

Meta-innovación para fomentar la industria textil boliviana

By Ana Bossler

La industria textil boliviana no aprovecha el potencial ya instalado por un déficit de gerenciamiento. Proponemos la creación de incubadoras sociales para reducir esa asimetría.

En co-autoría con Débora Rodrigues y Priscila Pereira.

La industria textil es una de las más importantes manufacturas en Bolivia. Aunque su desarrollo sea tardío —comienza en la década del 20— y que haya enfrentado desafíos por fallas estructurales con la apertura comercial en la década de 80, actualmente produce el 13% del total de exportaciones del país (Grossmann, 2009). Esta industria tiene un importante potencial de crecimiento por el aumento internacional de la demanda de productos ecológicamente sustentables, como es el caso de la tradicional tejeduría de los artesanos y del alto valor agregado de las lanas de camélidos (llama y alpacaca).

Bolivia tiene otorgados innumerables beneficios comerciales —cuenta con 100% de preferencias para exportar a la Argentina, México y Brasil¹— en forma de trato especial y diferenciado, sea por medio de acuerdos con organismos multilaterales o en acuerdos específicos. Sin embargo, la forma de estructuración de la industria textil boliviana, compuesta en su mayoría por pymes, hace difícil el aprovechamiento de esas ventajas comerciales.

Sin duda, Bolivia cuenta con claras ventajas competitivas en la industria textil, sea por sus materias primas (pelos finos de alpaca y llama), sea por su mano de obra muy calificada, con poco índice de rotación y fácil entrenamiento y capacitación en los centros de producción ya instalados (Grossmann, 2009). Para que el país pueda aprovechar el aumento de la demanda internacional por este tipo de productos y para superar problemas como el alto costo institucional del país y la falta de conocimiento de comercio exterior por parte de las industrias textiles, proponemos un sistema de incubadoras sociales² que fomente el emprendimiento desde la innovación, con especial enfoque en el gerenciamiento.

En el actual escenario global de competitividad resultará fundamental dar preeminencia a que la industria reduzca sus costos transaccionales y produzca una suerte de *spillover* (desbordamiento) de conocimiento. En Bolivia innovación y emprendimiento resultarán esenciales para anclar el crecimiento del país, que hoy ocupa el puesto 100 en ranking IDH (Índice de Desarrollo Humano) y que tiene al 60% de su población viviendo en la absoluta pobreza (Banco Mundial, 2013). Sin embargo, su industria hoy ve restringidas sus oportunidades por falta de recursos de inversión en investigación y desarrollo, como

resultado de las actuales políticas públicas, que han priorizado necesidades más urgentes.

Bolivia ocupa el 180º lugar en el ranking *Doing Business* del Banco Mundial en 2013, que es el resultado de que su propia estructura no fomenta el crecimiento. Considerando la relación entre instituciones y crecimiento económico inclusivo (Acemogluet al, 2010), proponemos implementar un sistema de incubadoras sociales desde los sistemas de meta-innovación,³ que no requiera de capital intensivo, con un enfoque centrado en el gerenciamiento en lugar de la alta tecnología. Este tipo de sistemas servirá a la vez como herramienta de inclusión social, dado que puede reproducirse con facilidad y requiere de muy poca tecnología.

El verdadero obstáculo en el desarrollo de la industria textil boliviana se encuentra en su baja capacidad de gestión de la comercialización. El problema real es cómo reducir las asimetrías de información, especialmente en relación al gerenciamiento del comercio exterior. Si bien el Banco de Fomento de Bolivia ya ha ampliado las líneas de crédito en el sector para la modernización de maquinarias, el país ha dejado al descubierto las capacidades de comercialización y emprendimiento de la industria.⁴

Otros obstáculos son las barreras paraarancelarias y la incapacidad de la industria de ajustarse a los estándares de producción de los países destino, muchas veces por desconocimiento de las condiciones de trato especial y diferenciado ya otorgadas al país (Cámara Nacional de Exportadores de Bolivia, 2012). La función de las incubadoras sería la integración de las etapas de desarrollo y comercialización, para reducir los costos de ingreso a los mercados internacionales. Considerando que la industria textil boliviana tiene una capacidad ociosa del orden del 40% (Grossmann, 2009), las incubadoras sociales podrían reducir las fallas de mercado, acelerando la innovación y fomentando el emprendedurismo. Dado que nos estamos refiriendo mayormente a pymes, el incentivo podría convertirse además en una herramienta para el ascenso social.

Desde sus peculiaridades, el énfasis en la construcción de capacidades de comercialización resultaría una estrategia atractiva para el aprovechamiento de las oportunidades que hoy tiene la industria textil boliviana. Implementar un sistema de incubadoras sociales en Bolivia no solo ayudaría al desarrollo económico sostenible sino que, al mismo tiempo, sumaría una herramienta inclusión social: un modelo de fácil reproducción, dada las condiciones actuales.

Published on 23/07/2014

-
1. En Argentina y Brasil aún no han sido liberadas totalmente las barreras paraarancelarias.
 2. Las incubadoras sociales tienen como objetivo el fortalecimiento de comunidades, a través de la capacitación de los emprendedores y la generación de tecnologías sociales.
 3. Los sistemas de meta-innovación se focalizan en el gerenciamiento en vez del desarrollo de productos. El sistema surge en Brasil, un país en el que las incubadoras sociales han asumido una organización horizontal entre estado, empresa y universidad, para alinear objetivos sociales desde la innovación. La principal traba para establecer empresas en Brasil eran los costos burocráticos y no la infraestructura, como en otros países con tradición en incubadoras. Esa dinámica involucra múltiples iniciativas tales

bottom-up, top-down y lateral, emergiendo del abandono de los proyectos de larga escala de la época militar para las incubadoras sociales de los 2000 (Etkowitz, 2005).

4. 75,8% de los bolivianos creen que tienen la capacidad de emprender y 54,5% dicen tener voluntad, recursos y oportunidades de emprender. Fuente: Global Entrepreneurship Monitor, 2010.

Bibliografía

- Acemoglu et al. *Why Nation Fails*. 2010
- ALADI. *Oportunidades comerciales para el Sector Textil y Confecciones de Bolivia*, en los mercados de Argentina, Brasil y México. Enero de 2007.
- Cámara Boliviana de Exportadores.
- Etkowitz, H et al. (2005). *Towards «meta-innovation» in Brazil: The evolution of the incubator and the emergence of a triple helix*. In: *Research Policy*, vol. 34 Issue 4.
- Global Entrepreneurship Monitor (2010). *Entrepreneurship Index*.
- Grossmann, Benjamin. *Estudio del Sector Textil en Bolivia*. Enero de 2009.
- World Bank. *Doing Business Report*, 2013.

FOROALFA

<https://foroalfa.org/articulos/meta-innovacion-para-fomentar-la-industria-textil-boliviana>

