



En Portada

■ O téxtil galego

Dende fíos sintéticos ata prendas de pasarela. O téxtil galego é un sector heteroxéneo e diverso. Del forman parte case 550 pemes, que empregan a 13.000 profesionais e facturan mil millóns de euros anuais, segundo a Xunta.

■ Os datos da provincia

O directorio de empresas do INE 2011 di que na provincia hai: 27 empresas no epígrafe de industria téxtil, 135 no de industria da confección e da peletería e 9 empresas no de preparación curtido e acabado en coiro.

■ Clúster e plan estratéxico

En setembro do pasado ano creábase o Clúster Téxtil Galego, con 230 empresas. Un dos seus primeiros proxectos é o plan estratéxico Textil-Visión 2020, presentado en febreiro e dotado con 11 millóns de euros.

Ourense é a segunda provincia galega exportadora de téxtil-moda e unha das p

O reto, ser máis com

ÁNGELES RODRÍGUEZ

Máis alá dos focos e dos flashes que se pousan sobre as modelos que presentan unha nova colección na pasarela, hai todo un sector que fai posible que a roda da moda siga xirando cada tempada. Nel Galicia, e tamén Ourense, teñen moito que dicir. “Dende os anos 80, o sector téxtil moda galego é un claro referente no mercado español, pero ademais, dende hai varios anos Galicia é a principal rexión exportadora, superando amplamente a zonas como Cataluña, cunha maior tradición que nós”, afirma Alberto Rocha Guisande, secretario xeral da Confederación de Industrias Textiles de Galicia (Cointega).

Os dous piares que sustentan esta posición de liderazgo son, segundo Rocha, “o desenvolvemento das grandes cadeas de tendas que tiveron a súa orixe en empresas galegas, así como o empuxe e perserverancia do cento de marcas galegas que seguen operando a



FOTOS: CARLOS G. HERVELLA

través da canle das tendas independentes”. No marco galego a provincia ourensá, continúa o secretario xeral de Cointega, “é unha das grandes prota-

gonistas, contando cos dous grupos empresariais que, despois de Inditex, teñen un tamaño moi por riba do resto: Adolfo Domínguez e a Sociedade

Varios modelos, durante un desfile de moda.

Textil Lonia, cuns desenvolvementos internacionais moi potentes, que levaron a que Ourense sexa xa a segunda provincia exportadora de téxtil-moda dentro de Galicia e unha das primeiras do panorama español”.

De feito a fabricación de artigos e produtos textís é un dos catro sectores (xunto coa extracción de lousa, contrastistas xerais e construcións pesadas) que xeran o 35% do Valor Engadido Bruto (VEB) da provincia (Ardán 2011). O téxtil e a confección ourensáns abranguen, segundo o Directorio de Empresas do INE 2011 (datos facilitados dende a Cámara de Ourense), 27 empresas no epígrafe 17 de industria téxtil, 135 no epígrafe 18 industria da confección e peletería e 9 no epígrafe 19 de preparación de curtido e acabado en coiro. “O sector téxtil é un dos maiores produtores de manufacturas da Unión Europea, de España e de Galicia”, di o presidente da Cámara de Comercio e Industria de Ourense, Celso Barbosa, “no caso de Ourense, o

Continúa na páxina 6

Celso Barbosa, presidente da Cámara de Comercio e Industria de Ourense

‘O téxtil ocupa a segunda posición nas exportacións’



Celso Barbosa, presidente da Cámara.

A.R.

O peso empresarial do sector téxtil en Ourense “é moi relevante”, subliña o presidente da Cámara, Celso Barbosa, “as tres primeiras empresas do sector encóntranse entre as vinte primeiras de Ourense por facturación e creación de emprego”. Ademais este é un dos sectores máis exportadores da provincia. “A presenza de grandes grupos empresariais do téxtil a nivel mundial marca a relación e peso do sector dentro das cifras do mercado internacional ourensán. No

caso das exportacións, o téxtil ocupa a segunda posición cun volume de facturación de case 20,3 millóns de euros nos primeiros catro meses deste ano. Por países de recepción, Portugal é o primeiro con preto de 4,2 millóns de euros, seguido de México con case 4 millóns, e en terceiro lugar Emiratos Árabes con preto de 1,9 millóns”, indica Barbosa. En canto ás importacións, “cobran peso os países asiáticos. En menos de cinco anos China alzouse ao primeiro lugar con 7,2 millóns de euros. Portugal ocupa o segundo lugar e no terceiro aparece Indonesia, con case 1,2 millóns”.

Ademais este sector está presente nas diversas accións de internacionalización que cada ano realiza a Cámara ourensá. “A especial relación comercial que a nosa entidade mantén dende hai case 20 anos con Rusia quizais converta a este país nun dos principais obxectivos do noso sector, xa sexa a través de misións directas como inversas. Pero tamén nos últimos cinco anos temos fixado a nosa atención noutros puntos como Asia, organizando sendas visitas á Feira Fashion Week de Hong Kong”. Para Barbosa o mercado ruso “ofrece interesantes perspectivas pola crecente forma-

ción do consumidor, que demanda máis prendas de calidade e oríentase en materia de moda polos gustos da Europa máis occidental. En canto a Bélxica e Suíza, téñense convertido en obxectivos estratéxicos pola madurez do seu mercado, o elevado nivel adquisitivo dos consumidores e, no caso concreto de Bélxica, por tratarse dun importante escaparate europeo ao acoller no seu territorio a capital da UE”. Neste 2011 a entidade cameral ourensá traballa “de forma coordinada co sector na organización dunha misión comercial específica que tería a Europa como destino”, adianta Celso Barbosa.



■ Os desafíos

Entre os principais retos do sector téxtil e da confección galega están a crise económica e a redefinición das tecnoloxías, mercados e hábitos de consumo en relación ás compras de moda e vestiario en xeral.

primeiras dentro do Estado español

petitivos

LEONOR PÉREZ PITA,
Directora da Pasarela Cibeles

“O gran problema do deseño é que temos grandes xenios, pero hai que ligalos coa industria”, asegura a directora da Pasarela Cibeles, para quen neste aspecto os deseñadores galegos teñen unha vantaxe: “empezaron ao revés, moitos deles tiñan a industria e despois introduciron o deseño, por iso Galicia conta neste momento cun tirón que non ten ningunha outra comunidade”.



o sector a actual situación económica sinala que “seguro que as empresas están notando a crise, aínda que, polo que pode ler na prensa, non están tendo perdas, están ganando un pouco menos que antes, pero son os deseñadores que veñen de antaño, Adolfo Domínguez, Roberto Verino, Kina Fernández, María Moreira, todos os que eu recordo de Cibeles e, logo, as grandes empresas. Unha, Zara, que é galega, soubo dicir fóra das nosas fronteiras: isto é a moda galega. E abriu un camiño a moitos deseñadores”.

VITALIANO FALIVENA VIDAL,
presidente da Asociación de Talleres de Confección Industrial de Ourense (ATACIO)

“Agora mesmo o sector está nun punto de inflexión, ou desaparece ou continúa, unha de dúas, non hai termos medios”, di Vitaliano Falivena. Dende ATACIO trabállase nunha serie de actuacións, en colaboración coa Administración galega, que buscan darlle visibilidade ao sector ourensán e “que confiamos que se leven a cabo enséguida, é a única maneira que temos de continuar”. É o caso da elaboración dun catálogo sobre as empresas ourensás.

“Queremos conseguir unha maior presenza dos talleres que aínda quedan en activo para que os clientes actuais ou futuros podan dirixirse a eles”, indica. “A idea é facer unha especie de catálogo de talleres, ben vía internet ou ben vía folleto, para darnos a coñecer, amosar a actividade que desenvolvemos, a cantidade de emprego que xeramos e a calidade que ofrecemos. Hai clientes que descoñecen que aínda quedan talleres en activo, debido á crise que houbo hai uns tres anos e que supuxo un peche masivo e salvaxe que levou a que en moitos sitios desaparecese o tecido industrial de confección. Entón hai xente que non sabe se quedan talleres funcionando preto deles”.



cia só quedan uns 20 talleres en activo. “Ese monopolio perdeuse hai moito tempo, no momento no que se internacionalizou todo e houbo unha fuga de traballo, veuse abaixo. Foi un fallo moi grande por parte das administracións central e autonómica non ter tomado medidas máis concretas e axustadas no seu momento, que se están empezando a tomar agora, pero para algúns xa é moi tarde. Probablemente teríanse salvado moitos talleres e moitos postos de traballo porque hoxe as empresas que xeran máis emprego son as pemes e os autónomos. As grandes empresas están hoxe con moito e mañá con pouco, mentres nós acostumamos manter o emprego ata o último momento”.

Falivena explica que na actualidade “están empezando a vir clientes de pequenas tiradas, os xoves deseñadores, pero iso a día de hoxe non cubre as necesidades dos talleres”. De aí que busquen outras saídas para os seus negocios, entre elas a internacionalización. “Tentamos por activa e por pasiva que os clientes que hai en España conten con nós, pero resulta moi complicado porque os prezos da man de obra están axustadísimos fóra de aquí, non podemos competir con eles, entón temos que apostar outras alternativas como a de buscar clientes fóra. Nun principio empezaremos a nivel europeo xa que, polo prezo da man de obra, non podemos ter capacidade para competir nin con India, nin con China, nin con Marrocos”.

Roberto Verino, empresario e deseñador

“As crises representan auténticas oportunidades”

A.R./MÓNICA G. BELLVER

O seu é un nome de referencia na moda española. Creaba a súa marca en 1982 e nos últimos anos a súa empresa, Robero Verino Difusion SA, ten experimentado unha importante expansión. Para Roberto Verino as épocas difíciles como a actual representan “auténticas oportunidades porque agora é cando hai que demostrar quen é de verdade e quen non”. Este empresario e deseñador verinés pensa que a crise puxo “as cousas no seu sitio” e que “os que de verdade sintan, queiran e teñan actitudes de facerlle fronte con enerxía, van saír reforzados. Este é o meu caso”, destaca, “estou mellor que hai tres anos”. E iso porque “nos momentos difíciles fumos quen de aumentar, de mellorar os nosos resultados de ter máis expectativas de facer cousas”.

¿Que representa a moda galega a nivel económico?

Eu diría que Galicia é un exemplo porque se fala de moda galega dende hai moitos anos como a nova xeración de empresas de moda. Dende o monstro de Zara, que é unha empresa do téxtil e á que non hai que quitarlle ningún mérito, senón todo o contrario; ata o que está pasando en Ourense, onde en moi pouco espazo de tempo está Téxtil Lonia (coas súas marcas Carolina e Purificación), Adolfo Domínguez e nós. Por iso creo que neste momento as empresas máis importantes do sector están en Galicia e van seguir estando porque o que fixemos no seu día foi rodearnos de estrutura capaz e Adolfo Domínguez está en bolsa, que xa é unha vantaxe. Nós estamos mellorando e os demais. Agora, haberá quen sexa capaz de saír adiante e quen tire a toalla, pero iso xa é unha cuestión de vanta-

des e capacidades.

¿O sector téxtil debería ter un maior apoio das Administracións?

Non son partidario de vivir das aportacións das administracións porque iso é un engano. Ao final as administracións non fan máis que repartir o que lle damos os contribuíntes para que xestionen ben e non son partidario das súas intervencións. Sería máis partidario de que axudaran a que as empresas tiveran capa-

medir as cousas polo que representan as vantaxes ou inconvenientes. É unha cuestión de sentimentos. Eu quería estar ao carón da miña familia, que me ten axudado moito a ser o que son, e, en consecuencia, estou seguro de que o que logrei é froito dese esforzo colectivo. Sempre falo en plural porque creo que é unha realidade compartida cos meus equipos, coa miña familia, coa xente que me ten podido axudar. Noutros

CARLOS G. HERVELLA



O creador e empresario ourensán Roberto Verino.

ámbitos tería o mercado máis preto, estaría máis preto das decisións máis trascendentes, tería un reflexo cara o mundo máis fácil porque ir a Ourense representa unha dificultade tremenda, porque hai que ir a “pé feito” e a min cóstame máis ir a Verín, que ao meu equipo ir a Nova York. ¿Iso ao final en que se traduce? No triunfo da vontade. Cando alguén realmente quere algo, non importa onde queira que estés, se o que tes dentro, a túa capacidade de xerar emocións, é de verdade. E logo aplicar a teoría das tres T: traballar, traballar e traballar, non hai outra.

¿Que consello lle daría a alguén que esté pensando en montar unha empresa neste sector?

Non son moi amigo de dar consellos porque se poden interpretar de moitos xeitos e non sempre ben. Pero o que si lles diría é que, aínda que moita xente cre que é un mal momento, eu penso que é un bo momento. Tense que empezar sempre nos momentos difíciles porque é cando todo se fai co máximo rigor e isto significa ir un pouco máis despazo, comezar incluso con máis dificultades, pero cunha base máis sólida. Base sólida quere dicir futuro e eu creo que nada mellor para alguén que empece que ter garantido o seu futuro. Iso é o que eu transmitiría a quen queira que fose a empezar en calquera actividade.

idades para investir en man de obra, para que foramos competitivos con outros mercados, para que nos puxeran as menos pegas posibles en canto a que os recursos non son ilimitados e, por conseguinte, se nós estamos pagando máis do 50% do que conseguimos, para o Estado, non se nos pode seguir pedindo máis porque entón estrúllannos. En consecuencia, canto menos teña que intervir a Administración nas empresas, mellor.

¿Estar en Ourense supón un handicap para desenvolver unha actividade empresarial no sector téxtil?

Se eu me tivese quedado en París ou marchase para Madrid, Barcelona ou Nova York supoño que tería contado con moitas máis vantaxes e máis facilidades. Pero na vida nunca podes

Vén da páxina 4

tecido empresarial está dividido en dous bloques. Por unha banda, as grandes empresas altamente internacionalizadas e cunha forte contratación de persoal e, pola outra, un sector tradicional de talleres. Este último amosa unha lenta tendencia á redución. Polo que respecta aos talleres pequenos podemos observar dous modelos: os vencellados a grandes grupos empresariais e os autónomos. Trátase dun sector con presenza feminina maioritaria nas plantillas". Barbosa matiza que "a presión é cada vez maior sobre este sector, debido ao alto grao de competitividade a nivel internacional. Ademais tamén existen grandes dificultades para o desenvolvemento de accións de cooperación no téxtil. E a iso debemos engadir que os pequenos talleres teñen moitas dificultades para modernizar a súa capacidade produtiva. A principal produción é a confección en base de tecido, seguida do coiro-pel, aínda que en proceso de redución polos efectos da crise".

No contexto galego dúas están sendo as consecuencias da crise actual: "a caída no consumo, especialmente significativa no capítulo adicado á roupa, así como as dificultades para a financiación, sobre todo do ciclo do circulante, que ten un peso moi importante e que ata agora conseguíase de maneira relativamente sinxela", explica Alberto Rocha dende Cointega. Pero estes problemas, matiza, "aínda sendo moi graves, estámolos considerando como coxunturais, existindo outros como o cambio na configuración das canles de distribución, cunha progresiva desaparición da tenda independente, que poden ter uns efectos aínda máis importantes a medio prazo na gran maioría das pemes galegas".

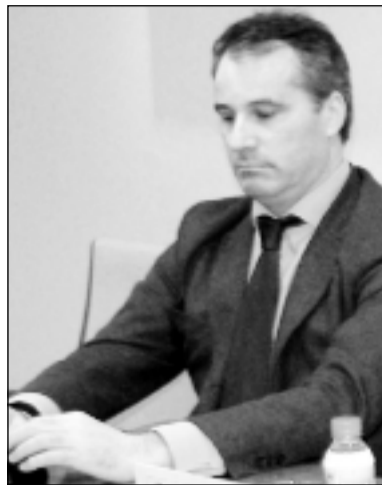
Cointega agrupa ás principais organizacións textís galegas e conta cunha representatividade que supón máis do 95% do volume de negocio que se xera na comunidade. Nació nos anos 80 pola "conveniencia de tratar os asuntos que afectan ao sector cunha visión de conxunto e tendo unha única voz de cara ao exterior", lembra Rocha. Primeiro aglutinou ás patronais provinciais, que xurdiran nos anos 70, e xa no ano 2010 integrou á Asociación Textil Galega (Atexga). "A valoración da xestión conxunta non pode ser máis positiva", di o seu secretario xeral, "existindo un compromiso expreso de todos os membros da xunta directiva de abordar a defensa dos intereses e plans de futuro do sector cunha visión global, olvidando calquera enfoque que supoña caer en localismos ou sesgos en función do tamaño ou tipoloxía das empresas".

Na aposta por desenvolver o téxtil galego dous son os proxectos no que sector e Administración galega veñen traballando nos últimos meses. Así en setembro de 2010 creábase o Clúster Téxtil de Galicia, con máis de 230 empresas. En palabras do conselleiro

de Economía e Industria, Javier Guerra, "nace para outorgar maior forza competitiva a esta industria galega nos mercados nacionais e internacionais".

O sector téxtil galego "configura un clúster de feito, que se ten ido modelando ao longo dos anos e que fai que a rexión conte cun ecosistema que favorece o desenvolvemento de empresas do sector", sinala o secretario xeral de Cointega. Así para a vertebración do clúster, "Cointega adaptou os seus estatutos e estrutura orgánica para ser tamén a entidade que o lidere, engandindo á súa denominación o termo Clúster Galego Téxtil Moda, sendo esta unha fórmula bastante innovadora, onde a patronal sectorial é tamén o clúster, o que evita as distorsións que se xeraron noutros sectores".

Un dos primeiros proxectos desta nova plataforma é o Plan Téxtil Moda-Visión 2020, que se presentaba en febreiro e que foi realizado en colaboración coa Consellería de Economía. Este plan estratéxico conta cun com-



Alberto Rocha, secretario xeral da Confederación de Industrias Textís de Galicia (Cointega).

resantísimo: identificar os futuros máis probables, promover o espírito de cambio entre os seus membros e innovar o modelo de negocio sectorial, así como os produtos e servizos a partir de novos soportes e consumidores".

Para o secretario xeral de Cointega, "o realmente importante nestes momentos é mellorar a competitividade das pemes do sector, adaptando ás súas estruturas á nova configuración

dade que a faga singular, pero ademais, cun tamaño e capacidades mínimas para afrontar as dificultades de acceso aos mercados internacionais". Para conseguilo elaborouse o plan estratéxico e logrouse o apoio da Xunta, "pero aínda falta o máis complicado: trasladar todo isto á estratexia e á mentalidade das empresas e implantalo con éxito, sen dúbida todo un reto de país".

Para o presidente da Cámara, Celso Barbosa, varias son as medidas que poderían mellorar o téxtil ourensán. "Na provincia teñen a súa sede escolas especializadas en deseño que poden ser fonte de novos creadores e, polo tanto, de novos empresarios poden renovar o sector. Por iso é moi necesario crear mecanismos particulares e propios para estes emprendedores, que teñen na súa creatividade o maior valor de futuro". Sobre o subsector de produción de talleres textís, indica que "é urxente tomar medidas que lles faciliten o camiño cara a especialización industrial en producións de gama

Ana Guerra, directora da Escola Felicidad Duce en Allariz

'Agora o alumno sae e crea a súa empresa'

A.R.

A Escola Superior de Deseño e Moda Felicidad Duce leva máis dunha década formando alumnos en Allariz. Nació no ano 2000 froito da colaboración da Asociación Textil de Galicia (daquela presidida por Adolfo Domínguez), a Fundación Germán González Ferreiro, o Concello de Allariz e a Consellería de Industria, e co obxectivo de cubrir o baleiro de formación existente na comunidade en postos intermedios dentro do sector téxtil: deseñadores e patronistas.

"A primeira titulación oficial que tivemos foi o

ciclo de grao superior de estilismo e modelismo, despois pasamos aos estudos superiores de deseño especialidade moda e, finalmente, á titulación de grao en deseño de moda, que se implantaba no pasado curso 2010/11", explica a súa directora, Ana Guerra.

Ata o 2006-2007 era o único centro galego que impartía unha formación oficial deste tipo, "eramos o referente, agora hai outros centros, pero cada un ten a súa especialidade". Nesta escola, na que dan clase dez profesores, tamén se imparte formación *in company*, é dicir, cursos a medida para empresas, e dende maio ofértase formación *on line*. Hai asema-

de cursos para desempregados. Nestes once anos, Guerra destaca que "o apoio das empresas do sector ten sido moi elevado, non só das ourensás, tamén das do resto de Galicia". Cando os alumnos acababan faise un proceso de selección, primeiro para prácticas e, despois, coa intención de que as empresas vaian reclutando persoas para os seus departamentos de deseño e patro-

naxe. Esta bolsa de traballo funciona bastante ben".

Recoñece que coa actual coxuntura económica, "notouse un pouco de baixón á hora da incorporación a o mercado laboral, aínda que segue habendo ofertas de traballo". Ademais, están percibindo outro cambio. "Antes o alumno saía da escola e incorporábase a un departamento de deseño ou patronaxe dunha empresa,

mentres que agora sae e crea a súa propia empresa. Están xurdindo moitas pequenas empresas de novos creadores que quizais traballan doutra maneira, no mundo de internet, participan en feiras, en exposicións... Esta xurdindo este perfil, que eu creo que tamén é importante. Temos antigas alumnas como, por exemplo, Mónica Cordera, que creou a súa propia tenda en Ourense, e logo está Sara Coleman, que tamén foi profesora aquí, e que agora está en Cibeles coa súa propia marca. E coma elas, outros moitos que agora soan menos, pero que están desputando".

Ana Guerra, directora.



promiso de 11 millóns de euros por parte da Xunta para o seu desenvolvemento, "que nestes momentos xa está en marcha", engade Rocha.

Tal e como se reflexa no propio documento do plan, "os sectores representados no clúster, tanto téxtil como confección, enfróntanse actualmente a dúas turbulencias igualmente desestabilizadoras: a crise económica e a redefinición das tecnoloxías, mercados e hábitos de consumo en relación ás compras de moda e vestiario en xeral". Polo que o reto é "inmenso pero inte-

do sector a nivel internacional, xa que o téxtil é seguramente a actividade económica máis aberta á globalización, cun produto moi fácil de transportar dun lugar a outro do mundo, que fai que a competencia en canto a manufactura sexa extrema, pero tamén con desenvolvementos comerciais cada vez máis universais, froito do cal atopamos as mesmas cadeas, marcas e estilos en todas as cidades e continentes. Curiosamente, nesta homoxeneización, a única garantía de éxito para unha peme é ter un concepto e identi-

alta ou de corte altamente especializado, onde conta moito a cercanía, o trato persoal, a calidade do produto ou a calidade do servizo. Sería interesante articular medios que permitan a chegada de capital industrial que axude a renovar maquinaria e procesos, ademais de facilitar a iniciativa de novos deseñadores e empresarios". Ademais cre que "unha posible colaboración territorio-empresa a nivel internacional sería o mutuo recoñecemento e difusión mundial conxunta das marcas textís e da provincia de Ourense".