



“A INDÚSTRIA TÊXTIL E VESTUÁRIO PORTUGUESA”

ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal



A Fileira Têxtil Portuguesa:

+ 5.000 Empresas (95% PME's)
80% Localizadas na Região Norte

6.925 Milhões Euros de Facturação
6.380 Milhões de Euros de Produção

4.304 Milhões de Euros de Exportações
3.333 Milhões de Euros de Importações



Filipe Trindade



A Fileira Têxtil Portuguesa representa:

12% das Exportações Nacionais*

23% do Emprego da Indústria Transformadora

9% dos Negócios da Indústria Transformadora

8% da Produção da Indústria Transformadora

- Em 1990, representava mais de 33% das exportações nacionais e do emprego na Indústria transformadora nacional



Felipe Oliveira Baptista



A Fileira Têxtil Portuguesa representa:

12% exportações nacionais e
3% exportações têxteis e vestuário
europeias

23% emprego indústria transformadora
nacional e
7% emprego da ITV europeia



Filipe Trindade



EXPORTAÇÕES	Têxtil	Vestuário	TOTAL
2000	1.884.415	3.042.280	4.926.695
2001	2.020.161	3.053.227	5.073.388
2002	2.001.949	2.925.336	4.927.285
2003	1.616.000	2.956.395	4.572.394
2004	1.559.541	2.759.010	4.318.551
2005	1.561.284	2.556.879	4.118.164
2006	1.635.712	2.477.156	4.112.869
2007	1.697.670	2.606.443	4.304.113



EXPORTAÇÕES (por capítulo)

		Jan./Out. 07	Jan./Out. 08	Evol.
50	Artigos de seda	556	375	-32,5%
51	Artigos de lã	78.223	75.083	-4,0%
52	Artigos de algodão	146.726	123.954	-15,5%
53	Outras fibras têxteis vegetais	3.334	2.929	-12,2%
54	Filamentos sintéticos ou artificiais	61.725	56.786	-8,0%
55	Fibras sintéticas ou artificiais descontínuas	195.303	198.889	1,8%
56	Pastas, feltros, artigos de cordoaria, etc	152.961	147.288	-3,7%
57	Tapetes e outros revestimentos	67.311	54.345	-19,3%
58	Tecidos especiais e tufados	72.087	72.336	0,3%
59	Tecidos impregnados, etc	96.812	99.875	3,2%
60	Tecidos de malha	45.569	59.682	31,0%
61	Vestuário e acessórios de malha	1.458.190	1.345.535	-7,7%
62	Vestuário e acessórios excepto de malha	712.954	674.017	-5,5%
63	Outros artigos têxteis confeccionados	492.956	439.968	-10,7%
TOTAL		3.584.706	3.351.062	-6,5%

Fonte: INE (dados provisórios)

Nota: Em milhares de euros



IMPORTAÇÕES	Têxtil	Vestuário	TOTAL
2000	2.330.323	980.912	3.311.235
2001	2.252.776	1.054.783	3.307.558
2002	2.063.827	1.136.158	3.199.985
2003	1.904.780	1.142.731	3.047.511
2004	1.786.278	1.184.573	2.970.851
2005	1.682.253	1.310.379	2.992.632
2006	1.734.469	1.351.260	3.085.729
2007	1.749.293	1.583.573	3.332.866



IMPORTAÇÕES (por capítulo)

		Jan./Out. 07	Jan./Out. 08	Evol.
50	Artigos de seda	11.541	10.300	-10,8%
51	Artigos de lã	125.912	127.240	1,1%
52	Artigos de algodão	434.494	362.448	-16,6%
53	Outras fibras têxteis vegetais	20.276	17.798	-12,2%
54	Filamentos sintéticos ou artificiais	226.976	216.847	-4,5%
55	Fibras sintéticas ou artificiais descontínuas	201.617	187.548	-7,0%
56	Pastas, feltros, artigos de cordoaria, etc	54.644	57.486	5,2%
57	Tapetes e outros revestimentos	54.572	54.760	0,3%
58	Tecidos especiais e tufados	50.679	44.729	-11,7%
59	Tecidos impregnados, etc	91.861	88.130	-4,1%
60	Tecidos de malha	78.509	73.510	-6,4%
61	Vestuário e acessórios de malha	665.404	657.584	-1,2%
62	Vestuário e acessórios excepto de malha	668.106	651.721	-2,5%
63	Outros artigos têxteis confeccionados	117.478	113.480	-3,4%
TOTAL		2.802.068	2.663.580	-4,9%

Fonte: INE (dados provisórios)

Nota: Em milhares de euros



**Variação* dos Principais Indicadores da ITV
- Janeiro/Novembro 2008**

	Têxtil	Vestuário
Índice de Produção Industrial	-5,6%	-8,4%
Índice de Volume de Negócios	-5,5%	-7,7%
Índice de Preços na Produção Industrial	-0,2%	0,4%
Índice de Emprego	-2,9%	-0,4%
Índice de Remunerações	-0,6%	1,3%
Índice de Horas Trabalhadas	-3,4%	-0,8%

* Média das variações homólogas mensais no período Janeiro a Novembro de 2008 (com base nos Índices do INE)



Vocação Histórica:

A abertura externa e a vocação exportadora da ITV nacional é uma matriz incontrolável, um traço constitutivo do seu ADN e uma vantagem competitiva.

No início da década, cerca de 59% do volume de negócios do Sector era realizado nas trocas externas; 7 anos depois, essa percentagem sobe para mais de 66%.

Contudo, exportar não tem sempre o mesmo significado e internacionalizar os negócios não se reduz à simples actividade de vender em mercados externos.



Sector Têxtil e Vestuário Português em Profunda Mutação

Principais Causas:

- Liberalização do Comércio Têxtil e Vestuário Mundial em 1 Janeiro de 2005: aumento exponencial da concorrência internacional
- Mudança de Modelo de Desenvolvimento Econ mico e Social do País (de produ o extensiva para produ o qualitativa e serviços): aumento do c sto dos factores produtivos, principalmente da mão-de-obra



Depois da Moderniza o Industrial (década de 90), agora a Reestrutura o Empresarial, a Racionaliza o e Profissionaliza o da Gestão e a Terciariza o das Actividades



Da Sub-contratação ao Private Label:

Durante décadas a maioria das empresas limitou-se a uma **passiva satisfação das necessidades dos seus clientes, que as procuravam (reduzido custo operativo), colocando-lhe encomendas integralmente especificadas na execução, sem acrescentarem, grande valor.**

As mudanças profundas que o Sector tem vindo a sofrer ao longo dos últimos 15 anos, o despontar de novos e mais agressivos concorrentes e a abertura dos mercados à escala global, determinaram que **as empresas tivessem alterado o seu perfil e, em particular, ganho novas e mais valiosas competências, subindo por isso na cadeia de valor do produto.**

A incorporação de factores críticos de competitividade, como a moda, o design, o marketing, a logística avançada e a inovação nos produtos e processos, acompanhada de muito serviço, possibilitou a um amplo leque de empresas ganhar diferenciação face às demais, tornarem-se altamente competitivas e apresentarem-se como concorrenciais, distinguindo-se do mercado, saturado da indiferenciação, das grandes séries e a preços impossíveis de igualar. Deixaram de ser tomadoras de encomendas para passarem a ser vendedoras de soluções ao cliente.

Esta nova geração de empresas deixou de trabalhar em subcontratação básica, para encarar o "private label" como um serviço sofisticado e complexo.



Presença Internacional:

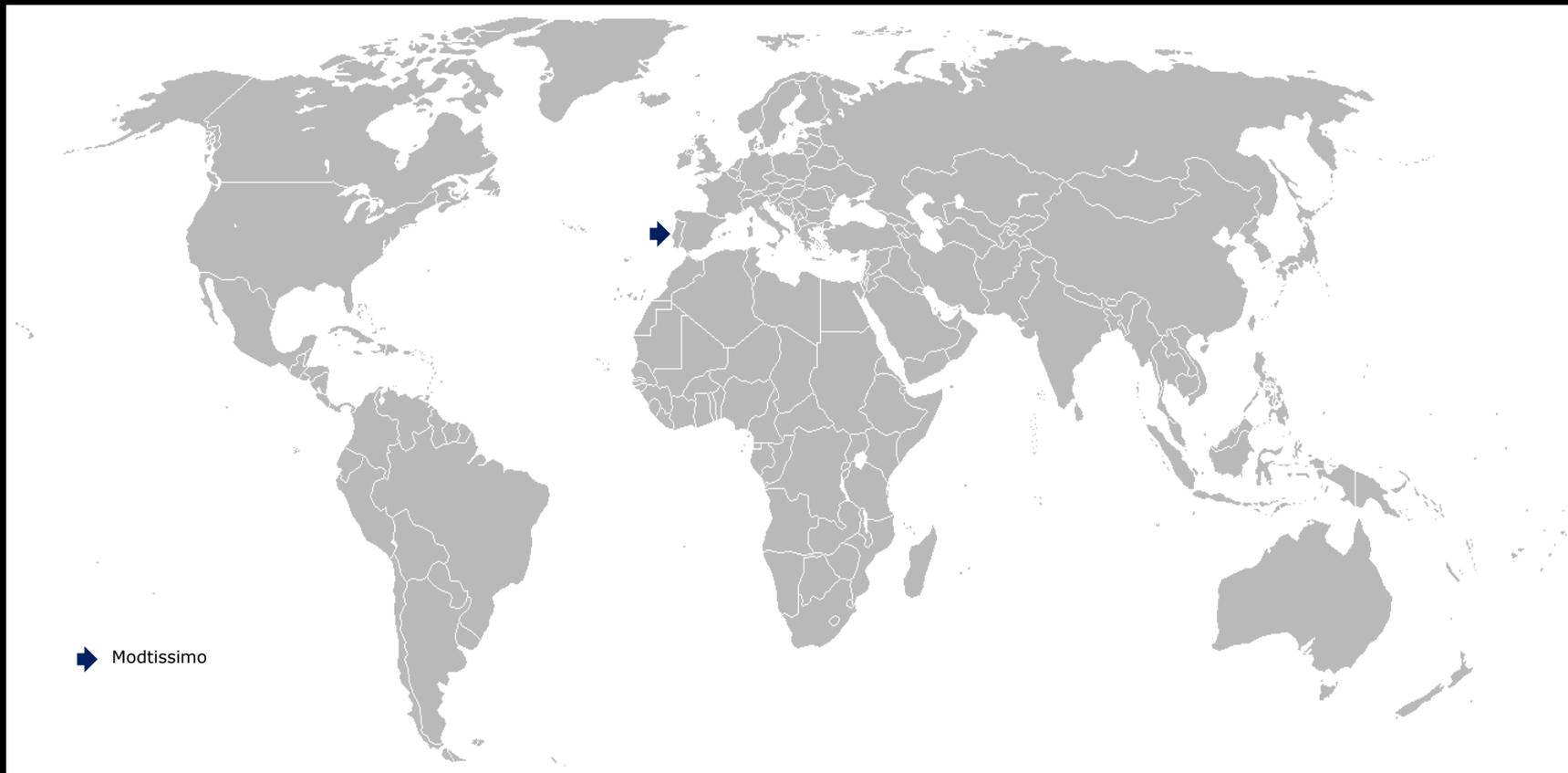
Perfil das empresas que participaram nas acções de internacionalização da fileira moda nos últimos anos:

A montante, apresentam-se como fabricantes de matérias-primas e intermediárias de alta qualidade, alto valor acrescentado e inovação;

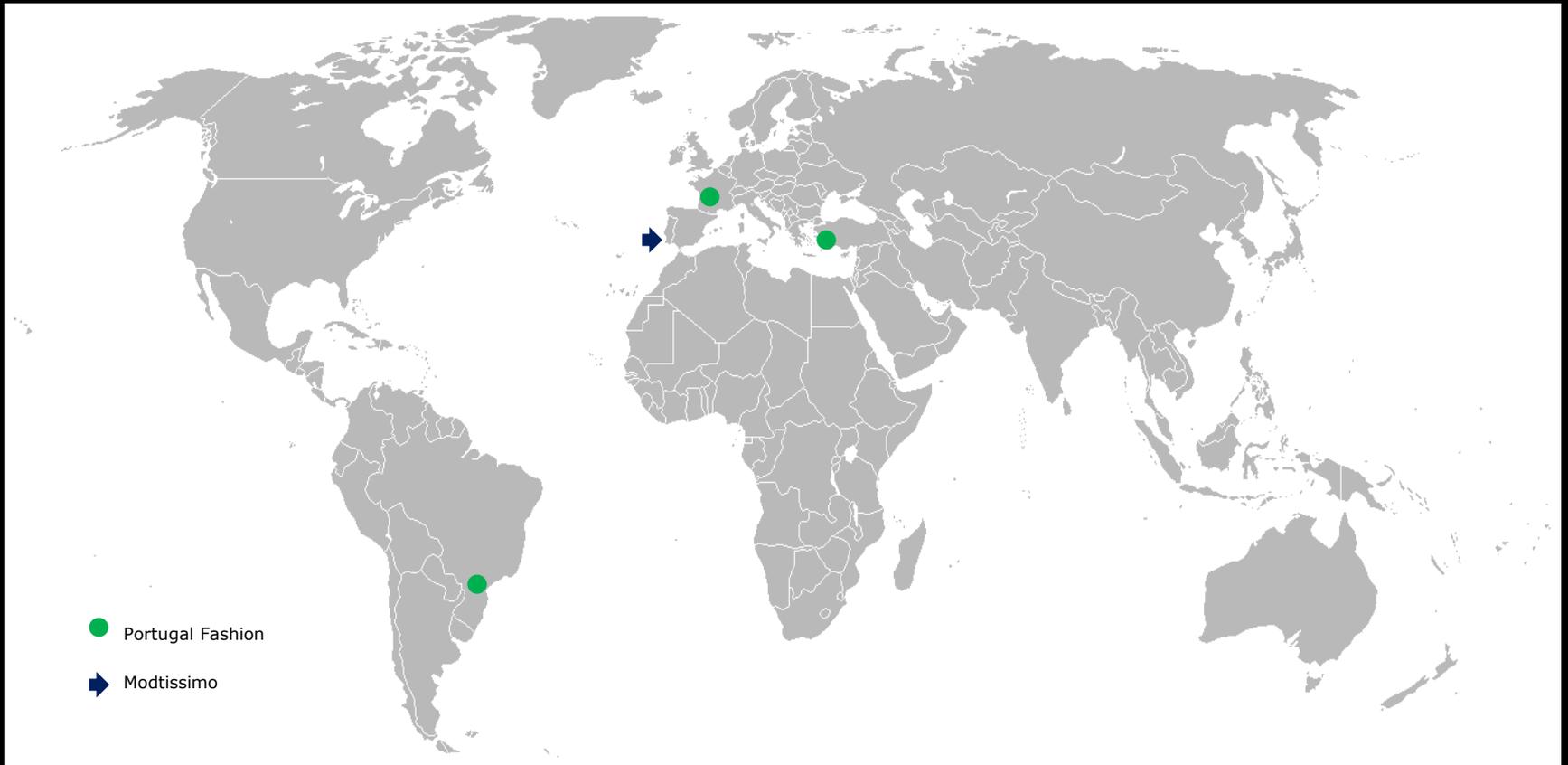
A jusante, como empresas de “private label” sofisticado, muitas vezes assentes em colecções de grande criatividade ou em serviços de logística avançada, quando não mesmo com marca própria, com conceito elaborado, domínio dos pontos de venda e abordagem direccionada ao consumidor final.



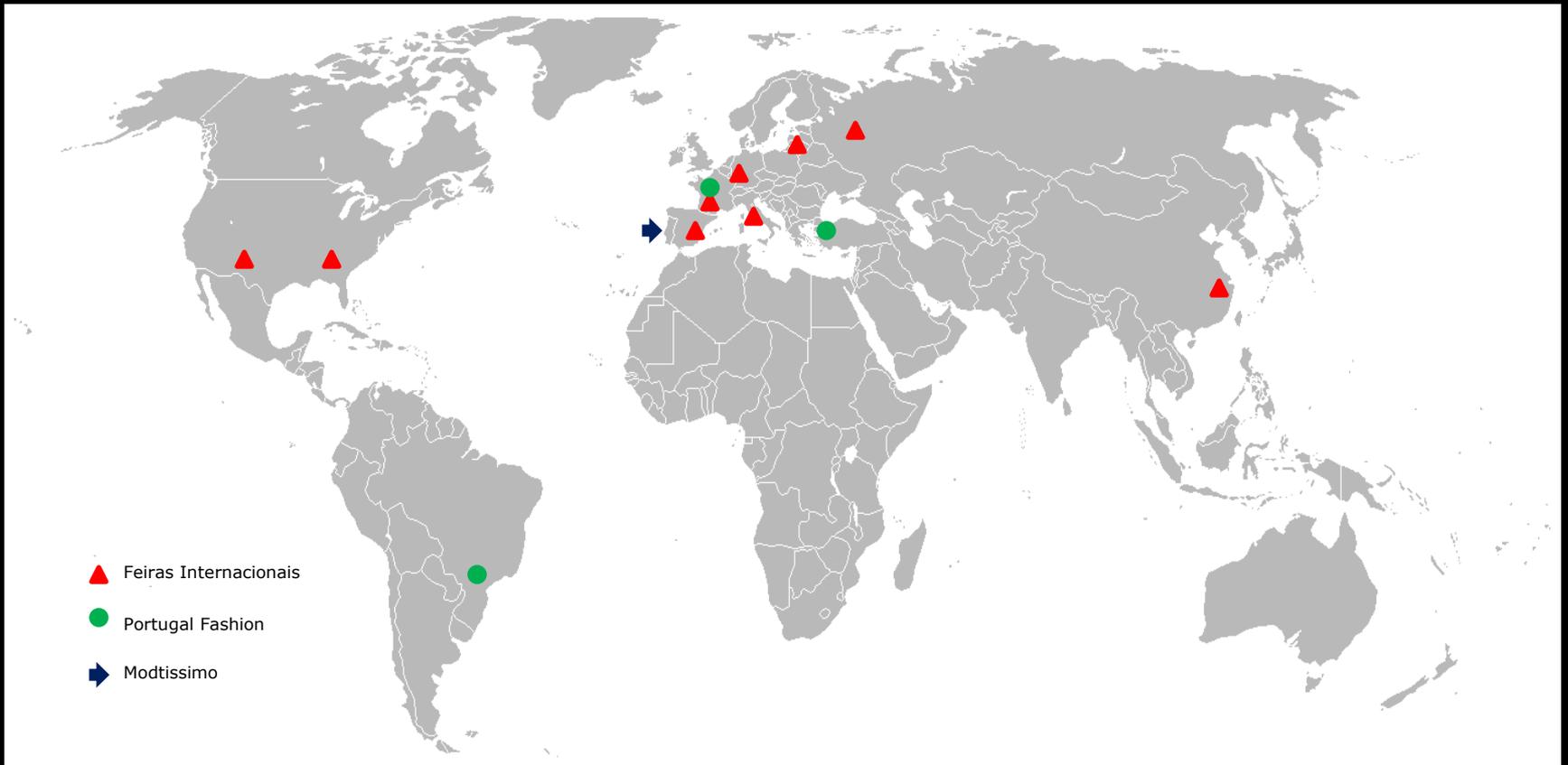
Presença Internacional:



Presença Internacional:



Presença Internacional:





Sector Têxtil e Vestuário Português em Profunda Mutação

OBJECTIVO ESTRATÉGICO 2015:

Uma Indústria de Excelência, Dirigida a Nichos de Mercado de Alto Valor Acrescentado

3 Modelos de Negócio nesta construção:

1. Prestação de Serviços: Sub-Contratação e Co-Contratação Especializada (55% do STV)
2. Gestão de Marcas e Distribuição, incluindo Retalho (25% do STV)
3. Desenvolvimento Baseado na Inovação Tecnológica. Inovação Estruturante. Têxteis Técnicos e Funcionais (20% do STV)

Fileira Têxtil Portuguesa

Análise SWOT Elementar

Forças

- **Tradição e “know-how” industrial têxtil**
- Equipamento e tecnologias modernas
- Flexibilidade e grande reactividade
- **Fileira Têxtil e do Vestuário completa, estruturada e dinâmica**
- **Fileira apoiada em consistentes e desenvolvidos centros de competências (CITEVE e CITEX)**
- Proximidade geográfica e cultural dos mercados



Fileira Têxtil Portuguesa

Análise SWOT Elementar

Fraquezas

- Baixa produtividade da mão-de-obra
- Baixo nível educacional e formativo dos recursos humanos a todos os níveis da empresa
- Reduzida dimensão das empresas
- Baixa terciarização do tecido empresarial
- Individualismo empresarial

Fileira Têxtil Portuguesa

Análise SWOT Elementar

Oportunidades

- **Nichos de mercado**
- Mercados emergentes
- **Especialização industrial**
- **Têxteis técnicos e funcionais**
- Concentração e cooperação empresarial para ganhar dimensão crítica e competitividade
- Clientes de proximidade e pequenas séries de alto valor acrescentado
- **Moda, marcas e distribuição “made in Portugal”**

Fileira Têxtil Portuguesa

Análise SWOT Elementar

Ameaças

- **Endurecimento da concorrência internacional nos produtos básicos, mas também em gamas de maior valor acrescentado**
- Falta de atractividade do sector para jovens profissionais, que optam por outras actividades
- Fecho de cursos superiores e declínio da formação profissional especializada
- **Risco de desestruturação da Fileira Têxtil e Vestuário**



Fileira Têxtil Portuguesa



Plano Estratégico para ITV 2007-2013

Promoção da Competitividade da ITV portuguesa, como forma de potenciar a sua capacidade concorrencial e sua capacidade para gerar riqueza para a economia nacional

Eixos estratégicos:

Qualificação dos Recursos Humanos
Internacionalização
Competitividade e Produtividade
Inovação, Diversificação e Diferenciação
Ganhar Dimensão: Concentração e Cooperação



Fileira Têxtil Portuguesa: Vantagem competitiva enquanto “cluster” industrial

- Moderna, inovadora nos produtos, processos e serviços: Estreitamento da ligação com o meio científico (Universidade) e com a I&D, realizada nos centros de competência do Sector
- Complementaridade entre a vertente industrial e a indispensável terciarização de actividades (“Sourcing”, Marcas e Distribuição) para continuar a subir na cadeia de valor
- Rejuvenescida pela incorporação de jovens quadros qualificados e novos empreendedores
- Forte impacto positivo no Desenvolvimento Económico Regional e Coesão Social



Fileira Têxtil Portuguesa: Vantagem competitiva enquanto “cluster” industrial

Presença internacional acrescida

Internacionalizar o negócio, ganhar mundo, para aqueles que, no conjunto do Sector, ainda não o fizeram, é uma imposição mais do que uma escolha.

A dimensão limitada do mercado doméstico nacional (deprimido no consumo e saturado de oferta), conjugado com uma notável e crescente sobrecapacidade produtiva, obriga necessariamente as empresas a olhar os mercados externos como condição de sobrevivência e potencial de crescimento.

Dimensão cosmopolita do negócio: os mercados que interessam são basicamente os que compram e os que pagam (sejam eles tradicionais ou emergentes), não existindo por isso prioridades geográficas, mas tendo em conta que a globalização gerou amplas oportunidades e que elas devem ser aproveitadas.

Obriga as empresas a uma maior abertura e flexibilidade na compreensão das realidades onde querem actuar.



MUITO OBRIGADO!

ATP – Associação Têxtil e Vestuário de Portugal