

Programa: Pros & Contras

Canal: P + E

Invitado: Aldo Karagozian. Presidente Fundación Pro-Tejer

1 de diciembre de 2003

Periodista 1.- Aldo, vos sos presidente de la Fundación Pro-Tejer, que están haciendo un trabajo realmente excelente porque se han puesto con mucha pila a defender de manera puntual todo lo que tiene que ver con la industria textil. Un asunto muy sensible, creo que para la Argentina y además teniendo en cuenta que a veces uno se encuentra también como consumidor invadido por todos los países con cosas textiles y uno dice: “Bueno, todo bien, pero ¿por qué no lo podemos hacer acá?” ¿Cuál es el meollo del problema, ahora? ¿Estamos con una invasión de productos brasileños, por ejemplo?

Aldo Karagozian.- Estamos con una invasión de productos brasileños. La Argentina hoy tiene la calidad, tiene la productividad, tiene el tipo de cambio, tiene todo lo que necesita para ser eficiente y productiva y brindar un buen producto. Lo que pasa que tenemos de vecino a uno de los jugadores o al jugador más grande del mundo en textiles. Se está posicionando como el jugador más grande del mundo en textiles. Lo tenemos de socio sin ningún tipo de barreras y con una escala 10 a 1. Entonces, esto es un negocio, si no hay alguien que ponga orden en el medio, alguien se va a quedar con el mercado.

Periodista 2.- Ese alguien tiene que ser el Ministerio de Economía, Industria, Cancillería, de los dos lados.

A.K.- El Mercosur no tiene herramientas para poner orden, este es el problema. Es una decisión política, digamos. Es una decisión entre presidentes, de alguna manera, decir bueno, que bajen línea, “Pónganse de acuerdo entre sectores para de alguna manera administrar el comercio”. Sino, del otro lado tenemos empresarios que no son ni malvados, que no son dañinos, pero se quieren quedar con el negocio.

P.2.- Aldo, eso es totalmente legítimo, tanto el empresario argentino como el brasilero y el chino, quiere hacer su negocio. Pero, por ejemplo, ¿a nosotros nos cuesta más exportar que a ellos, nosotros tenemos costos más altos? Ese es un problema interno nuestro. Los brasileros, ¿es que tienen mejor calidad o son más piolas?

A.K.- Es un problema de tamaño.

P.2.- A ver.

A.K.- Cuando uno es 10 veces más grande que otro y apuesta al mercado, apuesta a quedarse con el otro mercado, no es una cuestión de costos o de eficiencia. Va y hace lo que tiene que hacer para quedarse, esta es la posición del fuerte, del grande. Entonces, Argentina -de vuelta- tiene precio, tiene calidad, tiene productos, pero no tiene la escala que tiene nuestro vecino Brasil.

P.1.- Esto es correcto, ahora pregunto, Aldo, dos cosas. Primero, decime si estoy equivocada, pero yo tengo entendido que la administración de Kirchner está tratando de, está apoyando o está tratando de resolver estos problemas, ¿es cierto?

A.K.- Sí, sí, se están reuniendo la secretaría de Industria de la Argentina con sus pares brasileños, están hablando estos temas. Está en discusión, tengo entendido, los textiles, la línea blanco y hogar y algunos sectores más donde hay claramente asimetrías y donde hay sectores donde Brasil ya tiene más del 50% del mercado. Y eso, en una Argentina que necesita empleo, puede ser legal, pero nuestro planteo desde la Fundación es que no es correcto.

P.1.- Que no es legítimo, digamos.

A.K.- Nosotros tenemos que generar tanto empleo como ellos, porque ellos también tienen problema de desempleo. ¿Cómo podemos entregar nuestro mercado, que nuestro mercado implica empleo? Una remera que entra de Brasil, el único empleo que genera es el del repositor que abre la caja en el hipermercado y la cuelga en algún perchero. Una remera hecha en la Argentina le da trabajo al agricultor, al intermediario, al hilandero, al tejedor, al diseñador, al confeccionista, al transportista. También al supermercado, pero también al supermercado, no sólo al supermercado.

P.2.- La industria textil cuando se pone a producir, piensa: “¿Puedo vender la gran mayor parte al argentino o la exporto?”

A.K.- Esta es una falencia grande que tiene nuestro sector, digamos. Tenemos muy poco los ojos puestos en el exterior. Hoy, el 95% del mercado es interno. Nuestra apuesta - tenemos un proyecto que se llama Plan Nacional de Generación de Empleo a través de la Reconversión Textil- es duplicar el empleo en la Argentina de nuestro sector. Hoy tenemos 450.000, la idea es llevarlo a 900.000...

P.1.- ¿En cuánto tiempo?

A.K.- En 5 años.

P.1.- ¿En 5 años?

A.K.- En 7 años perdimos 520.000. O sea, parece mucho recuperarlo, pero es sólo recuperar una parte de lo que perdimos, y en esta apuesta no se puede mirar sólo adentro, por supuesto que tenemos que exportar.

P.1.- ¿Pero cómo sería la ecuación?, perdón, ¿cómo sería la ecuación?, digamos, ¿cuánto es el porcentaje que debería ser destinado para el mercado interno, aproximadamente, y cuánto para el externo? ¿Eso se planifica? Digo, para que la gente entienda.

A.K.- Por supuesto, hay que planificar. Todavía no lo hemos puesto por escrito, pero por supuesto que hay que planificar y decir: “Yo quiero a 5 años que la industria provea al mercado interno un 75% y un 25%...”

P.1.- El resto para...

A.K.- Por supuesto que hay que planificarlo, sino ocurre lo que está ocurriendo ahora.

P.2.- Aldo, para exportar, uno necesita crédito y muchas veces, en muchas PyMEs dicen: “Pero yo, primero, a mí, si digo que necesito crédito para una empresa argentina, no me dan el crédito, y si me quieren dar, me dicen: ‘Bueno, no, pero en realidad el prefinanciamiento...’” Y ahí estamos mal.

A.K.- Hoy, antes que el crédito, es brindar un marco para que el sector apueste a la inversión, digamos. Hoy, el sector se ha recreado dentro de su propio jugo, no tiene crédito, el sector textil. De alguna manera, la demanda viene más por fijar los marcos de un sector previsible, digamos.

P.1.- ¿Cuáles serían esos marcos? Concretamente, a ver, ¿cómo serían esos marcos? ¿Qué es lo que necesitan?

A.K.- Primero, gestos del Gobierno diciendo: “El sector agro-textil es estratégico para la Argentina”, que de alguna manera lo está haciendo. Hemos tenido la semana pasada una reunión durante dos días en Pilar, donde 15 empresarios, 3 economistas, gente del INTI y 12 funcionarios de cuatro ministerios, nos pusimos a trabajar en los cimientos de este Plan...

P.2.- ¿Se traduce eso en medidas? Porque que se reúnan en Pilar es re lindo, pero de ahí a que se traduzcan

A.K.- Más que lindo fue muchísimo trabajo. Las medidas vendrán, o sea, en dos días no se puede hacer nada. El tema es, se tiraron más de 100 ideas para poder recrear los 450.000 empleos. Debemos trabajar, yo estimo, entre 6 y 10 meses operativamente. Ahí éramos 35 personas, se tendrán que sumar 15 ó 20 más. Operativamente debemos trabajar 50 - 60 personas en estas 100 medidas para que, en estas 100 ideas, para que se tomen medidas. Pero hay que desarrollar un plan para que... Una perdigonada de medidas tampoco es correcto, debemos...

P.1.- Claro, puntualmente poder poner cosas que tengan eficiencia. Te pregunto, Aldo, Brasil, ¿subsidió algún sector textil?

A.K.- Brasil tiene todo tipo de subsidios, algunos encubiertos, algunos no. Digamos, cada estado tiene su propio subsidio, tiene un presidente que dice en una reunión., en una exhibición de calzado, que dice: “Yo voy a ser el embajador del calzado en el mundo...” O sea, tiene una serie de motivaciones y de gestos y de subvenciones reales que hacen que su sector industrial se tire de cabeza.

P.1.- ¿Y por qué acá creés que todavía la palabra “subsidio” para muchos sectores sigue siendo sinónimo de mala palabra?, para decirlo en términos correctos.

P.2.- Pero en algunos casos se ha dado y ha sido altamente criticado. En algunos casos tipo líneas aéreas se ha dado y ha sido criticado, también, por qué subsidio a un sector sí y a otros no...

A.K.- No, no lo veo por el lado del subsidio, yo veo, digamos, las políticas activas. Si subsidio es una mala palabra, veremos en estos 6 ó 10 meses si se plantea algún tipo de subsidio, pero no vamos por subsidios, vamos por ideas creativas que otros países han implementado. La Argentina ha entregado ingenuamente su mercado, esto no lo hizo ningún país del mundo

P.1.- ¿Cuándo? ¿Vos decís por el 1 a 1, la convertibilidad?

A.K.- En la década pasada. Cuando uno lee informes del sector que lea, y dice lo que hizo la Argentina con su mercado, no lo hizo ningún país del mundo. Y esto fue hecho a propósito para bajar los valores, para generar, digamos, que los precios bajen, aumentar el consumo. Pasa la consecuencia del costo de comprar barato son, digamos, los Planes Trabajar. Una cosa es generación directa de la otra. Muchas veces a mí me preguntan: “¿Pero no le conviene al consumidor comprar barato?” Y mi respuesta es: “Muy barato, no, porque ese consumidor se va a quedar sin empleo, si está comprando tan barato”. Y vamos a tener el costo de los planes sociales, de los piqueteros...

P.2.- Pregunto: ¿El empresario argentino tiene la mentalidad abierta a todas las opciones? Por ejemplo: nos está costando exportar a Brasil, ¿si?, porque los señores brasileros tienen un montón de cosas que nosotros no tenemos. ¿Por qué no miramos un poquito más a la izquierda y por qué no decimos: “¡Uy, Chile, ya está!” Igual es la cuestión flete, es exactamente la misma y podemos exportar a Chile.

A.K.- Chile, Colombia, México, Estados Unidos, por supuesto. Hay que abrir la mente y hay que trabajar en un plan y decir: “Yo, ¿cuánto quiero exportar?, la Argentina, ¿en qué posición se quiere ubicar?, ¿qué producto quiere exportar? Porque también, digamos, la batalla del commodity, del producto masivo, ya la tiene Brasil, que hace muchos años ha apostado a esto tanto en el textil como en el calzado. La batalla que debe dar, creo, la Argentina en textiles, por lo menos, es la del diseño, la del valor agregado, pero no aplicada a la última parte de la cadena.

P.2.- Dar el nicho. O sea, exportar pulóveres a Brasil no creo que sea mucho negocio.

A.K.- Por supuesto, pero el diseño visto desde un punto de vista mucho más amplio del que vemos hoy. O sea, Palermo viejo es muy bueno, pero nace y muere en sí mismo. Nosotros lo que tenemos que integrar es Palermo al productor agrícola, o sea, definir qué tipos de algodón queremos sembrar, para después definir qué producto final queremos.

P.1.- ¿Cuánto tiempo...

P.2.- Hay una gran camada de diseñadores jóvenes que están haciendo unas exposiciones impresionantes con una ropa muy creativa.

P.1.- Por eso se está moviendo...

A.K.- Pero...

P.1.- Perdoname, hace muy pocos días atrás el secretario de Industria Alberto Dumont, justamente dijo que, habló del tema del crecimiento argentino, y que ve al sector textil como el gran motor del crecimiento.

A.K.- Bueno, fue a nuestra reunión de Pilar

P.1.- ¿Fue en la reunión de Pilar?

P.2.- Si no lo decía en Pilar, ¿dónde lo iba a decir?

P.1.- ¿Sabés qué? ¡Lo excomulgaban!

A.K.- No, bueno, pero vino especialmente de su oficina del centro, vino a Pilar para hablar 15 minutos y se volvió al centro. Esto es un gesto.

P.2.- Seguro. ¿Ibas a decir algo de los diseñadores jóvenes?

A.K.- Sí. Hoy el diseño está abocado al producto final, hay un gran trabajo que tenemos que hacer para integrarlo desde el productor agrícola y meterlo en cada uno de los eslabones.

P.2.- Cadena de valor, lo que decíamos antes.

A.K.- Nuestra apuesta es, de alguna manera, obligar a cada empresario textil a tener un departamento de diseño en su empresa.

P.1.- Hablando de esto...

A.K.- Vamos a ver cómo lo vamos a hacer, tal vez a través de premios, subsidios, pero debemos incorporar cada uno de nosotros un departamento de diseño.

P.1.- además somos buenísimos en diseño, muchachos, seamos honestos. Bueno, me están haciendo señas, tenemos poco tiempo, pero hay llamados muy interesantes. Mirá, por ejemplo, Ulises de San Isidro dice: "La calidad de las telas de Brasil está por encima de la Argentina. No nos engañemos". A ver, ¿qué decís, Aldo?

A.K.- No es así. Hay de todo, depende del precio que uno quiera pagar. Hay toallas baratas, medias y caras, y las tiene Brasil y las tiene Argentina. Y lo mismo ocurre con la ropa.

P.2.- Pero con todo respeto, generalmente lo que se dice es que la buena calidad está en la Argentina y el precio está en Brasil.

P.1.- Sí, yo había escuchado al revés, el tema. Claudia, de La Plata dice que la industria textil argentina no puede competir con la extranjera, no por la calidad, sino porque en otros mercados como China y Brasil el empleo, la mano de obra es más barata y menos capacitada.

P.2.- Bueno, lo mismo dice Pablo de Barrio Norte: el esclavismo que practican los chinos con sus empleados.

A.K.- No es el mismo caso China y Brasil, es un caso muy diferente. Los costos de la mano de obra brasilera deben ser un poco más baratos que en la Argentina, pero no mucho más baratos. Distinto es el caso de China, donde debe ser 10 veces más barato.

P.2.- Seguro, es esclavitud

A.K.- Es otro problema, es otro problema mucho más serio. El tema nuestro con Brasil es tenerlo de socio sin ningún tipo de barreras, o sea, no hay ningún tipo de cuota, barrera para-arancelaria...

P.2.- ¿Se han reunido con Martín Redrado?

A.K.- Está muy preocupado, por supuesto.

P.1.- Bueno, Martín en esto es un tipo super dinámico. Me voy con este llamado de María Cristina, de Parque Chaz, que dice: “Felicito lo que hacen a este país, sólo... ¿la salud?, sólo nos va a curar la salud y el trabajo de los jóvenes”. Algo así, porque... María Cristina, de Parque Chaz.

A.K.- De alguna manera, digamos, yo no puedo opinar del tema “piqueteros”, lo que sí, lo único que podemos ofrecer como privados es acercarnos al sector público para generar empleo. Esa es nuestra apuesta fuerte para la Argentina y para la solución del tema de los piqueteros. Hoy estuvimos con el ministro De Vido y el tema fue éste: nosotros tenemos un Plan a 5 años y necesitamos apoyo político, apoyo explícito y apoyo operativo para llevarlo adelante. Esa es nuestra propuesta para solucionar, de alguna manera, el tema “piqueteros”.

P.2.- Aldo Karagozian, muchísimas gracias por estar con nosotros.

P.1.- Muchas gracias, en serio.

A.K.- Muchísimas gracias por invitarme.