

La Quinta

Las dos creatividades del sector textil

EL FUTURO del sector textil gallego depende de que sea capaz de avanzar en dos tipos de creatividades. La primera de ellas es la clásica, aquella en la que piensa todo el mundo, la que se refiere al diseño de los modelos y colecciones. En este terreno, el variopinto panorama empresarial ha dado pruebas sobradas de que está a la altura de las principales marcas del mundo. Dejando aparte la gran multinacional que simboliza la pujanza del

textil galaico, hay un tejido de firmas que mantienen el pabellón muy alto, a pesar de los embates de la crisis. Por ese lado, la creatividad está garantizada, pero al lado de esta modalidad creativa está otra de singular importancia, que se refiere a la gestión. Todo el mundo sabe que aquí algunas firmas han flaqueado, como consecuencia de la mezcla de una gestión ineficiente y de un mercado adverso. Sin embargo, todo indica que también en este

terreno se está haciendo un esfuerzo. Al presentar el Plan Estratégico del sector, el conselleiro de Economía apuntaba al respecto varias ideas interesantes que ya flotaban en el ambiente, pero que pocas veces son explicitadas. La primera es que la industria gallega no puede competir en costes. Así es. En los tiempos que se avecinan, esa batalla está perdida en favor de mercados donde las condiciones laborales son muy distintas a las nuestras.

Otra idea de Javier Guerra es que el mercado al que hay que apuntar es el alto y medio alto. Por último, el conselleiro marcaba una trilogía de valores para la nueva fase del textil galaico: calidad, servicio y marca. Es decir, que lo que se exhibe en Pontus Veteris es sólo una parte de la gran transformación de nuestra moda. Por debajo, y en silencio, se produce la metamorfosis de la gestión, con sugerencias que son muy prometedoras. Hay futuro.