

La industria textil necesita competencia

Gabriela Calderón de Burgos

Aquilino Flores empezó lavando carros en las calles de Lima a mediados de los sesenta. Hoy es dueño de la empresa de textiles más importante del Perú, Topy Top, empresa con ventas anuales que superan los 100 millones de dólares y que exportó 89,22 millones de dólares en 2009. En ese mismo año, todas las empresas de textiles del Ecuador apenas exportaron poco más de 155 millones de dólares, mientras que todas las empresas de la industria textil del Perú exportaron 1.483 millones de dólares (¡9,5 veces más que el Ecuador!).

Dicen que las industrias infantiles, para despegar, necesitan ser protegidas con barreras comerciales –como aquel arancel mixto que acaba de establecer el Gobierno ecuatoriano frente al aplauso de muchos de los empresarios nacionales de textiles–. De ser así, ¿cómo es que el Perú logró que su industria de textiles despegue mientras que se reducían los aranceles a los textiles importados?

Algunos dirán que esto se debe a la mano de obra mucho más barata que hay en el Perú y a la disponibilidad de la tercerización. Pero la mano de obra ecuatoriana era igual de barata (o más) –gracias a un sucre en caída libre– y también era tercerizada durante los noventa, década durante la cual la industria de textiles en el Perú ya estaba experimentando una bonanza en exportaciones. En 1993 el sector textil de Perú exportó 175 millones de dólares y llegó a más de 400 millones de dólares en 1999. Esa bonanza coincidió con una reducción paulatina de los aranceles a las importaciones de textiles, los cuales cayeron de un promedio de más de 180% en 1992 a un promedio de 12% en 1999.

La exposición del sector de textiles a la competencia internacional ha incentivado a los empresarios peruanos a innovar. Por ejemplo, en 2005 un estudio reportaba que “Hasta hace poco, dice el gerente general [de Topy Top], el tiempo de entrega de una orden era de 120 días, desde el recibo de la orden hasta la entrega. Hoy, el mismo proceso se lleva a cabo en 45 días”. Simplemente imagínense la complejidad de cumplir con las fechas de entrega para la cadena de tiendas Zara en España, la cual representó un reto para Topy Top, puesto que es conocida a nivel mundial por la rapidez con que le gusta rotar las prendas en las tiendas.

La mayoría de los empresarios ecuatorianos suelen estar contentos con las “protecciones” arancelarias que se reparten en Quito. Qué diferentes serían las industrias ecuatorianas si la mayoría de los empresarios adoptaran la actitud optimista de los Flores: los competidores nuevos (nacionales o extranjeros) “siempre han existido y siempre existirán, pero la empresa debe y puede responder al reto con mejores productos, ofertas y servicios”.

Solo cuando bajen los aranceles y empiecen a pensar así los empresarios empezaremos a ver con orgullo en otras partes del planeta prendas de vestir y otros productos (imposibles de predecir) con la frasecita Made in Ecuador. Todo eso sin necesidad de que el Gobierno ecuatoriano gaste en una campaña que promueva la frase o le imponga a todos los ecuatorianos el costo de un arancel que protege a determinado grupo de empresarios.

© Copyright 2008. Todos los derechos reservados.