



Pedro Regojo reconece que pasa máis da metade das 24 horas do día traballando e que non ten tempo practicamente para nada. Non en van, é o dono das firmas téxtiles Amura e Quebramar e, dende febreiro, **presidente da Confederación de Industrias Téxtiles de Galicia (Cointega)**, unha entidade que comprende 200 empresas do sector, entre elas o Grupo Inditex, que representan o 90% do volume de negocio do ramo na nosa Comunidade. Convencido da potencia do seu sector, o cabeza visible de Cointega coida que, a pesar da crise económica, o futuro do téxtil galego é prometededor.

“O téxtil que se fabrica en Galicia ten unha calidade alta que o defende fronte á crise”

Como foi o seu desembarco en Cointega?

No mes de febreiro, unha delegación da Agrupación de Empresarios Téxtiles de Lugo, Ourense e Pontevedra propúxome a presidencia desta agrupación. A pesar do pouco tempo libre que teño, decidín aceptar, xa que me dixeron que eu era unha persoa que gozaba do consenso de todos os asociados. Parecíame un absurdo que A Coruña, con Inditex e grandes empresas no seu territorio, estivese separada da Asociación. Para min, era fundamental a reciclaxe na xestión empresarial. O primeiro que fixemos foi iniciar conversacións con José Antonio Conde, presidente da Asociación de Empresarios Téxtiles da Coruña. Decatámonos de que non estabamos todos unidos por un problema artificial. Finalmente chegamos á conclusión de que o mellor era unírmolos e formar unha única Confederación, que xa existía e que só

“Cointega ten preto de 200 empresas asociadas, entre elas, o Grupo Inditex, con dúas persoas desta firma na nosa xunta de goberno”

era mester reactivar. Hai dous meses asinamos a potenciación de Cointega e a entrada na CEG. Actualmente, Cointega ten preto de 200 empresas asociadas, entre elas, o Grupo Inditex, con dúas persoas desta firma na nosa xunta de goberno. Son presidente para defender todo o sector, tanto o que factura 60 millóns de euros coma o que factura 200 mil. Non cabe dúbida de que as que máis axuda necesitan son as empresas de menor calado, cun promedio de vinte traballadores. Tamén estamos na liña de mudar a mentalidade dos nosos asociados. O sector precisa xente preparada, que se centre no deseño, o márketing e a comunicación.

Como afronta Cointega a caída do consumo provocada pola crise económica?

A caída do consumo é lóxica. Por unha banda, subiron as hipotecas, por outra a alimentación, e co encarecemento do cru, que está en prezos que nos fan pensar que os 200 euros por barril dos que se falaba coma unha previsión hai seis meses non eran ningunha tolemia. Pero en Galicia estamos especializados nunha calidade de produto medio-alto e aí temos máis defensa fronte á crise.

Creo que unha das súas prioridades é constituír o Clúster Galego do Téxtil..

Está claro que temos que facelo, pero non só un grupo formado polas dez empresas importantes de Galicia. Trátase da unión dun

esfuerzo empresarial coa Administración autonómica e central. Todos temos interese en constituír este clúster, porque o téxtil supón imaxe e marxes de valor engadido importantes. Estamos xa no camiño, pero tentamos facelo no tempo axeitado e que sexa bo para todos que constituímos o téxtil galego.

Que importancia lle conceden á innovación as empresas asociadas a Cointega?

O modelo de empresa galega é toda unha referencia para o éxito en téxtil, e temos superada a idea de que unha firma do noso sector é un obradoiro de confección. A innovación e a creatividade é parte importante da empresa, así como a loxística. Hai que ir ao último para crear unha necesidade de consumo. Se cambias o escaparate dúas veces ao ano, pouco futuro tes. Tamén rematou a tendencia de lanzar catro coleccións ao ano. As empresas crean unha cada mes. Os téxtiles galegos sabemos que temos unha referencia a nivel mundial, e queremos facer un congreso a finais de 2008. A Xunta está interesada no tema e estamos traballando para facelo realidade.

Que lle diría vostede aos que afirman que en Galicia o téxtil só é o Grupo Inditex?

Que non é certo. Temos unha deca de empresas radicadas en

“Queremos facer o Clúster do Téxtil galego, pero non só formado polas dez empresas importantes. Estamos xa no camiño, pero tentamos facelo no tempo axeitado e que sexa bo para todos”



Galicia cunha facturación de 40 millóns de euros que o están a facer moi ben e ás que lles debemos unha imaxe de modernidade, creación e innovación. Algo que, unido a Zara, que é unha potencia mundial, fai que vaíamos a vender a Madrid, México ou Venezuela e sexamos unha referencia. Entre as medidas que contemplamos para incrementar a nosa internacionalización, inclúense viaxes, exposicións e unha serie de accións que reforcen o que estamos a realizar dende a industria téxtil xa que, ao noso xuízo, na internacionalización está o futuro deste sector.

Coida cre vostede que están as claves do éxito do téxtil galego?

Coido que fomos nunha dirección distinta á do resto do Estado. O téxtil galego hai corenta anos era Barcelona. Logo Cataluña

formamos o sector. Nestes momentos, o noso principal obxectivo é a internacionalización entendida como a exportación de produtos diferenciados e de maior valor ,e tamén como exportación do modelo de negocio a outros países. O crecemento de países como México, China ou India dará un impulso expoñencial ás empresas galegas sen necesidade de que isto signifique a perda de exportación ou emprego en Galicia.

A moda náutica e infantil poden ser dous dos sectores de máis futuro no nosos téxtil?

Galicia diversificou moito a moda. En náutica, Amura é unha referencia que vende en toda España, en universidades e clubs deportivos. En nenos, Pili Carrera e outras firmas recoñecidas, chegaron a unha tremenda especialización que nos fai distintos á competencia chinesa. Os orientais queren copiar o noso, pero



UN HOME DE NEGOCIOS VENCELLADO DENDE NENO CO SECTOR TÉXTEL

Pedro Regojo (Redondela, 1940) comezou con 15 anos a traballar co seu pai, José Regojo, que el mesmo define como "o gran pioneiro do téxtil en Galicia". Na súa mocidade, alternaba os estudos de enxeñeiro Téxtil e do IESE de Barcelona coa axuda que prestaba na empresa familiar. "Nos meses de verán", recorda, "en vez de ir á praia, ás oito da mañá estaba na fábrica e dedicábame a saír a vender". Segundo explica, dedica

doce horas diarias á súa actividade profesional, cun espírito de traballo inculcado polos seus pais.

O propietario de Cidistex, formou hai 25 anos a empresa Amura, con 3 tendas en Vigo, Baiona e Sanxenxo e dedicada á roupa náutica; e a firma Quebramar, con 50 establecementos entre España e Portugal. Tamén posúe a gardeiría viguesa Kids Garden, na Gran Vía da cidade olívica, e creou o Club 55, dedicado ás persoas que superan eses anos e que xa conta cunha trintena de socios.

foi perdendo peso e introducíndose noutros sectores sen crer no sector, mentres que outras rexións como as do Levante si crearon nel, pero non dedicaron investimentos a recursos senón que decidiron producir barato, con calidades medias-baixas, aínda que existen excepcións. En Galicia, non. As empresas están especializadas e por exemplo, en punto, somos unha referencia a nivel nacional. Tamén temos outras compañías como Roberto Verino ou Adolfo Domínguez que buscaron imaxe, fixeron coleccións de moito nivel e engadiron valor ao produto. Cando imos vender, non vendemos unha camisa ou un pantalón, senón que lle imprimimos modernidade e ese algo distinto, algo que caracteriza á empresa téxtil galega. Creo que os elementos diferenciadores van vencellados á calidade, á creatividade e á eficacia, pero sempre cunha estreita cohesión entre os que con-

sempre chegan tarde, cun ano de retraso polo menos. O éxito do téxtil galego radica na especialización. Somos fortes en náutica, en infantil, en punto, en muller... cousa que no resto do país, salvo casos concretos, non sucede, xa que van cara a produtos moi básicos e iso non ten futuro.

“ En náutica Amura é unha referencia. E en nenos, Pili Carrera acadou unha especialización que nos fai distintos á competencia chinesa”