

modaes.es

Manuel Díaz (CIE): “Expertos en innovación”



Hay dos ideas que el sector textil ha interiorizado durante la última década y de las que hoy en día presume orgulloso. La primera es que la innovación, el desarrollo de producto y la utilización de la tecnología más avanzada son presupuestos asumidos y objetivos de cualquier proyecto que quiera tener éxito. La segunda es que el tejido textil español se compone de una larga cadena de industrias de la moda que integra múltiples actividades complementarias y es algo más que lo que vemos en un escaparate.

Siendo esta situación conocida y reconocida por casi todos los que viven esta actividad, resulta desalentador que algo tan evidente sea ignorado por diversos colectivos que, desde una postura alejada y llena de apriorismos anacrónicos, siguen viendo al textil español como un sector primitivo, ajeno a la innovación y timorato ante las novedades tecnológicas. Es sorprendente leer, incluso en esta misma ventana de Modaes.es, a expertos y consultores que, por una parte, niegan la mayor hablando de un sector tecnológicamente retrasado y, lo que es aún más extraño, que sigan identificando al sector con una sola de sus vertientes ninguneando al resto.

Sería conveniente que estos analistas, al menos de vez en cuando, salieran de las grandes tiendas de las calles comerciales de nuestras ciudades, dejaran las gráficas y estadísticas de sus ordenadores y se dieran una vuelta por las fábricas y centros tecnológicos, los cuales, antes que nadie, decidieron que su única salida era invertir en desarrollo de producto e innovación y realizar una continua actualización tecnológica.

“Es sorprendente leer a expertos y consultores que, por una parte, niegan la mayor hablando de un sector tecnológicamente retrasado”

Y, de paso, estaría bien que supieran que tenemos empresas que son capaces de hacer tejidos punteros para sanidad o elementos de protección, de proporcionar tejidos para confeccionar prendas deportivas que puedan ser sometidas a condiciones extremas o de suministrar los elementos textiles a los fabricantes de automoción más exigentes. O que hay otras, y no solo una, que son capaces de fabricar tejido utilizando botellas de plástico usadas o residuos recogidos en alta mar. Que otras salen a la calle para anticipar las próximas tendencias. Pero a la calle en Tokio, Seúl, Nueva York o Milán. Y que las empresas fabricantes de denim disponen de un catálogo de más de ciento cincuenta tipos diferentes de tejido vaquero y que cada año desarrollan treinta nuevos.

También deberían saber que las empresas europeas facturan 27.500 millones de euros de textiles técnicos de alto valor añadido, con una cuota de exportación fuera de la Unión Europea del 48%. Que los centros tecnológicos españoles tiene una cualificación excepcional y las empresas textiles son sus clientes habituales desde hace décadas. Y, por supuesto, que muchas de nuestras compañías utilizan plataformas de venta online para vender a cualquier lugar del mundo, o han conseguido la excelencia en su cadena logística para ser más eficaces en su llegada al cliente.

Aunque algunos no sean capaces de entenderlo y sigan visualizando una rueda cada vez que piensan en el textil, el sector seguirá esforzándose por mostrarse como lo que es. Una actividad moderna, vital, innovadora, generadora de ilusión y orientada siempre al gusto del cliente. Y sería deseable que los que se acercan al sector para analizarlo, e incluso para juzgarlo, sean coherentes y se despojen de vetustas creencias que no tienen razón de ser. Si son capaces de dejar de lado verán lo que muchos llevamos años disfrutando.

Manuel Díaz es presidente del Consejo Intertextil Español (CIE)