

## “El sector textil marroquí no puede detenerse por el Acuerdo Multifibras”

# Según el presidente de la Asociación de la Industria Textil, para superar la crisis es necesario bajar los impuestos de aduana y abrir más el circuito logístico.

ENTREVISTA a *Karim Tazi* por *Carla Fibla*

**H**ace unos meses que aceptó el cargo de presidente de la Asociación Marroquí de la Industria Textil (AMITH), y por tanto el reto de negociar con el gobierno marroquí la situación del sector tras la entrada en vigor del Acuerdo Multifibras. Asegura que alrededor de 8.000 personas han perdido su empleo desde principios de año y que varias empresas han desaparecido. Es director de una empresa especializada en ropa de casa.

**AFKAR/IDEAS:** *¿Cómo ve la situación actual?*

**KARIM TAZI:** Como ya lo había previsto, el sector textil en Marruecos no puede detenerse porque haya entrado en vigor el Acuerdo Multifibras. Lo que vemos es que ha habido pérdidas de empleo (estimo que ascienden a 8.000) pero la actividad se mantiene y un número importante de empresas sigue trabajando, algunas incluso con resultados muy buenos. También ha habido importantes inversiones en el sector en Marruecos, es el caso de la firma de la convención entre el gobierno y Fruit of the Loom (1.300 millones de dirhams). Es la prueba de que sigue habiendo un futuro para el textil y confección en Marruecos, pero no podemos garantizar que el sector se mantenga si las empresas no se adaptan a un cambio profundo.

**A/I:** *¿A qué cambio se refiere?*



**Karim Tazi, presidente de la Asociación Marroquí de la Industria Textil: “Las empresas marroquíes deberían esforzarse en pasar de la sub-contratación a la co-contratación”./K.T.**

**K.T.:** Muchas empresas que hasta ahora se contentaban con el trabajo subcontratado, se verán obligadas a cambiar de oficio. En mi opinión, deben pasar al producto acabado. Eso supone tres cosas: que sean capaces de concebir colecciones, de aprovisionarse con las telas y el material necesario para realizar la colección y de comercializar esa colección a través de un trabajo de *marketing* muy bien elaborado. No todas las empresas marroquíes serán capaces de hacer

eso, algunas se mantendrán gracias a la subcontratación, otras desaparecerán.

**A/I:** *¿Las empresas ya han comenzado esa transformación?*

**K.T.:** Algunas de ellas han empezado a hacer creación, aprovisionamiento, y marketing, pero son una minoría, entre un 40% y un 50% de empresas del sector está en este proceso en Marruecos.

## Marruecos debería poner en marcha grandes plataformas industriales y comerciales

### Algunos datos sobre el sector textil en Marruecos

en millones de dirhams

	2002	2003	03/02 %	%
Producción industrial	26.536	26.457	0	
Valor añadido	10.550	10.316	-2	
Empleo	224.321	222.463	-1	
Inversión industrial	1.668	1.673	0	
Exportaciones <sup>1</sup>	17.413	17.656	1	
Capital extranjero invertido	2.045	2.034	-1	21

<sup>1</sup> Las exportaciones se refieren sólo a las empresas industriales.  
Fuente: Ministerio de Industria y Comercio marroquí.

**A/I:** ¿Y el resto?

**K.T.:** Las empresas con interés en continuar en el mercado deben esforzarse en pasar de la subcontratación a la co-contratación. Deben convertirse en las proveedoras de marcas como Zara o Mango, de empresas que hacen muchas colecciones al año y que necesitan que se entregue el producto en un plazo de tiempo breve. Las que sean capaces de responder a las exigencias de lo que llamamos el circuito corto, como las que acabo de citar, tendrán trabajo. Las otras morirán.

**A/I:** ¿Es posible comparar la reacción de los gobiernos tunecino y marroquí respecto a esta transformación del sector textil?

**K.T.:** Sin duda, el gobierno tunecino ha reaccionado mucho más rápido, porque el marroquí prometió un Plan de relanzamiento del sector para finales de febrero, y aún no ha sido anunciado. El primer ministro de Marruecos, Driss Yettu, es extremadamente sensible al sector y le gustaría hacer algo, pero está claro que entre el equipo gubernamental

no hay una concertación clara entre los diferentes departamentos. Cada uno trabaja por su cuenta sin ponerse de acuerdo sobre una sola acción común.

**A/I:** ¿Qué espera usted del gobierno?

**K.T.:** Esperamos que se apliquen grandes medidas. Para que las empresas pasen de la subcontratación al producto acabado, es necesario que tengan acceso a la materia prima y a la maquinaria. Para lograr este primer punto es necesario bajar los impuestos de aduana sobre las materias primas de la industria textil. Hemos planteado varias demandas y seguimos esperando que el gobierno dé una respuesta y actúe. En segundo lugar, hemos pedido que las ayudas, los fondos de reestructuración financiera europeos que nunca se utilizaron dado el complejo procedimiento para llegar a ellos, sean accesibles. Estaba previsto que nos apoyásemos en el sector bancario para la distribución de estos fondos, pero este sector no tiene interés en trabajar con el textil. Los fondos están secuestrados por el sector bancario. La reestructura-

ción financiera no avanza. Además hay un circuito logístico marroquí de entrada y salida poco avanzado.

**A/I:** ¿Qué medidas concretas piden que se apliquen a corto plazo?

**K.T.:** Queremos que la entrada del producto sea más barata y rápida. Si hay que entregar un pedido en ocho días a Zara, en ese tiempo se debe poder importar la materia prima, fabricar el producto y exportarlo. Si el empresario hace un esfuerzo para en tiempo récord tener el pedido y luego se queda bloqueado en la aduana o en el puerto, el trabajo será inútil.

Y un último punto interesante es poner en marcha grandes plataformas industriales y comerciales como Decathlon, que tienen sus propias materias, dan trabajo a través de la subcontratación, colectan la producción y la envían a Decathlon en Francia.

**A/I:** ¿Qué interacción debería haber entre Europa y el Magreb para desarrollar el sector?

**K.T.:** Nos hubiera gustado que el Proceso de Barcelona llegara a algo concreto. Los grandes espacios paneuromediterráneos siguen siendo un sueño. Además, no creo que los actores económicos europeos estén sensibilizados ni convencidos de contribuir a la creación de ese espacio. La prueba es que el 1 de enero de 2005, los grandes clientes europeos se han dirigido inmediatamente hacia China, lo que quiere decir que el espacio euromediterráneo para ellos no tiene demasiada importancia. ■