

NEGÓCIOS INICIATIVAS Plataforma Empresarial - De Portugal para o Mundo

Calçado, têxteis e vestuário: de tradicionais a digitais

As indústrias tradicionais atravessam um processo de mudança e vão estar em destaque na conferência Plataforma Empresarial, organizada pelo Negócios e Bankinter, amanhã, no Hotel Melia em Braga.

FILIPE S. FERNANDES

“Hoje, as três maiores empresas associadas da ATP, em termos de volume de negócios e exportação, são a Fartetch, a Coindu (Automóvel) e a TMG Automotive, que não se encaixam no têxtil dito convencional”, diz Paulo Melo, presidente da ATP- Associação Têxtil e Vestuário de Portugal. É um sinal da emergência de subsectores dinâmicos “como o dos têxteis técnicos e funcionais, dirigidos a actividades como a saúde, a construção, a defesa e protecção individual, e a mobilidade”.

Esta onda disruptora ajudou a que em 2017 as exportações do têxtil e vestuário atingissem os 5.200 milhões de euros, 80% do que produz, o que já não acontecia desde 2001 quando exportou 5 mil milhões de euros. De 2002 a 2009, foi uma via-sacra de choques competitivos, como a liberalização do comércio têxtil global, a entrada da China na Organização Mundial do Comércio, a adesão de Portugal ao Euro, a abertura da União Europeia a Leste e a crise económica e financeira global, lembra Paulo Melo.

Neste renascimento do têxtil foi importante a nova estratégia no private label. Deixou de ser uma indústria de subcontratação, “que vendia capacidades produtivas e minutos, para oferecer soluções integradas aos clientes”. Nestas estão incluídas a investigação e desenvolvimento de materiais e

processos produtivos, o desenho e a concepção de colecções, a gestão produtiva e a logística avançadas, o respeito de regras de sustentabilidade social e ambiental.

Há ainda a emergência de marcas portuguesas. “Com forte identidade, bem estruturadas e geridas, estão a ganhar quota em Portugal e no exterior, cujo potencial é elevado, pois o canal das vendas digital está ainda por explorar devidamente, mas há competências internas para o fazer”, refere Paulo Melo.

“As indústrias têxtil e do calçado são actualmente um dos principais motores da economia portuguesa. Crescem há cerca de oito anos consecutivos e espera-se que a curto prazo se mantenha esta tendência”, analisa José Luis Vega, director da Banca de Empresas Bankinter Portugal. Acrescenta que estas empresas criam produtos de elevada qualidade. A etiqueta “made in Portugal” já é sinónimo de qualidade, inovação, “time to market” e prestígio, “o que significa de forma inequívoca o aumento na cadeia de valor, tornando assim as nossas empresas mais robustas”.

Calçados para o futuro

Em 2017 o sector do calçado ultrapassou os 2 mil milhões de euros de exportações, depois de em 2016 ter fechado nos 1.923 mil milhões de euros nas exportações, o que representa 81 milhões de pares vendidos. Desde 2010, as exportações portuguesas de calçado cresceram mais de 60%, e a indústria criou 9.500 postos de trabalho e 350 novas marcas.

Para Paulo Gonçalves, director de comunicação da APICCAPS, as boas performances do sector “são



José Luis Vega sublinha que as indústrias têxtil e do calçado crescem consecutivamente há oito anos.



A Plataforma Empresarial é um espaço das empresas e para as empresas.



ALBERTO RAMOS
“Country manager”
Bankinter Portugal

o resultado de anos e anos de investimento” e “a tradução prática de uma estratégia definida há muito, desde finais dos anos setenta”. Recordou que o sector do calçado, através da APICCAPS, “definiu já há mais de 30 anos a ambição de ser líder mundial”.

Nesse sentido, “primeiro investiu de forma significativa na área da inovação, modernizando as suas empresas – hoje as empresas de calçado respondem de forma mais célere e eficiente às solicitações do mercado - e, mais tarde, investindo na promoção – com a presença de dezenas de empresas em certames profissionais no mundo todo. Nos últimos anos, a aposta centrou-se na valorização dos made in Portugal e das marcas próprias”.

Hoje a indústria do calçado é constituída por mais de 1.300 empresas, responsáveis por mais de 38 mil postos de trabalho e exporta 95% do que produz. Como diz Paulo Gonçalves “actualmente a indústria portuguesa de calçado apresenta-se nos mercados externos como uma indústria jovem, moderna, voltada para o futuro, que alia a tradição às tecnologias de ponta, o saber-fazer ao melhor design de sempre”.

Para José Luis Vega, o desempenho destes dois sectores tem que ver não só com a qualidade intrínseca dos produtos e das competências ímpares que resultam dos fortes investimentos em tecnologia e capital humano. E sublinha que a resposta rápida e ágil “com prazos de entrega imbatíveis, entre a con-

Os novos mundos para o futuro

Os mercados emergentes são um dos principais focos para as futuras exportações de duas indústrias que beneficiaram com avanços científicos e tecnológicos.

Ricardo Jr



O calçado exporta mais de 95% da sua produção para 152 países nos cinco continentes. O futuro passa por consolidar “a presença nos mais exigentes mercados europeus e reforçar a aposta nos mercados extra-comunitários. Na Europa, por exemplo, a capacidade de resposta rápida das nossas empresas deverá fazer a diferença” conta Paulo Gonçalves da APICCAPS.

As prioridades são os EUA e mercados como a Coreia do Sul, Singapura, Chile, Colômbia e Canadá, em que os acordos de comércio livre celebrados pela União Europeia criaram um grande potencial.

Na área da imagem, o digital é essencial para captar uma nova geração de consumidores. “A estratégia de comunicação do sector deve ser mais abrangente, agregando todos os segmentos da fileira” diz Paulo Gonçalves.

Conhecimento sustenta mudança

Para o futuro Paulo Melo da ATP enuncia como principais objectivos “ganhar mais margens no negócio, fazer crescer a diversificação industrial para produtos mais tecnológicos e de mais moda, promover as marcas portuguesas, fazer desenvolver a economia digital, nomeadamente no que respeita ao comércio B2B e B2C”.

Acentua que se vai manter “o esforço comercial de estar nas principais feiras mundiais, de pla-

taforma, diversificar para mercados menos tradicionais, em países emergentes, nos quais as margens compensam os riscos de entrada”. Será alicerçado no programa Fashion From Portugal, mas mais centrado no digital para chegar aos novos consumidores, os millennials.

Tanto o calçado como o têxtil e vestuário beneficiaram com o sistema científico e tecnológico composto por universidades e centros tecnológicos. Fez-se a transferência de conhecimento para as empresas, “o que possibilitou a ascensão na cadeia de valor das empresas e a afirmação do “made in Portugal” como uma etiqueta de excelência, hoje exigida pelos clientes porque acrescenta valor” como salienta Paulo Melo.

“A indústria do calçado tem vindo a reforçar a lógica de intervenção em rede, através da criação de consórcios alargados a mais de 60 entidades do sistema científico e tecnológico. Vamos aprofundar essa lógica de trabalho em rede. Queremos ser líderes mundiais na utilização de novas tecnologias” diz Paulo Gonçalves.

Como resume José Luis Vega, “a par com a diversificação de mercados, o constante investimento na inovação, design e qualidade dos produtos serão o catalisador para chegar a mais e melhores clientes”. ■ FSF

Mais centros de empresas

“Desde o início da nossa actividade em Portugal que estamos a construir e a melhorar a nossa proposta de valor para as empresas, incluindo propostas para comércio internacional” refere José Luis Vega, director da Banca de Empresas Bankinter Portugal. A oferta é diversificada, inclui desde a abertura de cartas de crédito a financiamentos, garantias bancárias, pagamentos e recebimentos, entre outros.

Lançaram recentemente em Portugal, dentro da plataforma Web Bankinter Empresas, uma solução na

web, que foi concebida com a colaboração de empresas muito activas a nível de exportações e com grande exigência na qualidade das plataformas que utilizam, exemplifica José Luis Vega.

Em termos de rede de banca de empresas, “reforçamos as equipas que servem as empresas com a abertura de mais dois Centros de Empresas em Lisboa Norte e Leiria, a que se somam os Centros de Empresas de Lisboa, Minho, Aveiro e Porto, e os Centros Corporate de Lisboa e Porto” conclui. ■

FSF

O QUE É A PLATAFORMA EMPRESARIAL

Numa altura em que a economia nacional está a dar sinais de forte recuperação, estamos a percorrer o país com vários fóruns de debate para discutir e analisar diversas vertentes económicas, numa perspectiva local e nacional, com a participação de destacados oradores. A Plataforma Empresarial é uma iniciativa do Bankinter em parceria com o Jornal de Negócios.

CONFERÊNCIA AMANHÃ

Amanhã estamos em Braga, no Melia Hotel, às 17h00, para o debate sobre os sectores do calçado e têxteis.

CONFERÊNCIA SEGUINTE

A 5 de Abril vamos falar sobre a inovação, em Aveiro, com a presença do Comissário Europeu, Carlos Moedas. Mais informações serão disponibilizadas em breve no site da iniciativa: plataformaempresarial.negocios.pt

cepção e o produto final, sobretudo quando comparados com os concorrentes orientais e asiáticos, relega o factor o preço para segundo plano”. ■

PLATAFORMA EMPRESARIAL
DE PORTUGAL PARA O MUNDO

08 de Fevereiro de 2018 | 16h30-19h45
Melia Braga Hotel & Spa, Braga

Entrada livre, sujeita a inscrição: www.plataformaempresarial.negocios.pt

bankinter.

negocios