

MIS INICIOS

PABLO GUERRERO, TEXTIL SYDNEY

IDENTIKIT

El evangelio según Pablo

➔ **Empezó como ayudante de costura de camisetas y ropa interior. Ahora vende en Australia**

VANESSA ANTÚNEZ DE LA VEGA

La riqueza no era tener tierras, sino vivir con orden y respeto. A Pablo Guerrero le decían que era hijo de un ricachón porque su padre era dueño de haciendas en Caraz y otras provincias de Áncash, pero él no había terminado la escuela y andaba mal vestido, ¿cómo iba a ser rico? Por eso, aunque tenía la confianza de su padre y se encargaba de llevar las cuentas, decidió viajar a Lima a los 17 años.

Su primer encuentro con el negocio de las confecciones fue con los retazos de telas que le servían de abrigo, cuando dormía debajo de la mesa de corte en casa del primo que lo acogió en Lima. Lo que siguió en su vida fue vender camisetas en mercadillos, sin mucho éxito porque no sabía hablar bien el castellano. En las fábricas que visitaba veía con admiración a los que cosían. Y entonces se enroló de ayudante de costura y se convirtió en uno de los mejores. Aprendió, literalmente, el teje y maneje del negocio.

Guerrero compró sus primeras dos máquinas de coser cuando un costure-



SEBASTIÁN CASTAÑEDA

DIO EN EL BLANCO. Sus prendas de algodón de las marcas Caraz y Sydney cruzaron las fronteras sin que él lo buscara.

MIS CLAVES

➔ Calidad e innovación.

Por los productos ofrecidos y la puntualidad en la entrega obtuve la confianza de mis clientes y mi credibilidad empezó a pesar.

➔ **Buen ambiente.** Cada mes pedimos sugerencias anónimas a los empleados.

➔ Variedad de diseños.

Con las marcas Caraz y Sydney tenemos entre 700 a 800 diseños en ropa interior blanca de algodón y pijamas, conjuntos de bebe y prendas con estampados.

ro experimentado le dijo: "Tú sabes coser, y además vender, eres mejor que yo". Entonces empezó a visitar las tiendas de Gamarra para vender sus propias confecciones de algodón, todas con la etiqueta "Caraz". Era difícil convencer a los clientes de que un producto de calidad costaba más. Les pedía que mirasen el acabado, que tocasen la tela, que él mismo la había cocido y se reían. "¿Y quién eres tú?", le decían. Pero terminaban aceptando la mercadería. Llegó a vender a comerciantes que llevaban sus prendas de vestir a otras provincias e incluso a unos tacneños que luego las vendían en Chile.

Los pedidos aumentaban, también las máquinas, los trabajadores. A mediados de los años 80 decidió alquilar su primera tienda en La Victoria, luego abriría 6 locales y compraría un terreno en Los Olivos para hacer su planta y elaborar una mayor variedad de modelos en ropa interior de algodón.

Guerrero sabía que muchos clientes exportaban sus confecciones, pero grande fue su sorpresa cuando a fines de la década del 90 fue invitado a Sidney. Era una familia que había visto sus prendas en Australia y lo invitaba a conocer su país. Se sintió tan conmovido por la amabilidad de aquella fami-

lia, por el orden y la limpieza de ese país que creó la marca Sydney (el nombre de la ciudad en inglés).

Guerrero dedica parte de su tiempo al estudio de la Biblia y mensualmente da en persona charlas a sus 200 trabajadores sobre ética y responsabilidad familiar: "Los Principios Sydney" están impresos en un manual que reparte a trabajadores y clientes. Incluso, motiva para que sus empleados crezcan y se conviertan en sus proveedores. Gracias a ese buen trato, a sus 54 años, ha ganado una alta productividad, pero si uno le pregunta sobre cifras y mercados nunca los tiene en la cabeza.



PONCHO

Se exporta ponchos de alpaca, algodón y en hilado de oveja. Pero lo que más se busca es la variedad y el buen acabado.

MERCADO DE DESTINO:

Estados Unidos se lleva el 27% del total de las exportaciones peruanas. Continúan en la lista Francia con US\$24.713 (11%), Chile con US\$22.319 (10%), España con US\$19.600 (9%) y Ecuador con US\$18.374 (8%). En cantidades menores se vende a Alemania, Italia y Australia.

EXPORTACIÓN:

De acuerdo con ÁDEX, los envíos de ponchos durante los primeros seis meses del año llegaron a sumar US\$227.735, lo que significó un incremento en 1,2%, en comparación con el mismo período del año pasado.

POTENCIAL:

Los ponchos de alpaca son muy solicitados y para resultar competitivos se requiere de muy buenos acabados. Mon Repos, una de las empresas que más exporta este producto y cuyo mayor mercado está en España, solo utiliza las calidades superfina y baby alpaca.

Por otro lado, también se busca variedad en materiales (algodón, hilado de oveja, lana) y en diseños. Se exporta ponchos con trenzas, tipo capa, con capucha o sin ella, tejidos a crochet o en telar, con chalina o sin ella, abiertos o cerrados.

1974

Inicio de la producción de ropa de algodón con dos máquinas de coser. Venta de productos a tiendas de Gamarra.



1978

Venta a comerciantes de Tacna que exportaban a Chile y comerciantes de Pasco y Junín. Ya con 6 máquinas aumenta la producción de prendas de algodón y de franela.

1984

Alquiler de la primera tienda en Gamarra para la venta directa.



1989

Inscripción de la empresa Creaciones Caraz. Cuatro años después la planta en Los Olivos ya está operativa.

1998

Una familia de Sidney, Australia, invita a Pablo Guerrero para conocer los lugares turísticos de su país. Luego la familia se convertirá en un representante independiente de la marca. En 1999 se crea la razón social Textil Sydney con las marcas Caraz y Sydney. Más importadores llevan los productos a otros países.

2008



La producción anual fue de más de 1,5 millones de prendas, entre más de 700 diseños de ropa interior hecha de algodón, tejido de punto y manufacturas de prendas de algodón. Tiene 7 tiendas y un local de exhibición en Lima.