

2015

MONITOR DE EMPLEO

Familia profesional de *Textil, confección y piel*



TENDENCIAS DE EMPLEO Y FORMACIÓN



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro



**Comunidad
de Madrid**

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA, EMPLEO Y HACIENDA

Consejera de Economía, Empleo y Hacienda

Excma. Sra. Dña. Engracia Hidalgo Tena

Viceconsejero de Hacienda y Empleo

Ilmo. Sr. D. Miguel Ángel García Martín

Director General del Servicio Público de Empleo

Ilmo. Sr. D. José María Díaz Zabala

.....

COORDINACIÓN

Subdirectora General de Planificación, Cualificación y Evaluación

Cristina Olás de Lima Gete

ÁREA DE ESTUDIOS Y PLANIFICACIÓN

Encarna Abenójar Rodríguez

Lourdes Domínguez Cacho

Mercedes Gigosos Gutiérrez

Aniceto Alfaro Cortés

M. Teresa Nuño Gil

M. Pilar Martín Martín

Raquel García Nicolás

David Hernández Pérez

ELABORACIÓN

KPMG Asesores, S.L.

La responsabilidad de los trabajos de esta publicación incumbe únicamente a sus autores

© Comunidad de Madrid

Edita: Dirección General del Servicio Público de Empleo

de la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda

Vía Lusitana, 21. 28025 Madrid.

areaestudios@madrid.org

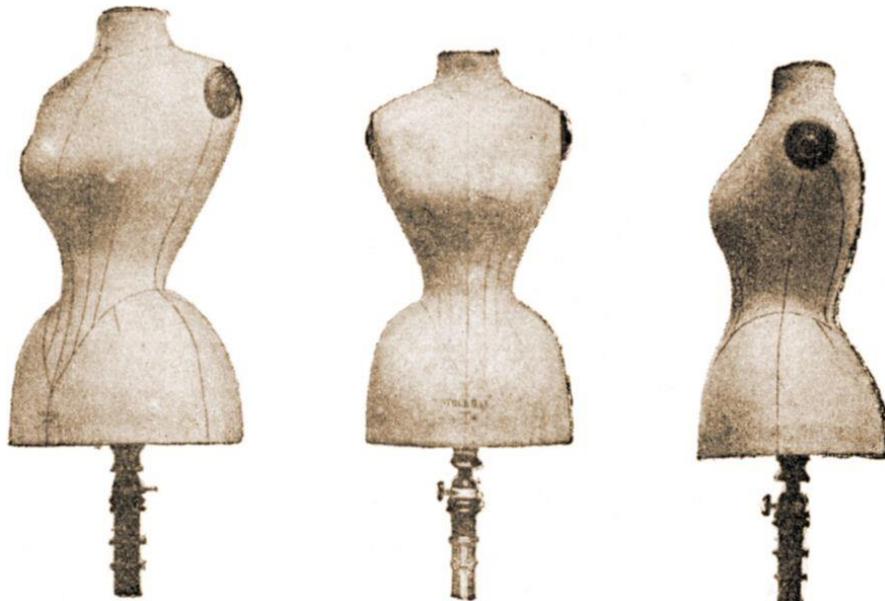
www.madrid.org

Formato de edición: archivo electrónico

Edición: 2016

Editado en España - Published in Spain





It.wikipedia.org

Familia profesional de Textil, confección y piel

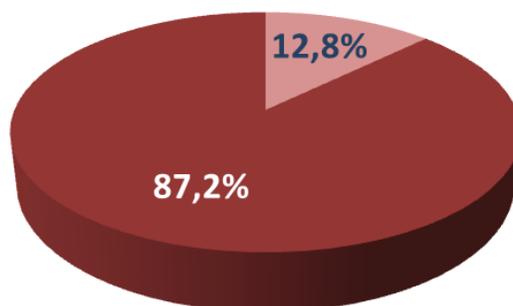
El presente informe muestra las conclusiones obtenidas para la *Familia profesional de textil, confección y piel* en el estudio **“Determinación de las necesidades de formación para el empleo”** realizado durante 2015 por la Consejería de Economía, Empleo y Hacienda de la Comunidad de Madrid. La finalidad del trabajo ha sido la de investigar las tendencias de futuro que afectarán al mercado de trabajo regional y los requerimientos de cualificación que implicarán estos cambios: ocupaciones emergentes, actualización de competencias y demandas de formación.

Para introducirnos en la Familia profesional y antes de abordar el apartado de tendencias, se muestran algunas estadísticas que ayudan a comprender la representatividad de este ámbito productivo en la Comunidad de Madrid.

Estadísticas sobre empresas, trabajadores por cuenta ajena, paro y contratos en esta Familia profesional

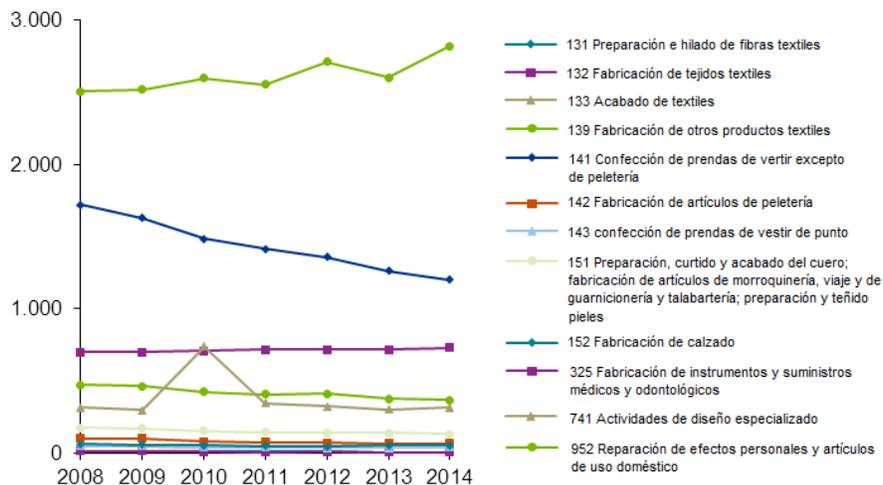
1. Porcentaje de empresas de *Textil, confección y piel* de la región frente al total de empresas que operan en la Comunidad de Madrid.

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE 2013



2. Evolución del número de empresas de la Comunidad de Madrid (2008-2014) que operan en actividades productivas relacionadas con *Textil, confección y piel*

Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos extraídos del DIRCE 2013



3. Trabajadores por cuenta ajena en *Textil, confección y piel* frente al total de trabajadores por cuenta ajena de la Comunidad de Madrid.

Trabajadores por cuenta ajena	
En el conjunto de la Comunidad de Madrid	1.658.271
En esta Familia profesional	13.134

Fuente: elaboración propia a partir de los datos del DIRCE 2013

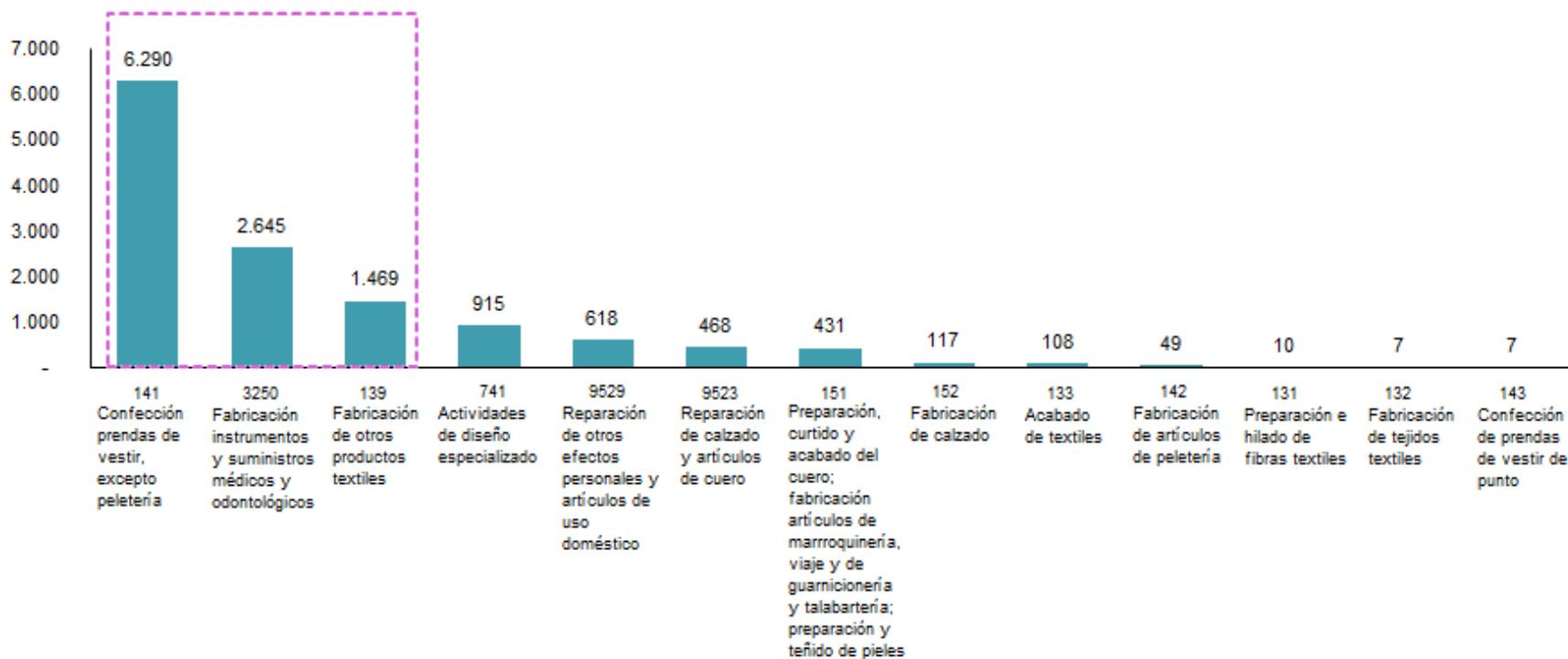
4. Trabajadores por cuenta ajena según actividades económicas relacionadas con *textil, confección y piel*
 (Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos extraídos del DIRCE 2013)

Trabajadores por cuenta ajena. *Textil, confección y piel*. Distribución Comunidad de Madrid (2013)

Nota: se enmarcan en el cuadro de puntos las actividades económicas (CNAE-2009) que mejor representan a esta Familia profesional.

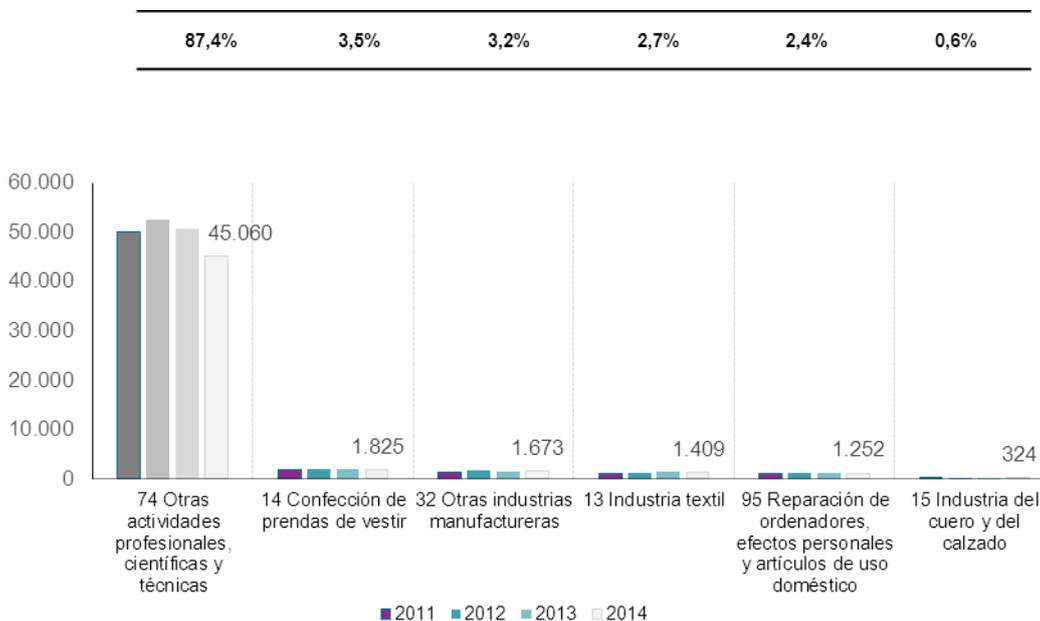
% representación sobre el total

47,9%	20,1%	11,2%	7,0%	4,7%	3,6%	3,3%	0,9%	0,8%	0,4%	0,1%	0,1%	0,1%
-------	-------	-------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------



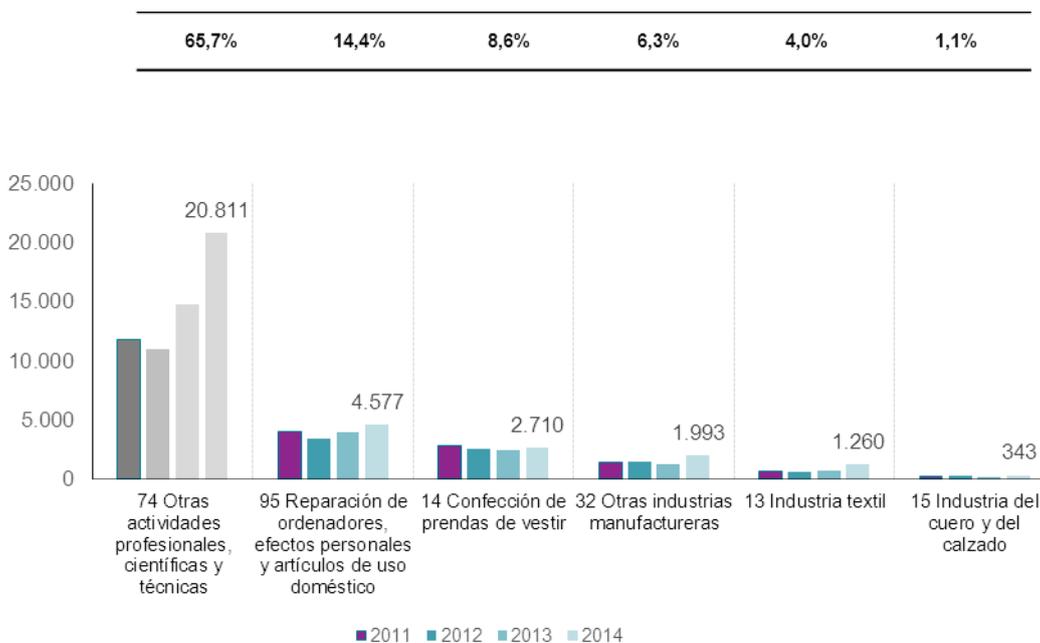
5. Evolución 2011-2014 y porcentaje del paro registrado (2014) en las actividades de *textil, confección y piel*

(Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos de paro registrado)



6. Evolución 2011-2014 y porcentaje de los contratos registrados (2014) en las actividades relacionadas con *textil, confección y piel*

(Fuente: elaboración KPMG a partir de los datos de contratos registrados)



Tendencias de evolución en textil, confección y piel

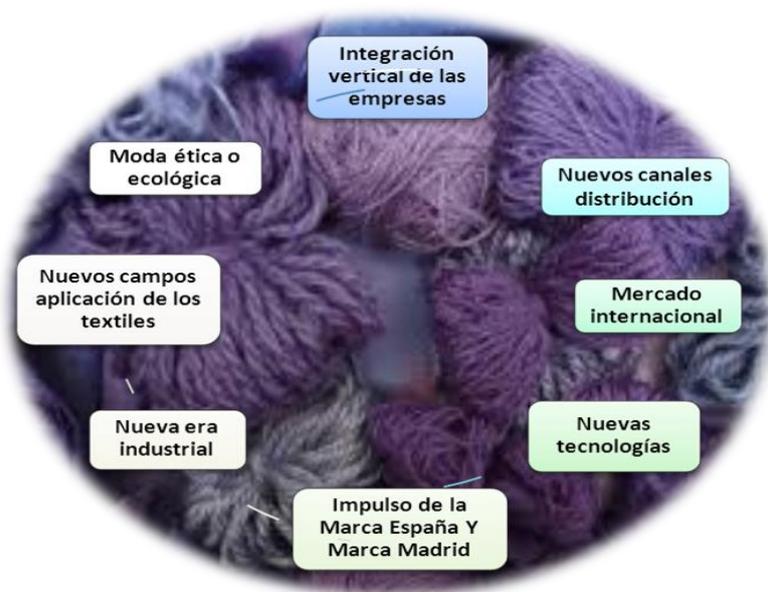
El sector de industria textil comprende diversas actividades que van desde la fabricación hasta la distribución, tanto mayorista como minorista en distintos formatos. Todos los procesos están estrechamente vinculados con el concepto moda, siendo ésta el factor que impulsa la industria. En consecuencia, las tendencias detectadas para la industria textil están orientadas a la evolución del consumo y distribución de la moda.

La aparición de nuevos actores en el mercado, considerados como grandes fabricantes de productos textiles, ha obligado a la industria española y, concretamente, a la de la Comunidad de Madrid a redimensionarse de forma tal, que gran parte de la industria tradicional ha optado por centrarse en el diseño y en las últimas fases del proceso productivo, destacando por los estrictos controles de calidad que ejercen sobre las prendas y por su eficiencia en procesos logísticos y de distribución.

Las tendencias que se explican a continuación afectan a todos los eslabones de la cadena de valor de la industria, estando todas ellas orientadas a destacar el elemento diferenciador de los productos españoles para hacer frente a la fuerte competencia extranjera. Este elemento en común ha producido el nacimiento de nuevos nichos de mercado y modificaciones del proceso productivo tradicional, dando lugar a la redirección de los oficios más tradicionales de la industria, al surgimiento de otros perfiles y a la detección de nuevas necesidades de formación de cara al futuro.

Las tendencias de la familia de *textil, confección y piel* se clasifican en las 8 siguientes:

1. **Integración vertical de las empresas.**
2. **Potenciación de nuevos canales de comercialización y distribución.**
3. **Penetración en el mercado internacional.**
4. **Nuevas tecnologías para aumentar la competitividad internacional.**
5. **Impulso de la “Marca España” y “Marca Madrid”.**
6. **Surgimiento de una nueva era industrial.**
7. **Introducción de los textiles como material alternativo al mercado.**
8. **Previsible demanda en moda ética y ecológica.**



1. INTEGRACIÓN VERTICAL DE LAS EMPRESAS

Las grandes cadenas de moda y confección continuarán sumándose a la tendencia de la integración vertical de la cadena de valor, potenciando el binomio producción-distribución (realización de todas las tareas, desde la selección de las materias primas hasta la distribución) a nivel internacional para impulsar el valor de la marca a través de tiendas propias o franquicias.

Este cambio en el modelo de negocio persigue suprimir los defectos de los actores intermediarios y aplicar los conocimientos propios de la empresa a todo el ciclo productivo.

A raíz de esta tendencia, se prevé una reducción del número de empresas que ofrecen servicios complementarios a la industria textil, pues cada vez su volumen de negocio será menor. No obstante, se generarán oportunidades de empleo para otros puestos en la industria tales como:

- Especialista en planchado
- Especialista en acabados de prendas
- Manipulador de prendas de vestir
- Escaparatista
- Responsable de talleres exteriores
- Planner
- Product manager especialista en moda
- Responsable de operaciones
- Especialista en marketing digital y visual merchandiser.

Resaltar, además, la necesidad de incluir perfiles polivalentes con habilidades sociales en idiomas, técnicas de comunicación, trabajo en equipo y flexibilidad.

Asimismo, existen necesidades de formación en competencias técnicas relacionadas con las ventas, logística integral, marketing y marketing digital, y herramientas de gestión empresarial.

2. POTENCIACIÓN DE NUEVOS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

Se ha producido un cambio en los formatos comerciales como respuesta de la industria al aumento de la competencia extranjera y de la sensibilidad al precio.

En este sentido, se ha abierto una ventana para la introducción de nuevos canales de comercialización y distribución de los productos textiles, incrementando la explotación del canal online, mediante publicidad e introducción de nuevas plataformas de pago. Esta potenciación se ha llevado a cabo en virtud de los cambios observados en el comportamiento del consumidor, tanto en la forma de interactuar con las empresas como por la inclusión de las nuevas tecnologías en sus decisiones de compra.

Se prevé que este mercado crezca en un 10% anual, por lo que representa un



nicho con gran potencial para la industria,

<http://bit.ly/2aULHH6>

webs de grupos textiles consolidadas, sino a través de empresas especializadas en el manejo de stocks de algunas marcas.

Por otro lado, el formato outlet continúa en auge en el país, así como las marcas de bajo coste de los grandes grupos textiles; en consecuencia, se prevé que más empresas se sumen a esta tendencia. Lo anterior da origen a puestos de trabajo como:

- Técnico comercial,
- Especialista en marketing digital
- Visual merchandiser.

de gestión con habilidades sociales en idiomas, trabajo en equipo y flexibilidad.

3. PENETRACIÓN EN EL MERCADO INTERNACIONAL

La deslocalización de la producción ha despertado el interés por los productos textiles españoles, incluyendo los productos de calzado y pieles, en el mercado internacional, de ahí la tendencia al crecimiento de las exportaciones.

Cada año más empresas se suman a la estrategia de internacionalización donde se ha detectado una oportunidad de crecimiento. Esta tendencia, en sus inicios, fue impulsada por las grandes cadenas textiles como alternativa para balancear la complicada situación del contexto nacional.

Para la implantación y desarrollo de la estrategia de internacionalización, las empresas demandan perfiles cualificados como:

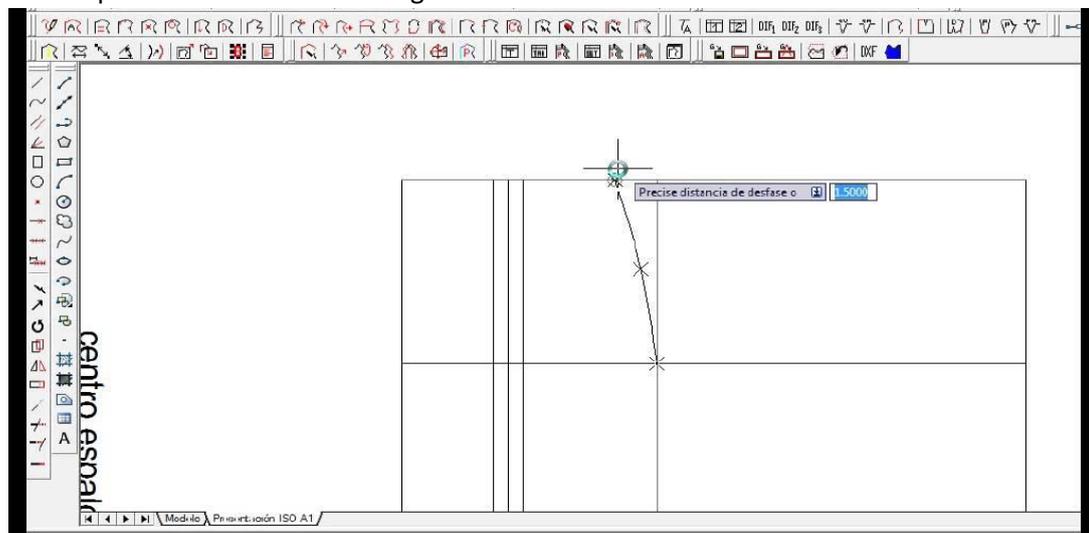
- Técnico en expansión
- Administrativo con idiomas
- Técnico comercial y de ventas
- Responsable de sistemas integrales

4. INCLUSIÓN DE NUEVAS TECNOLOGÍAS PARA AUMENTAR LA COMPETITIVIDAD INTERNACIONAL

Todas las áreas profesionales que conforman la industria se han decantado por hacer una fuerte apuesta en investigación, desarrollo y tecnología e incorporarlas a la estrategia de negocio, como principal componente diferenciador de sus productos.

La estrategia se basa en impulsar la innovación para convertirla en un nuevo recurso industrial que contribuya a mejorar la eficiencia productiva y la competitividad de las empresas frente a los grandes fabricantes internacionales. Esta tendencia supone un cambio bidireccional en la concepción de la empresa hacia los consumidores y de los consumidores hacia el producto.

Un ejemplo que merece la pena citar es la incorporación del patronaje por ordenador que, a pesar de que lleva algunos años en la industria, debido a las constantes actualizaciones y mejoras del software y a la introducción de nuevo hardware, puede considerarse como una nueva tecnología. Este sistema aporta innumerables ventajas a la cadena productiva, pues permite



<http://bit.ly/2aRIAUD>

mejorar la calidad, reducir el tiempo y, por ende, aumentar la productividad. Asimismo, facilita el conseguir una mayor precisión en el trazado de los patrones y la integración de información de bases de datos que pueden compartirse con el cliente que cuente con esta tecnología, mejorando así la accesibilidad a la misma.

Todos ellos, factores que permiten a las empresas de la región tener una mayor capacidad competitiva frente a los fabricantes extranjeros.

Esta tendencia da origen a necesidades de formación en capacidades técnicas para una gestión eficaz de la innovación y del cambio tecnológico y abre oportunidades de cara al empleo para puestos de trabajo tales como:

- Técnico de patronaje por ordenador
- Planner
- Consultor textil con conocimiento en diseño y desarrollo de procesos
- Experto en calidad textil
- Responsable de sistemas integrales de gestión.

5. IMPULSO DE LA “MARCA ESPAÑA” Y “MARCA MADRID”

El origen del concepto “*Made in Madrid*” o “Hecho en Madrid” hace alusión, según la normativa europea, a que al menos dos de los procesos de producción más significativos deben haberse realizado en la región.

Las empresas volcadas en esta tendencia están aumentando las inversiones en innovación y apostando por la calidad como factor diferencial para lograr el reconocimiento exterior de los productos fabricados en España y, concretamente, en la Comunidad de Madrid. Hay que resaltar el valor añadido que aportan las empresas nacionales y regionales al producto mediante los exhaustivos controles de la

calidad que se siguen en el proceso productivo.

Este esfuerzo tiene la finalidad de valerse de la imagen de marca, de las garantías de calidad de los productos españoles y de la empatía del consumidor con la región de fabricación, para penetrar en otros mercados y aumentar su facturación.

Este enfoque de la industria conlleva un aumento de la demanda en perfiles involucrados en el proceso productivo, pero sobre todo una creciente oferta de empleo para puestos como:

- Experto en calidad textil
- Product manager
- Técnico comercial
- Visual merchandiser
- Experto en marketing digital.

6. SURGIMIENTO DE UNA NUEVA ERA INDUSTRIAL

Desde hace algunos años se observa una clara orientación de la industria a dejar atrás el modelo tradicional de fabricación masiva de productos textiles (incluida la industria del cuero y calzado), produciéndose un movimiento consciente con enfoque en el usuario; movimiento que se traduce en la personalización de los productos y que está relacionado con conceptos de diseño, producción, logística de distribución y servicios inteligentes.

Pixabay.com



Un claro ejemplo de esta tendencia es el modelo de gestión de stock que ha implantado el *Grupo Inditex* para sus tiendas *Zara* a nivel mundial.

La comercialización de los productos textiles, así como los de cuero y calzado, depende fuertemente del concepto moda, por ende, la industria manufacturera textil debe ajustarse al mismo concepto y adaptar su cadena productiva.

Cómo hemos mencionado, el *Grupo Inditex* maneja un estrategia de stock 0, es decir, trabaja con alta rotación de productos y no se fabrica de forma masiva, sino más bien personalizada de acuerdo a las últimas tendencias de moda, agregándole así un componente de exclusividad a su marca.

Bajo este modelo, se produce un número limitado de prendas del mismo diseño que se distribuyen en todas la tiendas, y se pasa automáticamente a producir otros diseños cuando se agotan las existencias.

Esta orientación de la industria da pie a nuevas necesidades de formación en diseño y confección, y en gestión de la producción.

7. INTRODUCCIÓN DE LOS TEXTILES COMO MATERIAL ALTERNATIVO AL MERCADO

Oportunidad o nicho de mercado que se presenta a través de la expansión de los textiles como posible material alternativo de aplicación en otros sectores.

Entre los ámbitos en los que mayor aplicación tienen los textiles técnicos destacan: el deporte y ocio, la construcción, el hogar, y los locales públicos.

Esta tendencia implica la introducción de una nueva línea de producción y un ajuste en la cadena de valor fibra-textil-indumentaria, donde es necesario el desarrollo de nuevos productos con un fuerte componente de innovación o bien, el dotar a los productos textiles tradicionales de mayor versatilidad

mediante la aplicación de nuevos tratamientos.



Commons.wikimedia.org

Lo anterior conlleva reforzar la formación en competencias técnicas tales como arquitectura textil, nuevos materiales y procesos de innovación.

8. PREVISIBLE AUMENTO DE LA DEMANDA EN MODA ÉTICA Y ECOLÓGICA

Surgimiento de un nuevo nicho de mercado que demanda prendas en las que durante su proceso de fabricación se utilicen únicamente materiales que no dañen el medio ambiente.

Esta tendencia, que aún no está consolidada en el mercado pero que denota un gran potencial de crecimiento, evidencia necesidades concretas de formación pues se trata de un nuevo enfoque de la industria que provoca una modificación en cada etapa del proceso de fabricación.

En este sentido, se identifican necesidades orientadas hacia tejidos y nuevos materiales para la confección, ventas, marketing offline y online. Por otro lado, esta tendencia requiere una adaptación de los perfiles tradicionales de la industria como el personal de confección, los patronistas o los especialistas en acabados.

Conclusiones sobre el desarrollo de la Formación para el empleo en esta Familia profesional

- Se produce una participación activa en la mejora de la formación de los trabajadores mediante la organización de cursos específicos por parte de las asociaciones del sector, en colaboración con la Comunidad de Madrid.
- Las empresas y asociaciones del sector conocen la oferta formativa de la Comunidad de Madrid y acceden a ella para la formación de sus empleados y asociados, respectivamente.
- Las empresas que han participado en el proyecto sugieren que la formación se diseñe de tal forma que permita al trabajador adquirir habilidades técnicas en los oficios básicos del sector (planchado, tejido, costura, acabado de prendas y ensamblaje), ya que son los ámbitos donde existen más carencias.
- Se produce una necesidad de incorporar acciones formativas dirigidas a los trabajadores jóvenes, con el fin de que adquieran conocimientos globales de la industria y de los oficios básicos del sector. Actualmente, los perfiles cualificados son personas mayores jubiladas o prejubiladas, y no se ha producido una transferencia de conocimiento entre generaciones.
- Existe una necesidad de incluir acciones que permitan el desarrollo de competencias “soft” como habilidades de comunicación (oral y escrita), vocación de servicio, trabajo en equipo y flexibilidad, así como idiomas.
- La selección de trabajadores se realiza principalmente a través de programas de prácticas o becas profesionales. Los expertos sectoriales recomiendan potenciar los programas de prácticas en empresas y extender su duración para que los trabajadores puedan adquirir mayores conocimientos y habilidades. La duración de las prácticas profesionales es muy limitada, lo que impide que los trabajadores adquieran suficiente experiencia en la industria antes de acceder al puesto de trabajo.
- Se requiere la incorporación de cursos para el desarrollo de competencias técnicas en herramientas informáticas de diseño, patronaje y arquitectura textil; ventas (organización de la tienda, logística en tienda y posicionamiento del producto en exhibición); y herramientas de administración y gestión empresarial, y programas informáticos.

Perfiles más demandados y necesidades de formación

Perfiles profesionales	
Producción de hilos y tejidos	• Diseñador textil
	• Técnico o arquitecto textil, con conocimiento de herramientas tecnológicas para el cálculo de estructuras y tensiones
	• Tejedor

Confección en textil y piel	• Diseñador gráfico textil	
	• Diseñador gráfico especialista en branding	
	• Especialista en tejidos	
	• Técnico de patronaje por ordenador especializado según material y diseño (trajes de novia, uniformes, tapizados, textil, piel, fibra de carbono, toldos, etc.)	
	• Ensamblador de tejidos según material y diseño, con conocimiento de calidad	
	• Operario de confección	
	• Marcador	
	• Sastre	
	• Montador, con conocimientos en soporte en distintos materiales como el cartón y el plástico	
	• Cosedor de pieles	
	• Confeccionista especialista en piel, con habilidades para el cuero de napa	
	• Especialista en planchado	
	• Especialista en acabados de prendas	
	• Manipulador de prendas de vestir	
	• Escaparatista	
	• Operario de industria manufacturera textil	
	• Jefe de taller con conocimiento en curtido, selección de pieles y control de calidad	
	• Responsable de talleres exteriores	
	• Planner/responsable de logística, con conocimiento en aprovisionamiento, almacenamiento y distribución	
	• Consultor textil, con conocimiento en investigación y desarrollo de procesos y consultoría en industria textil	
	• Responsable de operaciones, con conocimiento en diseño y desarrollo de procesos.	
	• Experto en calidad textil (persona encargada de homologar a los proveedores)	
	• Responsable de compras de materiales textiles	
	• Product manager especialista en moda	
	• Administrativo, con conocimiento de regímenes aduaneros, impuestos especiales y alto nivel de idiomas	
	• Responsable de sistemas integrales de gestión	
	• Técnico en expansión	
	Calzado	• Diseñador de calzado especializado (zapato deportivo, ortopédico e infantil)
		• Técnico de patronaje de calzado
		• Escaparatista
• Reparador de calzado y marroquinería		
• Técnico de ventas, con formación en marketing, estrategia empresarial y comercio internacional		

Ennoblecimiento de materias textiles y pieles	<ul style="list-style-type: none"> Técnico de fabricación y ennoblecimiento de materias textiles y pieles, con conocimiento en acabados textiles, preparación, tintura y tejeduría (de calada, de punto por recogida y por urdimbre)
	<ul style="list-style-type: none"> Curtidor, con conocimiento en selección y tratamiento de todo tipo de pieles y herramientas tecnológicas para el corte de pieles
Otros	<ul style="list-style-type: none"> Técnico comercial, con formación en ventas y comercio internacional
	<ul style="list-style-type: none"> Técnico de mantenimiento de maquinaria industrial
	<ul style="list-style-type: none"> Especialista en marketing digital (desarrollo de negocio a nivel digital: estrategia digital, posicionamiento de marca y redes sociales)
	<ul style="list-style-type: none"> Visual merchandiser

Competencias

Competencias transversales (habilidades sociales)	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de comunicación Trabajo en equipo Flexibilidad Idiomas
Competencias técnicas	<ul style="list-style-type: none"> Diseño y confección textil, de calzado y pieles Arquitectura textil Patronaje Programas informáticos de patronaje Programas informáticos específicos para arquitectura textil Conocimiento de materiales destinados a la industria textil (selección de materiales homologados) Ventas (organización, logística y posicionamiento del producto en tienda) Logística integral (aprovisionamiento, producción, almacenaje y distribución) Internacionalización (exportación de productos) Herramientas de administración y gestión empresarial (contabilidad, finanzas e informática) Marketing y marketing digital (visual merchandising, branding, canales de distribución, e-commerce, desarrollo de negocio a nivel digital, estrategia digital, posicionamiento de marca y redes sociales)

El **Proyecto Monitor de Empleo** se plantea como una investigación rigurosa, sistemática y global del mercado de trabajo de la Comunidad de Madrid. La utilización de técnicas, tanto cualitativas como cuantitativas, y el análisis de diversas fuentes secundarias y primarias que informan el mercado laboral de la Región, permitirán mejorar la toma de decisiones de políticas activas, adaptándolas a las necesidades reales del mercado laboral.

El objetivo del estudio es realizar una investigación cualitativa, basada en técnicas DAFO y DELPHI para determinar las prioridades de Formación para el Empleo en la Comunidad de Madrid en cada una de las Familias Profesionales y sus Áreas Formativas. Para la determinación de dichas necesidades de formación, el estudio ha abarcado todas las actividades económicas con un análisis en profundidad del escenario empresarial y del mercado laboral desde la óptica de las principales asociaciones sectoriales, empresarios y especialistas en recursos humanos. El estudio ha contado con una elevada representación, con más de 200 participantes en los talleres de trabajo presenciales y más de 400 en cuestionarios Delphi sectoriales. Todo con la finalidad de detectar necesidades de cualificación de los trabajadores ocupados y desempleados, debidas, tanto a desajustes entre la oferta y la demanda de las competencias profesionales, como a la aparición de nuevos perfiles profesionales o nichos de mercado generadores de empleo.



UNIÓN EUROPEA
FONDO SOCIAL EUROPEO
El Fondo Social Europeo invierte en tu futuro



Comunidad de Madrid

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA,
EMPLEO Y HACIENDA

Dirección General del Servicio Público de Empleo