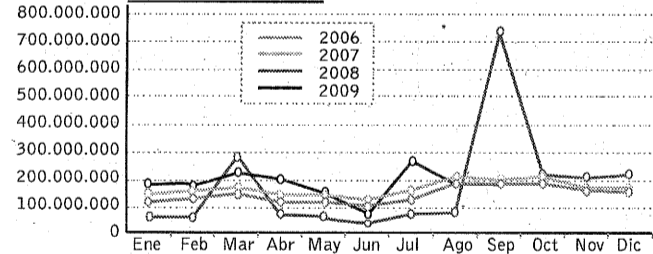
EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE EMPRESAS



PRODUCCIÓN INDUSTRIAL

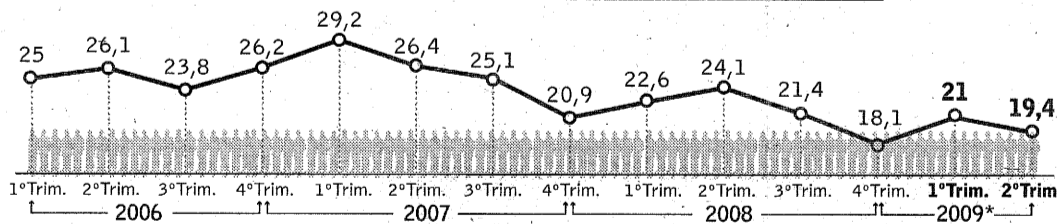


EXPORTACIONES



Fuentes: IGE (Instituto Galego de Estatística) INE. Encuesta de población activa (EPA)

PERSONAS OCUPADAS EN LA INDUSTRIA TEXTIL, DEL CUERO Y EL CALZADO



Laura Monsoriu

La falta de recambio generacional amenaza la supervivencia de empresas de larga tradición

La falta de recambio generacional empieza a ser un problema grave en el textil gallego. Según las estadísticas que maneja el sector, un total de 74 empresas tienen más de treinta años de antigüedad, 380 superan los veinte, y 800 tienen más de quince.

Además, en la mayoría de estas compañías continúa el fundador al frente del nego-

cio, lo que supone un “riesgo importante”, según la Confederación de Industrias Textiles de Galicia (Cointega).

El grueso de estas firmas tienen también una dimensión modesta, que dificulta su salida al exterior y posibles inversiones. Así, de las 1.683 empresas textiles que había inscritas en Galicia en 2008, 732 no tenía ningún asalariado, y 291 tenían en-

tre uno y dos asalariados. Y sólo 17 firmas, entre las que se encuentran los tres grupos textiles gallegos, cuentan con más de 100 trabajadores.

A esto se suman las dificultades de financiación y crédito que sufren ahora las empresas, y las reducciones de las garantías de cobertura de las aseguradoras de créditos.