Estudo de Avaliação da Competitividade

Empreendedorismo na Indústria Têxtil, Vestuário e Moda

cenit.

COMPETE 2020
PORTUGAL 2020
UNIÃO EUROPEIA
Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

Ficha técnica

TÍTULO
Estudo de Avaliação da Competitividade
Empreendedorismo na Indústria Têxtil, Vestuário e Moda

PROPRIEDADE
CENIT – Centro de Inteligência Têxtil

DATA DE EDIÇÃO
Dezembro de 2020

Índice

09 1. Contexto e conteúdos

13 2. Enquadramento preliminar

- **13** 2.1. Introdução aos conceitos
- **15** 2.2. O papel do empreendedor
- **16** 2.3. Pequenas empresas e empreendedorismo
- **17** 2.4. *Intrapreneurship*

21 3. Têxtil e Vestuário em Portugal

- **21** 3.1. Caraterização global e relevância
- **25** 3.2. Caraterização por dimensão empresarial e por geografia
- **27** 3.3. Dinâmica da atividade dos setores
- **31** 3.4. Comércio internacional

37 4. Empreendedorismo – Principais indicadores

- **38** 4.1. Empresas
- **42** 4.2. Emprego
- **45** 4.3. Resultados

57 5. Considerações finais

Índice de figuras

21 Figura 1: Demografia das empresas dos setores e subsetores têxtil e vestuário | 2019

22 Figura 2: Caracterização dos setores e subsetores têxtil e vestuário em Portugal | 2019

23 Figura 3: Relevância dos setores têxtil e vestuário na indústria transformadora | 2019

24 Figura 4: Características competitivas dos setores e subsetores têxtil e vestuário na indústria transformadora em Portugal | 2019

28 Figura 5: Dinâmica das principais variáveis económicas | 2012 a 2019

29 Figura 6: Dinâmica do grau de transformação do têxtil e vestuário por subsetor | 2013 a 2019

30 Figura 7: Dinâmica da produtividade aparente do trabalho do têxtil e vestuário por subsetor | 2013 a 2019

32 Figura 8: Dinâmica e posicionamento do têxtil e vestuário na estrutura de exportações e importações portuguesas | 2008 a 2019

Índice de tabelas

25 Tabela 1: Desempenho económico-financeiro das empresas dos setores têxtil e vestuário em Portugal | 2019

26 Tabela 2: Caracterização dos setores têxtil e vestuário por dimensão empresarial | 2019

38 Tabela 3: Indicadores do Eurostat-OCDE (EIP) para o empreendedorismo

39 Tabela 4: Número de empresas têxteis e vestuário no espaço pan-europeu | 2012 a 2018

40 Tabela 5: Nascimentos de empresas têxteis e vestuário no espaço pan-europeu | 2012 a 2018

40 Tabela 6: Mortes de empresas têxteis e vestuário no espaço pan-europeu | 2012 a 2018

41 Tabela 7: Diferença entre mortes e nascimentos de empresas têxteis e de vestuário | 2012 a 2018

42 Tabela 8: Pessoas ao serviço na população de nascimentos de empresas | 2012 a 2018

43 Tabela 9: Proporção de emprego nas novas empresas | 2012 a 2018

44 Tabela 10: Empresas com elevado crescimento medido pelo emprego (crescimento de 10% ou mais) | 2018

45 Tabela 11: Dimensão média (pessoas ao serviço) das empresas com elevado crescimento | 2018

46 Tabela 12: Empresas com elevado crescimento medido pelas receitas | 2018

47 Tabela 13: Empresas jovens com elevado crescimento (gazelas) em número de emprego | 2012 a 2018

49 Tabela 14: Empresas jovens (gazelas) com elevado crescimento em volume de negócios | 2012 a 2018

51 Tabela 15: Sobrevivência das empresas têxteis e vestuário | 2012 a 2018

53 Tabela 16: Proporção de empresas por idade na população das empresas têxteis e vestuário | 2012 a 2018

1. Contexto e conteúdos

O empreendedorismo representa uma componente fundamental numa economia de mercado globalizada e competitiva, na medida em que funciona como impulsionador do emprego e do crescimento económico, encontrando-se, por isso, frequentemente no centro das políticas económicas nacionais e transnacionais. São diversas as vantagens associadas ao empreendedorismo, abrangendo, nomeadamente: a criação de novas empresas, o maior investimento na economia, a criação de novos empregos e a promoção da competitividade e da inovação. Por conseguinte, o empreendedorismo associa criatividade, inovação e a capacidade de correr riscos.[1]

De salientar ainda que, para além da perspetiva nacional, o empreendedorismo é um conceito fundamental no que se refere ao desenvolvimento económico de regiões em particular, bem como de setores de atividade específicos.

O conceito de empreendedorismo reflete mais do que a mera criação de uma empresa, assume a existência de uma cultura de criatividade, inovação e risco percecionado, face aos constantes desafios de contexto. Sendo certo que este conceito abrange mais do que a criação de empresas, ao longo da presente análise procura-se refletir esta abrangência, sempre que os dados disponíveis assim o permitam. Por conseguinte, serão tidos em consideração aspetos como a capacidade de sobrevivência e a criação de valor das empresas.

No âmbito do presente estudo, são analisadas de forma comparativa três dimensões do empreendedorismo, nomeadamente: empresas, emprego e riqueza. Esta análise encontra-se enquadrada nos dois setores em destaque: o têxtil (CAE 13) e o vestuário (CAE 14). Na dimensão das empresas são considerados os dados relativos aos nascimentos e mortes e à taxa de sobrevivência das empresas. Relativamente ao emprego, são destacadas as empresas com elevado crescimento, bem como as empresas jovens que, num curto espaço de tempo, apresentam um crescimento acelerado no emprego e no volume de negócios (empresas gazela). No que se refere à dimensão de criação de riqueza, a análise destaca as empresas com um crescimento elevado e consistente no volume de negócios.

Com base neste enquadramento, o presente Estudo de Avaliação da Competitividade aborda a panorâmica geral do empreendedorismo nos sectores têxtil e vestuário no espaço da UE, considerando, mediante a disponibilidade de dados, o espaço pan-europeu. Após a presente secção de contextualização, o estudo avança com o respetivo enquadramento preliminar na Secção 2, onde é apresentada uma caraterização geral dos conceitos em destaque. Na Secção 3 é desenvolvida uma caracterização da Indústria Têxtil e Vestuário no contexto nacional, sendo que na Secção 4 são analisados os principais indicadores associados com o empreendedorismo. A Secção 5 encerra a análise com a apresentação das considerações finais, em jeito de resumo geral.

1 Direção-Geral das Atividades Económicas (DGAE), Empreendedorismo. URL: https://www.dgae.gov.pt/servicos/politica-empresarial/competitividade/empreendedorismo.aspx

2

2. Enquadramento preliminar

2.1. Introdução aos conceitos

Cunhado em cerca de 1800 pelo economista francês J. B. Say, o termo empreendedor conta com mais de 200 anos de existência e tem evoluído ao longo do tempo. Utilizado para caracterizar alguém que desloca recursos económicos de áreas de menor produtividade, para áreas com maior produtividade e maiores ganhos, o termo foi inicialmente utilizado nos Estados Unidos da América (EUA) como sinónimo de alguém que inicia a sua própria, nova e pequena empresa.

O empreendedorismo é reconhecido como sendo importante para o crescimento económico, produtividade, inovação e emprego, existindo diversos países que fizeram do empreendedorismo uma prioridade política expressa. À medida que a globalização altera a paisagem económica internacional e a constante evolução tecnológica assume uma presença incontornável, em conjunto com a incerteza na economia mundial, o empreendedorismo é considerado como uma via para fazer face aos novos desafios económicos, sociais e ambientais.

Drucker[2] classifica a inovação como a ferramenta específica do empreendedor, o meio pelo qual este explora a mudança como oportunidade para um negócio ou serviço diferente. Sendo capaz de ser apresentada como disciplina, capaz de ser aprendida e capaz de ser aplicada, os empreendedores precisam de procurar pelas fontes de inovação, as mudanças e os sintomas que indicam oportunidades para a inovação bem-sucedida.

Contrariando a ideia prevalecente de que a inovação é uma prerrogativa das pequenas start-ups, Drucker2 refere o papel das empresas estabelecidas como principal fonte de inovação. Na base desta perspetiva encontra-se o pressuposto de que as empresas estabelecidas no mercado possuem acesso privilegiado a recursos financeiros e a conhecimento, os quais são necessários para a exploração comercial da inovação. O papel do empreendedorismo nas empresas existentes e organizadas é destacado, e caracteriza a empresa como instituição empreendedora. De salientar ainda que, para Drucker[2], o empreendedorismo e a inovação não são caraterísticas inatas. São comportamentos que quase qualquer pessoa com disponibilidade pode aplicar, ou seja, podem ser aprendidos.

No âmbito da terminologia norte-americana, é habitual distinguir entre o *intrapreneur*, que cria novos negócios no seio de uma organização já existente, e o *entrepreneur*, que desenvolve novos negócios. O empreendedorismo pode, pois, ocorrer através da criação de uma nova entidade empresarial ou no seio de uma empresa estabelecida. Ambas as formas participam e contribuem para o processo de inovação e promovem a renovação estratégica e a batalha pela conquista de vantagem competitiva.

A inovação serve a função de acompanhar e, se possível, antecipar a evolução das necessidades dos clientes, para que a empresa os possa servir com propostas de valor sempre renovadas. A importância da inovação tem vindo a acentuar-se na

2 Drucker, Peter (2007). The Practice of Management. Oxford: Butterworth-Heinemann.

generalidade dos setores de atividade[3], devido às tendências de fatores como: redução do ciclo de vida dos produtos, excesso de capacidade instalada, individualização da oferta, aumento da intensidade competitiva, acréscimo de sofisticação dos clientes, aceleração da evolução tecnológica, globalização das economias, escassez de recursos, expectativas dos mercados financeiros e desregulamentação.

Quando focalizamos o empreendedorismo no âmbito dos setores têxtil e vestuário, ressalta imediatamente a relevância do enquadramento deste conceito em setores de atividade maduros. Efetivamente, o empreendedorismo em setores maduros pode ser considerado, à primeira vista, como uma situação antagónica, principalmente quando enquadrado em economias, como a portuguesa, que se encontram num espaço económico de acentuada concorrência e maturidade industrial, onde os setores de atividade tradicionais, como é o caso do vestuário, podem ser considerados de difícil sobrevivência e evolução.

No entanto, o conhecimento e o saber fazer que estão na base dos setores tradicionais possibilitam, quando complementados por outras áreas de conhecimento e saber fazer, gerar novas ideias e novos produtos com maior capacidade competitiva, num mercado onde abunda a oferta e onde a concorrência é extrema. É precisamente neste contexto que a moda encontra particular relevância, trazendo a componente da inovação para um setor de atividade maduro, mas que apresenta uma elevada competência e tradição no âmbito da indústria portuguesa.

Efetivamente, a necessidade de empreendedorismo é ainda mais proeminente no atual ambiente empresarial, caracterizado por mudanças rápidas ao nível dos clientes, das tecnologias e da concorrência. Para sobreviverem e prosperarem em ambientes dinâmicos, as empresas necessitam de renovar continuamente os processos e as rotinas organizacionais que estão na base da sua posição estratégica.

O empreendedorismo é certamente fundamental nas fases iniciais de desenvolvimento de uma indústria, com a introdução de novidades absolutas no mercado. No entanto, as indústrias mais maduras também evidenciam frequentemente novas oportunidades de crescimento. Nestas indústrias, o empreendedorismo é fundamental para alcançar novas oportunidades, apesar das condições contextuais serem diferentes das que caracterizam as indústrias completamente novas e em elevado crescimento[4]. Efetivamente, pela sua capacidade renovadora, o empreendedorismo é uma condição necessária para o sucesso de uma empresa numa indústria madura.

O empreendedorismo ao nível da empresa, expressa o comportamento empreendedor evidenciado pelas organizações existentes que criam um novo negócio, compreendido como o desenvolvimento de novos produtos, entrada em novos mercados ou ambos (i.e., diversificação).

O desenvolvimento do produto envolve a revisão do conceito de uma empresa através da introdução de novos produtos, serviços ou tecnologias. As indústrias maduras são frequentemente caracterizadas por produtos maduros, cujas vendas

3 Freire, Adriano (2006). Inovação: novos produtos, serviços e negócios para Portugal. Lisboa, Verbo.

4 Cassia, L., Fattore, M., e Paleari, S. (2006). Entrepreneurial strategy. Emerging businesses in declining industries. Cheltenham, Glos, UK: Edward Edgar Publishing.

estão limitadas pelo facto de os clientes não necessitarem de maiores quantidades. Assim sendo, melhorar a oferta em termos qualitativos pode ser uma forma de induzir os clientes a comprarem mais do que anteriormente. Além disso, uma indústria madura é caracterizada pela crescente concorrência dos países em desenvolvimento, como no caso do vestuário. Face a esta concorrência externa, melhorar a oferta através do desenvolvimento do produto pode representar uma forma de ultrapassar as empresas que concorrem com base no preço.

Um dos aspetos a favor do empreendedorismo em setores maduros de atividade económica, é o conhecimento adquirido e detido pelos intervenientes setoriais. Este conhecimento pode facilitar e impulsionar iniciativas como a expansão para novos mercados e negócios, bem como o desenvolvimento de novos produtos, fomentando o dinamismo dos atores presentes na indústria[4].

Um dos aspetos que, no fim desta exposição, é fundamental reter, prende-se com o facto de o empreendedorismo e a inovação não serem exclusivos das novas tecnologias ou de setores de atividade emergentes. Efetivamente, os setores de atividade com elevada maturidade e enquadrados em mercados competitivos, como é o caso do setor de vestuário português, podem ser terrenos férteis para a inovação e o empreendedorismo, assumindo aqui a moda e o design uma posição de destaque incontornável. O conhecimento e as competências que existem no setor do vestuário em Portugal, aliados a parceiros, nacionais ou estrangeiros, das mais diversas áreas científicas e tecnológicas, podem promover o aparecimento de novas iniciativas empresariais, resultantes da inovação ao nível do produto, do processo ou do mercado.

2.2. O papel do empreendedor

O empreendedorismo é importante por uma diversidade de razões, desde a promoção da mudança social até à inovação. Os empresários são frequentemente considerados como ativos nacionais a serem cultivados, motivados e remunerados da maior medida possível. De facto, algumas das nações mais desenvolvidas, como os Estados Unidos, são líderes mundiais devido à sua inovação, investigação e indivíduos empreendedores.

Os grandes empreendedores têm a capacidade de mudar a forma como vivemos e trabalhamos, nas bases locais e nacionais. Se forem bem-sucedidas, as suas inovações podem melhorar os padrões de vida e, além de criarem riqueza com empreendimentos empresariais, também criam emprego e contribuem para uma economia em crescimento. Por conseguinte, a importância do empreendedorismo não deve ser menosprezada.

Um empreendedor é um indivíduo que cria um novo negócio, suportando a maioria dos riscos e desfrutando da maioria das recompensas. O processo de criação de um negócio é conhecido como empreendedorismo, sendo o empreendedor comumente visto como um inovador, uma fonte de novas ideias, bens, serviços, negócios ou procedimentos.

Os empresários desempenham assim um papel fundamental em qualquer economia, utilizando as competências e iniciativas necessárias para antecipar as necessidades e trazer boas novas ideias para o mercado. O empreendedorismo que

se revela bem-sucedido em assumir os riscos de criar uma start-up é recompensado com lucros, fama e oportunidades de crescimento contínuas. O empreendedorismo que falha nestes objetivos resulta em frequentes perdas e numa menor prevalência nos mercados para os envolvidos.

Normalmente, o empreendedor cria um plano de negócios, contrata mão de obra, adquire recursos e financiamento, fornece liderança e gestão para o negócio. No entanto, ao longo deste processo, os empresários enfrentam geralmente muitos obstáculos na construção das suas empresas. Entre os obstáculos mais citados, destacam-se três em particular: superar a burocracia, contratação de talento e obtenção de financiamento.

Os economistas nunca tiveram uma definição consistente de "empreendedor" ou "empreendedorismo" (a palavra "empreendedor" vem do verbo francês entreprendre, que significa "*empreender*"). Embora o conceito de empreendedor existisse e fosse conhecido durante séculos, os economistas clássicos e neoclássicos deixaram os empresários de fora dos seus modelos formais. Só em meados do século XX é que os economistas tentaram seriamente incorporar o empreendedorismo nos seus modelos.

Três pensadores foram fulcrais para este efeito: Joseph Schumpeter, Frank Knight e Israel Kirzner. Schumpeter sugeriu que os empresários - e não apenas as empresas - eram responsáveis pela criação de coisas novas na procura de lucro. Knight focou-se nos empresários como portadores da incerteza e acreditava que eram responsáveis pelos prémios de risco nos mercados financeiros. Kirzner destacou o estado de alerta do empreendedor, como alguém que está atento às diferenças de preços que os outros não perceberam e lucra agindo de acordo com esse alerta.

2.3. Pequenas empresas e empreendedorismo

Uma pequena empresa e o empreendedorismo têm muito em comum, mas são diferentes. Por um lado, uma pequena empresa, normalmente de propriedade única ou uma sociedade, que não é uma empresa de média dimensão ou de grande dimensão, opera localmente e não tem acesso a uma grande quantidade de recursos ou capital.

Por seu lado, o empreendedorismo refere-se a um indivíduo que tem uma ideia e pretende executar essa ideia, normalmente para perturbar o mercado atual com um novo produto ou serviço. O empreendedorismo começa geralmente como uma pequena empresa, mas a visão a longo prazo é mais abrangente no sentido da prossecução de lucros elevados e da captação de quota de mercado com uma nova ideia inovadora.

Os empresários ganham dinheiro como qualquer negócio: procuram gerar receitas superiores aos custos. O aumento das receitas é o objetivo e isso pode ser alcançado através do marketing, da palavra de boca e da rede de relacionamentos. Manter os custos baixos também é fundamental, uma vez que resulta em margens de lucro mais elevadas. Isto pode ser conseguido através de operações eficientes e, eventualmente, de economias de escala.

De salientar, neste contexto, que podem ser distinguidos diversos perfis de empreendedores, na medida em que nem todos os empresários são iguais e nem todos têm os mesmos objetivos. De destacar alguns tipos de empreendedores[4]:

construtor (procuram criar negócios escaláveis num curto espaço de tempo), oportunista (os empresários oportunistas são indivíduos otimistas com a capacidade de escolher oportunidades financeiras, entrar no momento certo, manter-se a bordo durante o tempo de crescimento e sair quando um negócio atinge o seu auge), inovador (os inovadores são aqueles indivíduos que têm uma grande ideia ou produto que ninguém pensou antes, os inovadores preocupam-se mais com o impacto que os seus produtos e serviços têm na sociedade), especialista (estes indivíduos são analíticos e avessos ao risco, têm uma forte capacidade definida numa área específica obtida através da formação ou da aprendizagem).

Da mesma forma como existem diferentes tipos de empreendedores, existem também diferentes tipos de negócios associados. Neste sentido podemos distinguir: o empreendedorismo das pequenas empresas (surge da ideia de abrir um negócio sem o transformar num grande conglomerado ou abrir muitas cadeias), a startup escalável (são empresas que começam com uma ideia única, a esperança é a de inovar com um produto ou serviço único e continuar a crescer a empresa, aumentando continuamente à medida que o tempo avança), grande empresa (o empreendedorismo das grandes empresas reflete-se numa nova divisão de negócios criada dentro de uma empresa existente) ou o empreendedorismo social (neste caso, o objetivo é o de criar um benefício para a sociedade e para a humanidade).

2.4. *Intrapreneurship*

O termo *intrapreneurship* refere-se a um sistema que permite a um colaborador da empresa agir como um empreendedor dentro de uma empresa ou outra organização. Os *intrapreneurs* são pessoas auto-motivadas, pró-ativas e orientadas para a ação que tomam a iniciativa de prosseguir um produto ou serviço inovador. Um *intrapreneur* sabe que o fracasso não tem um custo pessoal como para um empreendedor, uma vez que a organização absorve as perdas que possam surgir do eventual insucesso.

Uma *intrapreneurship* cria um ambiente empreendedor, permitindo que os colaboradores utilizem as suas competências empresariais em benefício tanto da empresa como do próprio colaborador. Estas empresas dão aos colaboradores a liberdade de experimentar, bem como o potencial de crescimento dentro de uma organização.

Por conseguinte, é importante que os empregadores reconheçam estes colaboradores, de forma a promover a *intrapreneurship* como meio de levar à inovação e ao crescimento. As empresas que não as promovem podem perder *intrapreneurs* para outras empresas, ou podem estes indivíduos acabar por trabalhar para si mesmos.

Uma *intrapreneurship* pode ser um passo em direção ao empreendedorismo. Os *intrapreneurs* podem desenvolver e utilizar a sua criatividade para potenciar os bens e serviços existentes no contexto do negócio, todos sem qualquer risco associado a ser empreendedor. A utilização destas competências como parte de uma equipa permite que as teorias de teste *intrapreneur* e determine quais os métodos mais eficazes para resolver problemas. Os *intrapreneurs* podem usar o que aprenderam como parte da equipa de uma organização para criar uma nova empresa que pode ser um spinoff da empresa-mãe ou uma entidade autónoma.

3

3. Têxtil e Vestuário em Portugal

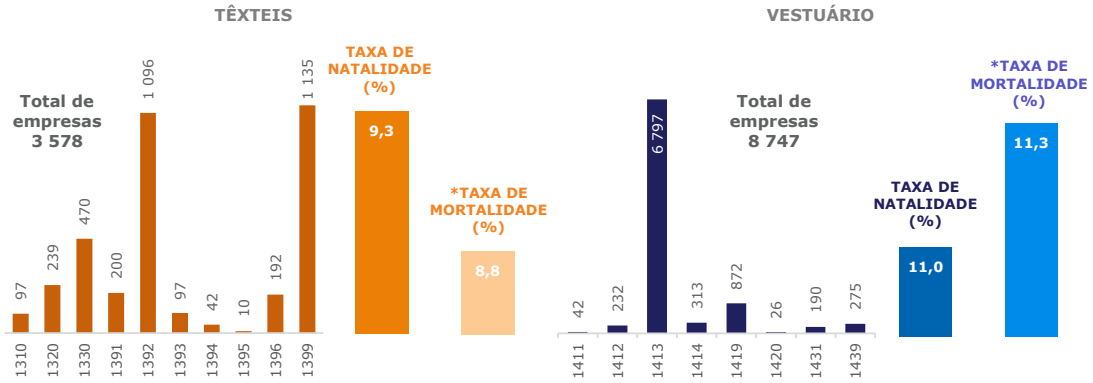
3.1. Caraterização global e relevância

Em Portugal, os setores do têxtil e do vestuário, no seu conjunto, são constituídos por mais de 12.300 empresas (incluindo sociedades e empresas em nome individual), representando 18% do total das empresas da indústria transformadora e 1% do total das empresas do país.

Quando analisados separadamente por classes de atividade, o setor do têxtil tem na fabricação de outros têxteis, n.e. (CAE 1399) e na fabricação de artigos têxteis confecionados, exceto vestuário (CAE 1392) os subsetores que englobam o maior número de empresas (em conjunto, representam 62% do total de empresas do setor têxtil). Já no setor do vestuário, é o subsetor da confeção de outro vestuário exterior (CAE 1413) que mais se destaca, com cerca de 78% das empresas.

Em termos da taxa de natalidade das empresas, ambos os setores registam valores superiores aos da indústria transformadora, em particular no caso do vestuário. Relativamente à taxa de mortalidade (dados preliminares relativos a 2018), verifica-se também que ambos os setores se posicionam acima da indústria transformadora, em particular no caso do vestuário.

Figura 1: Demografia das empresas dos setores e subsetores têxtil e vestuário | 2019

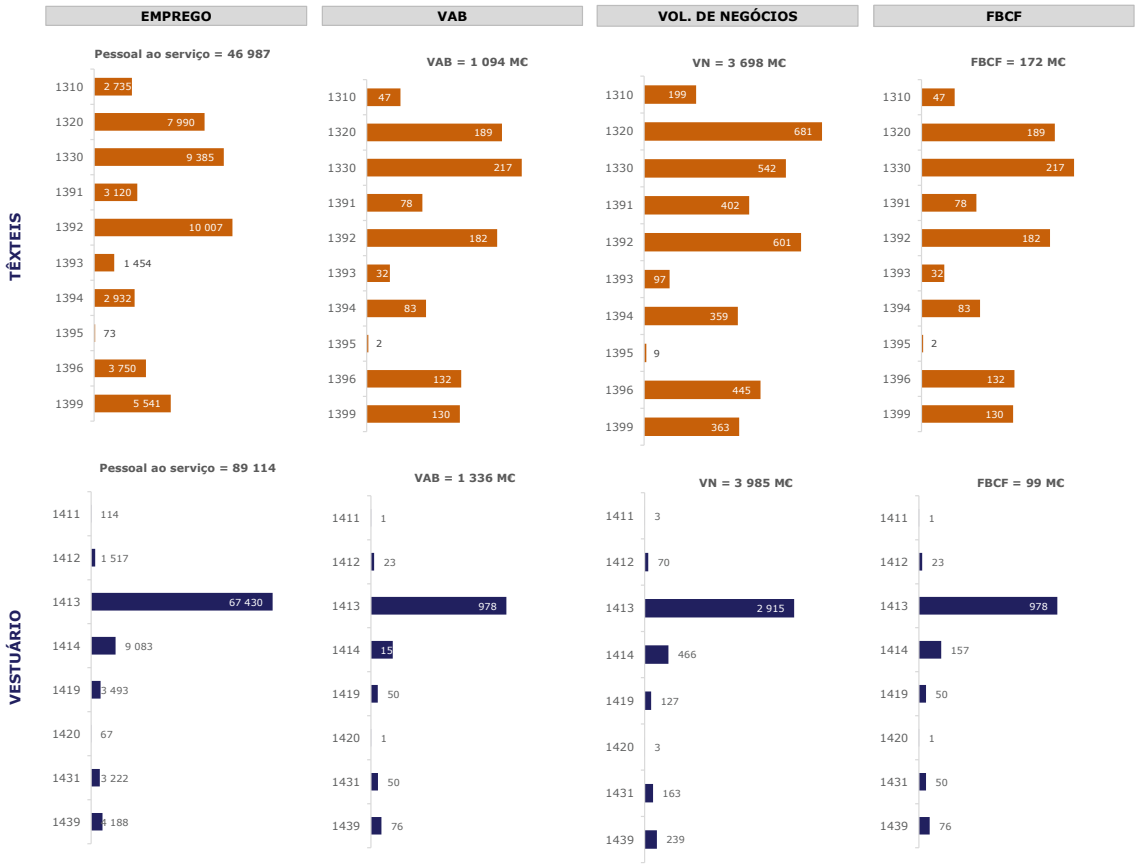


Nota: "" indica valores preliminares correspondentes ao ano de 2018.*
Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

O acabamento de têxteis (CAE 1330), a fabricação de artigos têxteis confecionados, exceto vestuário (CAE 1392) e a tecelagem de têxteis (CAE 1320), são os subsetores mais relevantes no setor do têxtil. Em termos de pessoal ao serviço, os dois primeiros empregam 41% do total do setor, enquanto o terceiro emprega 17%. Já em termos do volume de negócios, a tecelagem de têxteis é o subsetor mais relevante, com um peso de 18%, seguindo-se a fabricação de artigos têxteis confecionados, exceto vestuário, com 16% e o acabamento de têxteis, com 15%. Relativamente ao VAB, estes três subsetores, em conjunto, constituem um total de 54%, enquanto em termos da formação bruta de capital fixo (FBCF), destacam-se em 2019, para além dos três subsetores referidos, o subsetor da fabricação de têxteis para uso técnico e industrial (CAE 1396), que apresentam um peso conjunto de 72%.

Já o setor do vestuário tem apenas na confeção de outro vestuário exterior (CAE 1413) o subsetor que maior destaque merece, uma vez que, por si só, emprega 76% do total de pessoal ao serviço do setor e responde por 73% do total de volume de negócios, do VAB e da FBCF em 2019. Podemos ainda salientar a confeção de vestuário interior (CAE 1414), por ser o subsetor imediatamente a seguir em termos de peso relativo, embora a uma distância bastante considerável do primeiro (corresponde a 10% do pessoal ao serviço e a 12% do volume de negócios do setor de vestuário).

Figura 2: Caracterização dos setores e subsetores têxtil e vestuário em Portugal | 2019

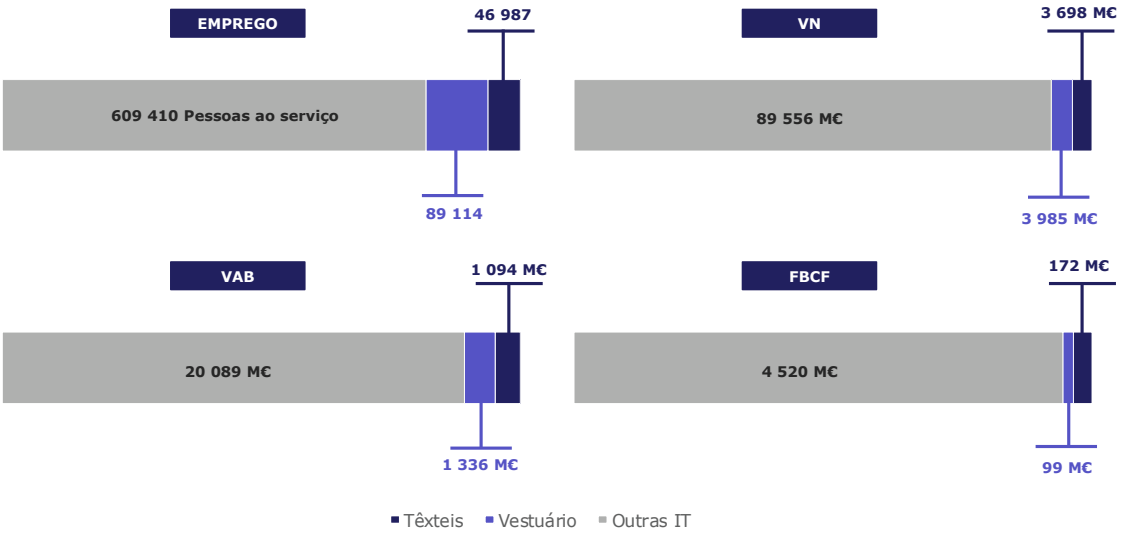


Nota: volume de negócios (VN), valor acrescentado bruto (VAB) e formação bruta de capital fixo (FBCF) em milhões de euros.
Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

Quando comparamos os setores do têxtil e do vestuário com a indústria transformadora, rapidamente concluímos a relevância de que estes dois setores se revestem. Em termos de emprego, o vestuário responde por perto de 12%, enquanto os têxteis respondem por mais de 6% do total de emprego da indústria transformadora. Já no que respeita ao volume de negócios, os dois setores estão praticamente no mesmo patamar de importância relativa, com um peso compreendido entre os 3,8% e os 4,1% (têxteis e vestuário, respetivamente).

Os têxteis são responsáveis por 4,9% do VAB total da indústria transformadora, enquanto o vestuário tem um peso superior, na ordem dos 5,9%. A situação inverte-se no que diz respeito à FBCF, passando os têxteis a apresentar um maior peso relativo face ao vestuário (3,6% e 2,1%, respetivamente).

Figura 3: Relevância dos setores têxtil e vestuário na indústria transformadora | 2019

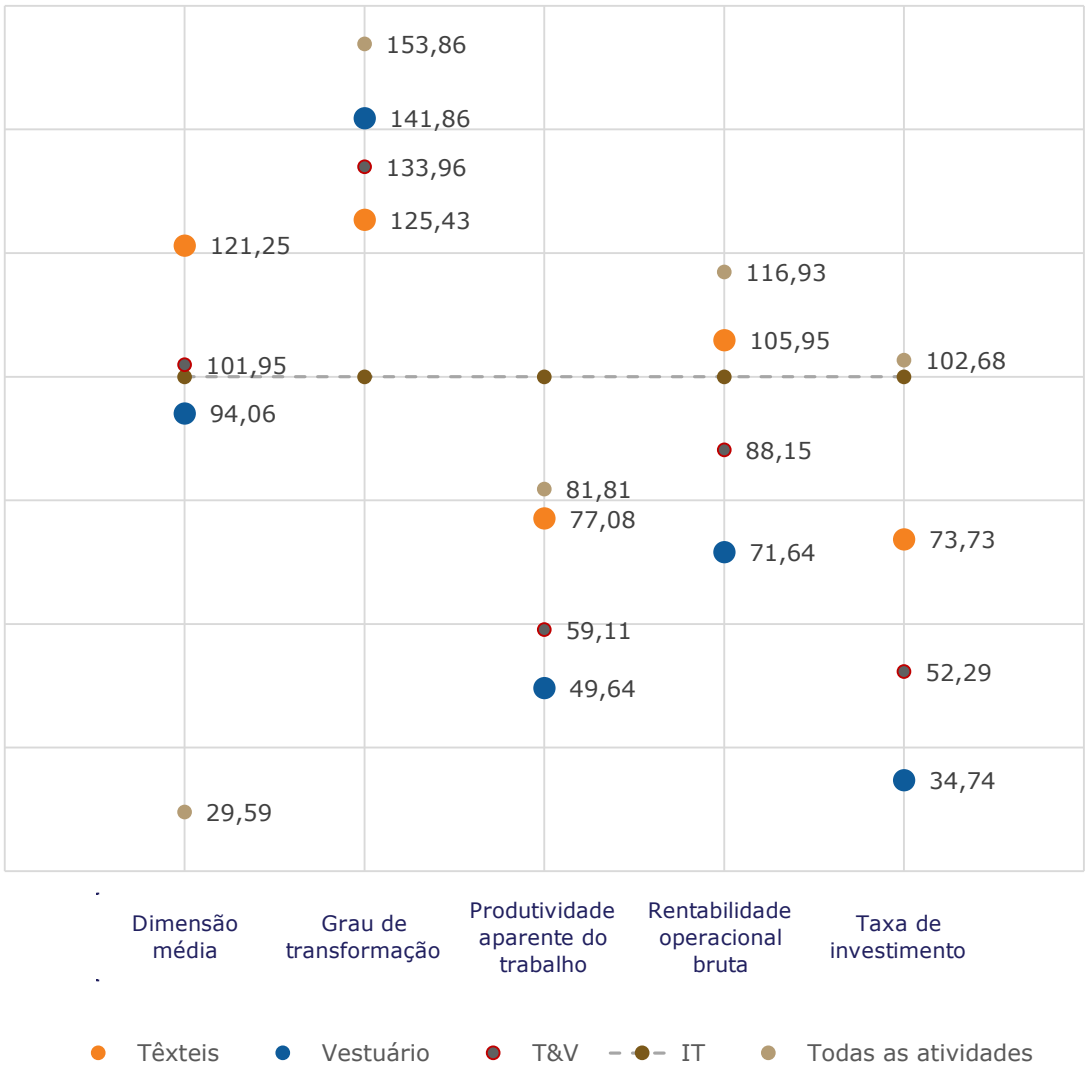


Nota: volume de negócios (VN), valor acrescentado bruto (VAB) e formação bruta de capital fixo (FBCF) em milhões de euros (M€).
Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

O conjunto das empresas que compõem os setores do têxtil e do vestuário apresenta uma dimensão média superior, quer em relação ao total da indústria transformadora, quer ao total das atividades económicas. No entanto, tal deve-se sobretudo ao contributo dos têxteis que apresentam uma dimensão média acima da verificada no vestuário. No que respeita ao grau de transformação, os setores têxtil e vestuário registaram um valor de 33%, superando a média da indústria transformadora (24%).

Pelo contrário, relativamente à produtividade aparente do trabalho, à rentabilidade operacional bruta e à taxa de investimento, os setores em questão encontram-se, no seu conjunto, abaixo da média da indústria transformadora (e do total das atividades económicas). De salientar que, isoladamente, o setor têxtil posiciona-se acima do vestuário na maioria dos indicadores de competitividade empresarial (exceto ao nível do grau de transformação).

Figura 4: Características competitivas dos setores e subsetores têxtil e vestuário na indústria transformadora em Portugal | 2019



Nota: indústria transformadora = 100.
Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

As empresas dos setores têxtil e vestuário apresentam indicadores económico-financeiros relativamente semelhantes, partilhando uma robustez financeira assinalável e que se reflete em rácios de rentabilidade positivos, ainda que não muito elevados. No entanto, existem pontos que merecem distinção: a taxa de endividamento do setor do vestuário é superior à do têxtil; o setor do têxtil apresenta, por um lado, uma maior estabilidade financeira e, por outro, uma pressão adicional sobre a tesouraria.

Tabela 1: Desempenho económico-financeiro das empresas dos setores têxtil e vestuário em Portugal | 2019

Indicador	Têxteis (em %)	Vestuário (em %)
Liquidez geral	160,70	150,83
Liquidez reduzida	105,63	107,50
Autonomia financeira (média ponderada)	44,47	36,79
Endividamento (%)	55,54	63,22
Solvabilidade (%) Capital próprio / Passivo	80,06	58,20
Custo dos financiamentos obtidos	2,93	2,96
Rendibilidade dos capitais próprios	2,85	6,05
Rendibilidade do ativo	6,59	6,99
Rendibilidade das vendas	1,60	1,71
EBITDA (% do VN)	8,32	5,37
NFM (% do VN)	30,41	15,58
Prazo médio de recebimentos | dias	84,00	65,00
Prazo médio de pagamentos | dias	80,00	72,00
Rotação do ativo | n.º de vezes	0,79	1,30

Nota: foram considerados os valores médios para o sector.

Fonte: Banco de Portugal.

3.2. Caraterização por dimensão empresarial e por geografia

Relativamente à dimensão das empresas dos setores têxtil e vestuário (considerando o conjunto de sociedades e empresas em nome individual), podemos concluir que a maioria destas se encontra compreendida no escalão de pessoal ao serviço com menos de 10 pessoas, representando 79% do total, quer de empresas do têxtil, quer do vestuário.

Quanto ao nível de emprego, é o escalão de empresas entre as 50 e 249 pessoas que mais responde pelo total de pessoal ao serviço, com um peso relativo de 38% no têxtil e de 41% no vestuário. É este mesmo escalão que responde pela maior parte do volume de negócios (44% no têxtil e 52% no vestuário) e do VAB (43% no têxtil e 47% no vestuário).

Tabela 2: Caracterização dos setores têxtil e vestuário por dimensão empresarial | 2019

	Escalão de pessoal ao serviço	Setores: Têxteis Q	Têxteis %	Vestuário Q	Vestuário %
Empresas	**Total**	3 578	100%	8 747	100%
	Menos de 10 pessoas	2 835	79%	6 880	79%
	10-49 pessoas	548	15%	1 463	17%
	50-249 pessoas	169	5%	385	4%
	250 e mais pessoas	26	1%	19	0%
Emprego	**Total**	46 987	100%	89 114	100%
	Menos de 10 pessoas	5 954	13%	13 818	16%
	10-49 pessoas	11 603	25%	31 387	35%
	50-249 pessoas	17 726	38%	36 960	41%
	250 e mais pessoas	11 704	25%	6 949	8%
Volume de Negócios (VN)	**Total**	3 698	100%	3 985	100%
	Menos de 10 pessoas	261	7%	372	9%
	10-49 pessoas	741	20%	1 121	28%
	50-249 pessoas	1 628	44%	2 073	52%
	250 e mais pessoas	1 067	29%	419	11%
Valor Acrescentado Bruto (VAB)	**Total**	1 094	100%	1 336	100%
	Menos de 10 pessoas	73	7%	131	10%
	10-49 pessoas	231	21%	431	32%
	50-249 pessoas	476	44%	634	47%
	250 e mais pessoas	314	29%	140	10%

Nota: volume de negócios e valor acrescentado bruto em milhões de euros; são considerados a totalidade dos dados disponíveis, incluindo assim sociedades e empresas individuais.
Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

Os setores têxtil e vestuário concentram-se maioritariamente na região Norte de Portugal, em particular nas sub-regiões do Cávado, Ave, Área Metropolitana do Porto (AMP) e Tâmega e Sousa. Quando isolamos estas duas realidades, facilmente concluímos que os têxteis apresentam uma relevância muito elevada nas sub-regiões do Ave e Cávado (em emprego, VAB e exportações). Já o vestuário alarga esse perímetro ainda para as sub-regiões da Área Metropolitana do Porto e do Tâmega e Sousa. Por seu turno, as sub-regiões de Aveiro, Beiras e Serra da Estrela e Área Metropolitana de Lisboa, têm uma importância relativa globalmente mais reduzida.

3.3. Dinâmica da atividade dos setores

Olhando para o panorama geral, os setores têxtil e vestuário seguiram a tendência do total da indústria transformadora ao longo de grande parte do período em destaque, com a única exceção a ocorrer no ano 2019 e apenas para alguns indicadores em específico.

Em termos de emprego, após uma quebra contínua do número de pessoas ao serviço entre 2008 e 2013, assiste-se a uma fase de recuperação da indústria transformadora a partir de 2014. O setor têxtil acompanhou esta recuperação evidenciando um comportamento mais favorável do que a generalidade da atividade industrial, uma tendência que foi apenas contrariada no ano 2019. O setor de vestuário acompanhou também a tendência geral verificada a partir de 2014, mas apenas até 2016, praticamente estagnando nos dois anos seguintes e recuando em 2019.

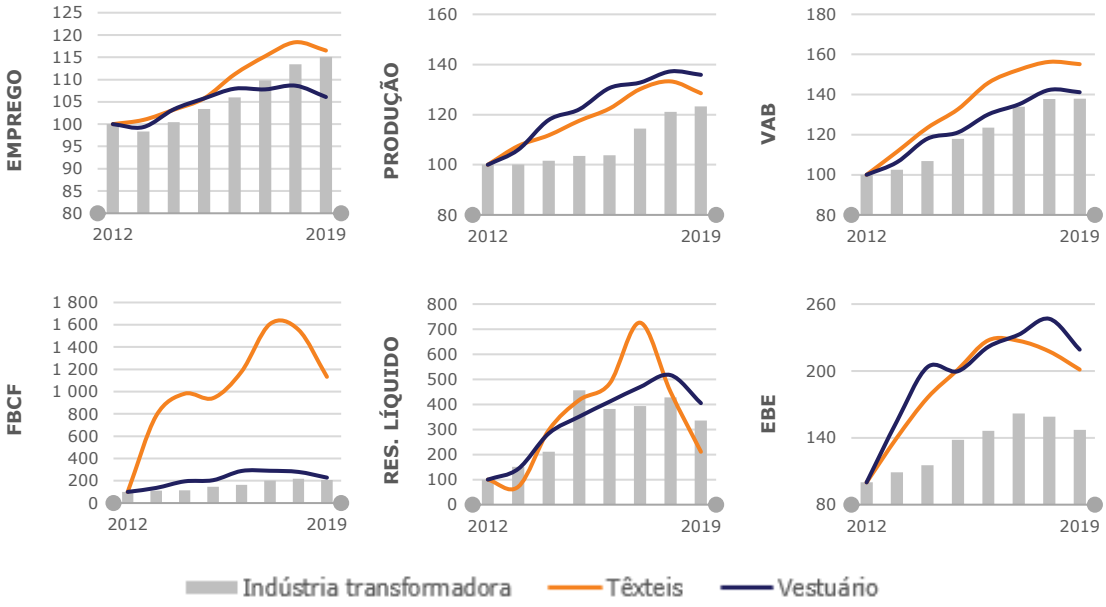
Em termos da produção, a indústria transformadora evidenciou a partir de 2012 uma evolução positiva, pese embora o ano 2013 tenha demonstrado um crescimento praticamente nulo. Por seu turno, ao nível da produção, o setor têxtil tem evoluído a um ritmo mais acelerado do que o total da indústria transformadora, apesar da quebra vivenciada em 2019. Também o setor de vestuário tem evoluído positivamente, intercalando períodos de crescimento e estabilização e registando também uma quebra em 2019.

Relativamente ao VAB, o período entre 2013 e 2019 foi positivo para a indústria transformadora, pese embora a desaceleração registada no último ano em análise. O setor do têxtil acompanhou esta evolução, com uma dinâmica ainda mais significativa, apenas recuando em 2019. Por seu lado, também o setor de vestuário evoluiu em concordância, recuando apenas no último ano em análise. A situação é semelhante no que respeita à FBCF, mas de destacar o desempenho do setor têxtil, com incrementos bastante acima dos que foram verificados no caso da indústria transformadora em geral.

Quando passamos a análise para o resultado líquido, na medida em que o ano 2012 ficou marcado por desempenhos menos conseguidos na indústria transformadora e até mesmo negativos nos casos dos setores têxtil e vestuário, o período em análise apresenta um desempenho superior ao do ano base em toda a linha. De salientar, no caso do setor têxtil o acentuado crescimento entre 2013 e 2017, ao qual se sucedeu uma descida considerável. No caso do vestuário o período de crescimento prolongou-se até 2018, tendo este indicador diminuído no ano seguinte.

O comportamento da indústria transformadora, do têxtil e do vestuário, é bastante semelhante no que se refere ao excedente bruto de exploração (EBE), com a ressalva de que o têxtil e o vestuário registaram uma dinâmica bastante mais intensa face ao total da indústria transformadora. De salientar também a divergência verificada ao nível dos períodos de crescimento e de quebra.

Figura 5: Dinâmica das principais variáveis económicas | 2012 a 2019



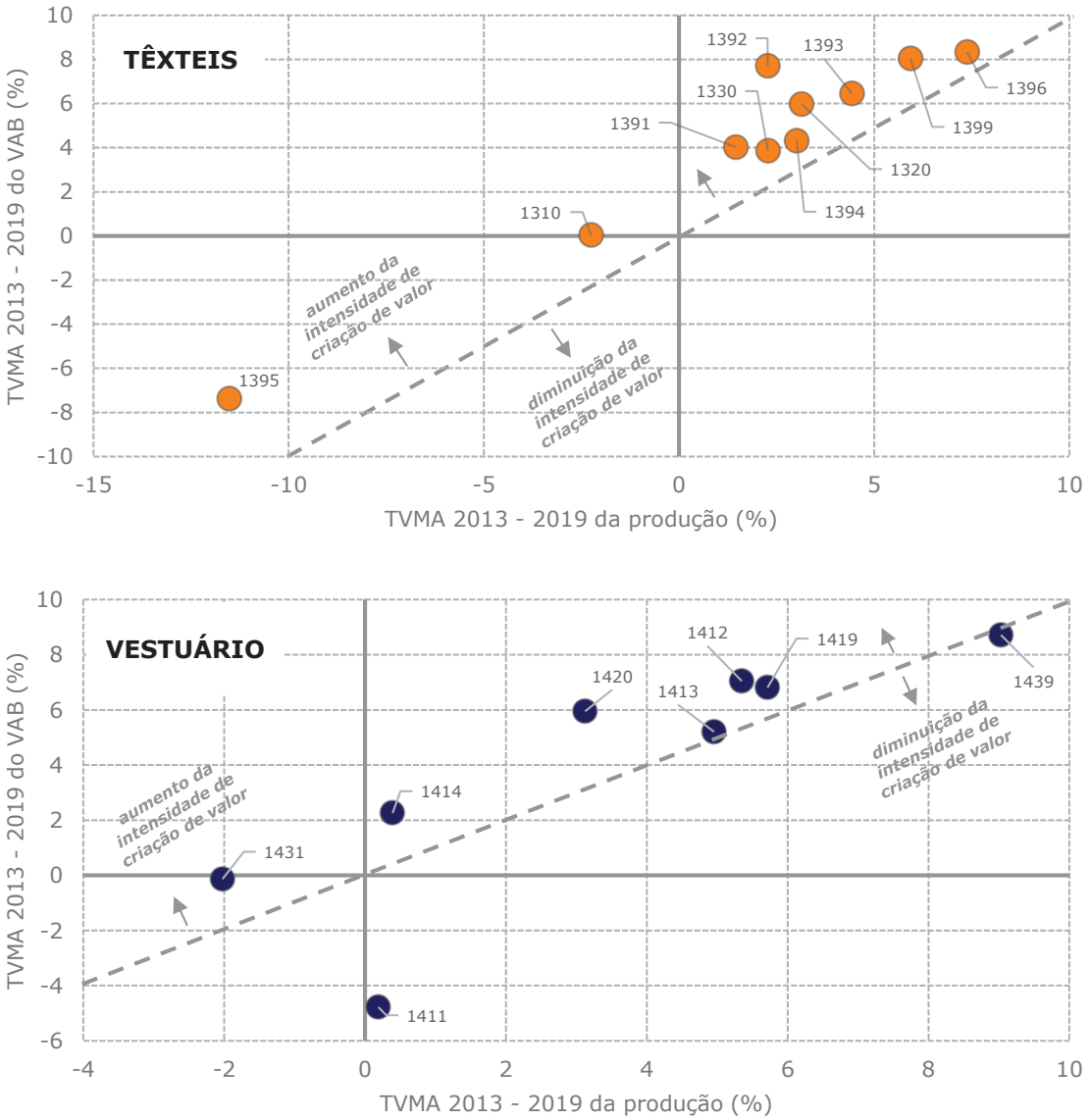
Nota: 2012 = 100.

Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

Entre 2013 e 2019, a evolução dos vários subsetores do têxtil e vestuário apresentou uma variação na generalidade positiva ao nível da intensidade de criação de valor, apontando para um desenvolvimento setorial. Ao nível dos têxteis, todos os subsetores apresentaram aumento na intensidade de criação de valor, salientando-se, entre outros, a fabricação de artigos têxteis confecionados, exceto vestuário (CAE 1392), a tecelagem de têxteis (CAE 1320) e a fabricação de tapetes e carpetes (CAE 1393). Embora localizado acima da bissetriz, o destaque pela negativa vai para a fabricação de não tecidos e respetivos artigos, exceto vestuário (CAE 1395), que registou descidas quer ao nível da produção quer do valor acrescentado.

Relativamente ao vestuário, destacadamente a confeção de vestuário em couro (CAE 1411) e de forma menos acentuada a fabricação de outro vestuário de malha (CAE 1439) foram os únicos subsetores a registar uma diminuição da intensidade de criação de valor. A confeção de outro vestuário exterior (CAE 1413) ficou ligeiramente acima da bissetriz, enquanto a fabricação de artigos de peles com pelo (CAE 1420), a confeção de vestuário de trabalho (CAE 1412), a confeção de outros artigos e acessórios de vestuário (CAE 1419) e a confeção de vestuário interior (CAE 1414) evidenciaram aumento da intensidade de criação de valor. Apesar de estar acima da bissetriz, a fabricação de meias e similares de malha (CAE 1431) evoluiu negativamente quer na produção, quer no valor acrescentado.

Figura 6: Dinâmica do grau de transformação do têxtil e vestuário por subsetor | 2013 a 2019

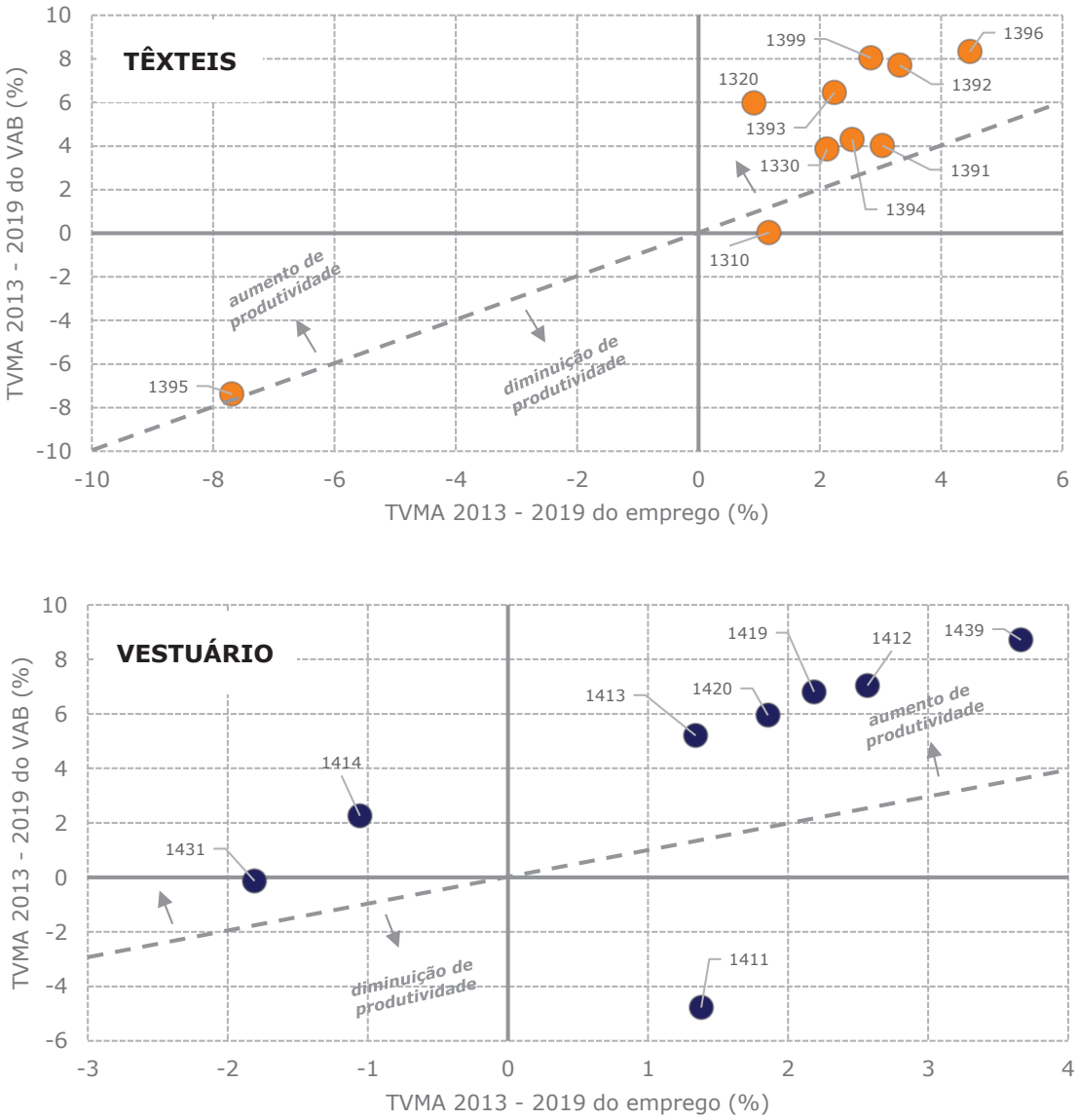


Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

Em termos de produtividade aparente do trabalho, medida pelo rácio entre o VAB e o emprego, a evolução ocorrida no período compreendido entre 2013 e 2019 foi bastante positiva. Dada a diferença de sinal ou de magnitude no comportamento do VAB e do emprego, grande parte dos subsetores do têxtil e do vestuário registaram uma variação positiva mais acentuada do VAB do que em termos do emprego.

Destacam-se, em particular, a fabricação de têxteis para uso técnico e industrial (CAE 1396), a fabricação de artigos têxteis confecionados, exceto vestuário (CAE 1392) e a fabricação de outros têxteis, n.e. (CAE 1399), as quais evidenciaram de forma mais expressiva um aumento simultâneo do VAB e do emprego. No setor do vestuário, a fabricação de outro vestuário de malha (CAE 1439), a confeção de vestuário de trabalho (CAE 1412) e a confeção de outros artigos e acessórios de vestuário (CAE 1419), foram as atividades que evidenciaram um aumento simultâneo mais acentuado do VAB e do emprego.

Figura 7: Dinâmica da produtividade aparente do trabalho do têxtil e vestuário por subsetor | 2013 a 2019



Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

3.4. Comércio internacional

A indústria têxtil e vestuário, vista no seu conjunto, é um dos poucos setores industriais em que Portugal apresenta vantagens comparativas reveladas e um bom posicionamento competitivo no contexto internacional. Tal deve-se fundamentalmente ao contributo do saldo comercial dos produtos de vestuário. De salientar que, no cômputo geral das exportações portuguesas de mercadorias, em 2019 (com base nos dados do INE), as exportações de têxteis e vestuário responderam por 8,7% do total, com destaque para o vestuário, com uma quota de 5,2%.

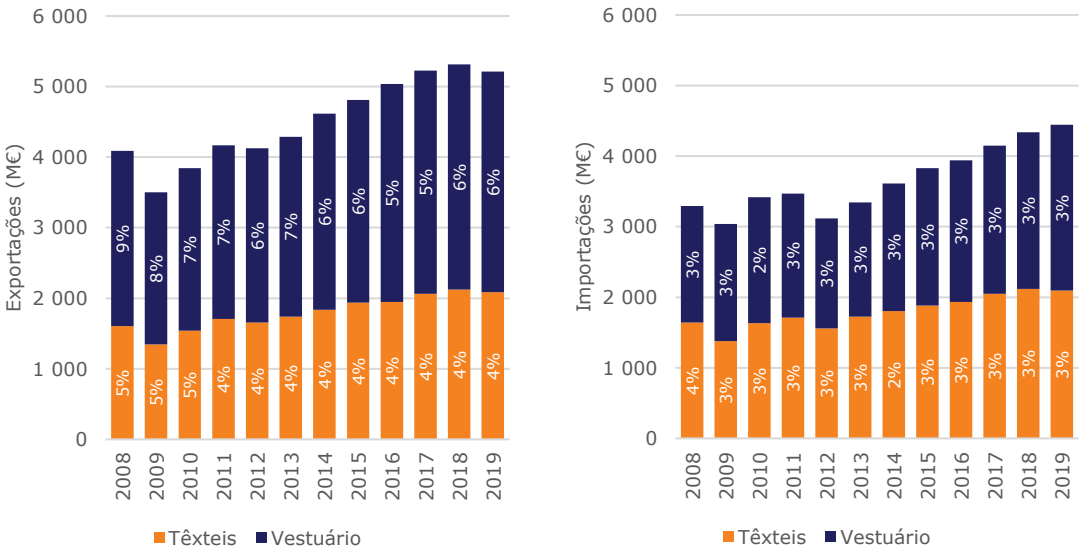
No que se refere à evolução das exportações portuguesas de têxteis e vestuário, deparamo-nos com dois períodos distintos: um período de recuperação e crescimento ao longo de 2010 a 2018 e um período de quebra em 2019.

No primeiro período, de recuperação e crescimento no valor das exportações (entre 2010 e 2018), verificamos que, após os efeitos negativos da Crise Financeira Global (bem visíveis em 2009), assistimos a uma recuperação gradual das exportações até ao pico de 2018 (5,31 mil milhões de euros). Efetivamente, entre 2009 e 2018 as exportações de produtos têxteis cresceram a uma TVMA de 5,2% enquanto as exportações de vestuário registaram uma TVMA de 4,4%.

No segundo período, de quebra no valor das exportações, assistimos em 2019 a uma descida de 1,9% em relação ao pico de 2018 e, em 2020, resultado do impacto da pandemia por COVID-19, os dados preliminares apontam no sentido de uma acentuada descida no total das exportações de produtos têxteis e vestuário portugueses. De salientar que, dentro da descida registada em 2019, os produtos de têxteis caíram 1,5% enquanto a queda nos produtos de vestuário foi de 1,9%.

Do lado das importações assistimos a uma evolução distinta, em que, a partir de 2013 verifica-se um crescimento ininterrupto do valor total importado até 2019, com os produtos têxteis a evidenciarem uma TVMA de 4,3% entre 2012 e 2019 e os produtos de vestuário de 6,0%. Inevitavelmente, com base nos dados preliminares do INE, o ano 2020 virá interromper esta tendência, perspetivando-se a quebra nos dois tipos de produtos entre 2019 e 2020.

Figura 8: Dinâmica e posicionamento do têxtil e vestuário na estrutura de exportações e importações portuguesas | 2008 a 2019



Nota (1): os valores em percentagem correspondem ao peso das exportações (importações) de produtos de têxtil e vestuário no total de exportações (importações) de mercadorias.
Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

Os principais mercados de exportação de produtos de têxtil e vestuário seguem o padrão geográfico das exportações do total de mercadorias, isto é, uma forte orientação para o comércio intracomunitário (perto de 74% do total do ano de 2019, considerando a UE27 pós Brexit). De salientar que, como resultado do efeito do Brexit, a proporção das exportações destinadas ao mercado intracomunitário diminuiu, em relação a anos anteriores. A Espanha, a França, a Alemanha, o Reino Unido e os EUA, ocupam os lugares cimeiros na classificação dos destinos de produtos de têxtil e vestuário portugueses, assumindo uma representatividade de quase 66% do total exportado.

Tal como se verificou nas exportações, também as importações portuguesas de produtos de têxtil e vestuário têm como principal origem o mercado intracomunitário (mais de 70% do total no ano de 2019, considerando a UE27 pós Brexit). A Espanha, a Itália, a China, a Alemanha e a França, lideram a classificação, sendo de destacar pela negativa o saldo comercial deficitário italiano e chinês, que se revelam mais significativos quando isolamos as importações de artigos têxteis.

Analisando separadamente os dois agregados, constata-se que, no caso dos produtos têxteis, a listagem das principais origens de importação é encabeçada pela Espanha, seguida pela Itália e a China, com a Alemanha a assumir a 4.ª posição, seguida pela Índia (no conjunto, estes cinco principais destinos foram responsáveis em 2019 por fornecer 60% do total das importações portuguesas de têxteis). No caso do vestuário, a listagem é encabeçada pela Espanha e a Itália, seguidas por França, China e Alemanha (no conjunto, estas cinco principais origens são responsáveis por fornecer perto de 82% do total das importações portuguesas de vestuário).

4. Empreendedorismo – Principais indicadores

No âmbito da presente secção são analisados alguns indicadores de referência relativos à atividade empresarial nos setores têxtil e vestuário, tendo em consideração os dados da UE a 27 Estados-membros (UE27 2020), sendo assim considerados os efeitos do Brexit na análise. Além deste enquadramento, são também considerados os dados disponíveis no Eurostat relativos ao Reino Unido e à Turquia, bem como outros países vizinhos no contexto extracomunitário, sempre que tais dados estejam disponíveis e sejam relevantes no âmbito da proporção que representam.

O programa de indicadores de empreendedorismo Eurostat-OCDE (EIP) foi criado em 2007. Na sua forma atual, o EIP (Entrepreneurship Indicator Programme) é o resultado de uma cooperação entre o Eurostat, a OCDE e os institutos nacionais de estatística. O EIP visa recolher estatísticas comparáveis ao nível internacional para permitir a "medição" do empreendedorismo, ou seja, medir o desempenho empresarial e os seus determinantes e impacto.

Além disso, visa desenvolver uma lista de indicadores, definições e conceitos padrão para facilitar a recolha de estatísticas sobre o empreendedorismo. É importante produzir estatísticas e desenvolver indicadores relevantes para as políticas de empreendedorismo, porque os empreendedores são fontes cruciais de inovação, crescimento económico e criação de emprego nas economias modernas.

O grande desafio do EIP é fornecer informações e melhorar a compreensão do fenómeno multifacetado do empreendedorismo e dos seus diferentes aspetos. Desde o início, o programa EIP afirmou que nenhum indicador único pode capturar diferentes facetas do empreendedorismo, portanto, um conjunto de medidas foi desenvolvido. O desempenho empresarial é medido no EIP em três domínios principais, nomeadamente: de empresas, emprego e riqueza (enquadrado como resultados), sendo cada domínio é composto por 6 indicadores individuais baseados principalmente na recolha de dados de Demografia Empresarial. Neste enquadramento, os 18 indicadores mais importantes são apresentados na Tabela 3.

Tabela 3: Indicadores do Eurostat-OCDE (EIP) para o empreendedorismo

Indicadores organizados por tópicos	
#	**Empresas**
1	Taxas de natalidade da empresa empregadora
2	Taxas de mortalidade da empresa empregadora
3	Rotatividade da empresa empregadora
4	Crescimento líquido da empresa empregadora
5	Taxas de sobrevivência de empresas de 3 e 5 anos
6	Participação de empresas de 3 e 5 anos
#	**Emprego**
7	Altas taxas de crescimento das empresas por emprego
8	Taxas de gazela por emprego
9	Taxas de início de propriedade da empresa
10	Taxas de propriedade de empresas
11	Quota de emprego de empresas de 3 e 5 anos
12	Tamanho médio das empresas de 3 e 5 anos
#	**Riqueza**
13	Altas taxas de crescimento das empresas por volume de negócios
14	Taxas de gazela por volume de negócios
15	Valor agregado por classe de tamanho
16	Contribuição de produtividade por classe de tamanho
17	Desempenho de inovação por classe de tamanho
18	Exportações por classe de tamanho

Nota: listagem atualizada à data do presente estudo.
Fonte: adaptado de Eurostat.

Como resultado principal foi criada a recolha de dados demográficos das empresas empregadoras – está regulamentada por lei no Sistema Estatístico Europeu e constitui a fonte de dados mais importante para os indicadores de desempenho empresarial. Outras fontes importantes são as coletas de dados de empresas de alto crescimento e jovens de alto crescimento (gazelas), que ainda são em sua maioria voluntárias. Dos 18 indicadores, essas duas fontes fornecem 12 indicadores feitos sob medida e prontos para uso (indicadores 1 a 8 e 11 a 14). Fontes adicionais são estatísticas anuais das empresas por coleta de dados por classe de tamanho (indicadores 15 e 16), a pesquisa de inovação comunitária (indicador 17) e comércio internacional de bens por características da empresa (indicador 18). Os indicadores 9 e 10 sobre propriedade de empresas ainda não estão disponíveis.

4.1. Empresas

Os países considerados na Tabela 4 representam mais de 80% do total das empresas têxteis e vestuário existentes no mercado europeu. Neste contexto, o destaque é assumido pela Itália, que representa 21% das empresas, seguida pela

França, com 14% e a Polónia, com 10%. Portugal encontra-se na 7.ª posição, com uma proporção de 6% do total das empresas têxteis e vestuário intracomunitárias. Considerando o contexto geográfico mais alargado, o destaque vai claramente para a Turquia, cujo número de empresas têxteis e vestuário equivale a 39% do total da UE (dados de 2018 e excluindo o Reino Unido).

Tabela 4: Número de empresas têxteis e vestuário no espaço pan-europeu | 2012 a 2018

#	Localização	2012	2014	2016	2017	2018	P% UE27 2018	P% UE27 (Ac) 2018
:	UE27 (2020)	197 698	199 262	200 000	202 486	204 393	:	:
1	Turquia	83 411	86 213	79 952	80 822	79 975	39%	:
2	Itália	49 356	45 366	43 525	43 103	42 801	21%	21%
3	França	18 948	23 737	24 344	25 786	28 092	14%	35%
4	Polónia	24 824	24 264	23 037	23 704	21 220	10%	45%
5	Espanha	17 226	16 288	16 965	17 219	17 689	9%	54%
6	Chéquia	12 839	13 828	14 981	15 237	15 973	8%	62%
7	Portugal	11 904	11 875	12 227	12 330	12 296	6%	68%
8	Reino Unido	8 530	8 660	9 300	9 385	9 515	5%	:
9	Roménia	7 649	8 320	8 994	9 325	9 494	5%	72%
10	Sérvia	:	:	:	7 552	7 966	4%	:
11	Alemanha	8 839	8 672	8 468	8 280	7 850	4%	76%
12	Grécia	:	:	5 709	5 782	6 485	3%	79%
13	Eslováquia	4 387	4 914	4 860	5 186	5 476	3%	82%
14	Países Baixos	4 067	4 377	4 621	4 698	4 955	2%	84%

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.
Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

No conjunto da região pan-europeia, a Turquia destaca-se consideravelmente, quer em termos de nascimentos de empresas têxteis e vestuário (ver Tabela 5), quer em termos de mortes (ver Tabela 6). Na posição seguinte, nos dois indicadores, encontra-se a Itália, sendo que a França se destaca de forma positiva, particularmente em termos do nascimento de empresas. A Tabela 7 complementa esta análise apresentando o saldo entre os nascimentos e as mortes de empresas.

Tabela 5: Nascimentos de empresas têxteis e vestuário no espaço pan-europeu | 2012 a 2018

#	Localização	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Média 2012/2018
:	UE27 (2020)	17 556	18 650	20 806	19 486	19 876	19 900	21 132	19 629
1	Turquia	16 085	13 729	12 770	11 020	11 282	12 387	11 531	12 686
2	Itália	3 521	3 283	3 306	3 539	3 433	3 182	3 068	3 333
3	França	2 287	2 313	3 216	2 550	2 700	2 967	3 688	2 817
4	Polónia	2 253	2 606	2 881	2 732	2 497	2 639	2 580	2 598
5	Chéquia	1 572	1 489	1 720	1 668	1 890	1 961	2 187	1 784
6	Espanha	1 168	1 422	1 727	1 720	2 016	1 759	2 107	1 703
7	Portugal	1 304	1 690	1 569	1 565	1 404	1 273	1 237	1 435
8	Reino Unido	795	1 015	940	1 190	1 060	1 130	1 220	1 050
9	Sérvia	:	:	:	:	:	1 114	967	1 041
10	Roménia	800	1 134	850	1 090	957	1 111	1 138	1 011
11	Lituânia	630	773	806	543	775	775	833	734
12	Eslováquia	476	428	1 178	495	477	659	700	630
13	Alemanha	638	593	595	555	564	506	528	568
14	Bulgária	570	589	596	542	571	576	492	562

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.

Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

Tabela 6: Mortes de empresas têxteis e vestuário no espaço pan-europeu | 2012 a 2018

#	Localização	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Média 2012/2018
:	UE27 (2020)	19 537	18 100	17 900	16 400	16 300	17 000	17 600	17 548
1	Turquia	12 405	12 555	12 279	12 174	11 706	12 146	:	12 211
2	Itália	4 583	4 412	3 995	3 875	3 426	2 914	3 045	3 750
3	Polónia	3 013	2 907	2 711	2 360	2 113	2 589	2 825	2 645
4	Espanha	2 019	1 764	1 513	1 579	1 788	1 570	1 654	1 698
5	Portugal	1 670	1 347	1 344	1 247	1 176	1 177	1 303	1 323
6	Chéquia	1 308	1 223	1 234	1 128	1 347	1 368	1 599	1 315
7	França	1 068	958	1 502	1 313	1 123	1 125	1 215	1 186
8	Reino Unido	930	885	845	940	1 035	1 065	975	954
9	Roménia	942	500	802	579	735	795	1 033	769
10	Alemanha	769	682	745	627	673	700	776	710
11	Sérvia	:	:	:	:	81	758	843	561
12	Lituânia	404	411	511	417	528	617	834	532
13	Bulgária	497	538	519	452	516	514	554	513
14	Eslováquia	441	553	509	447	362	402	511	461

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.

Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

Considerando o período em análise, o saldo médio entre o nascimento e a morte de empresas têxteis e vestuário é positivo ao nível da UE27 (considerando os atuais 27 Estados-membros), sendo particularmente positivo no caso da França, com um saldo acima das 1.600 empresas. Outros países de destaque pela positiva são a Turquia e os países localizados no Leste da Europa. Pela negativa destacam-se a Itália, a Alemanha e a Grécia, que apresentam um saldo médio negativo ao longo do período entre 2012 e 2018.

Tabela 7: Diferença entre mortes e nascimentos de empresas têxteis e de vestuário | 2012 a 2018

#	Localização	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Média 2012/2018
:	UE27 (2020)	-1 981	550	2 906	3 086	3 576	2 900	3 532	2 081
1	França	1 219	1 355	1 714	1 237	1 577	1 842	2 473	1 631
2	Turquia	3 680	1 174	491	-1 154	-424	241	:	668
3	Chéquia	264	266	486	540	543	593	588	469
4	Roménia	-142	634	48	511	222	316	105	242
5	Sérvia	:	:	:	:	:	356	124	240
6	Lituânia	226	362	295	126	247	158	-1	202
7	Eslováquia	35	-125	669	48	115	257	189	170
8	Portugal	-366	343	225	318	228	96	-66	111
9	Reino Unido	-135	130	95	250	25	65	245	96
10	Países Baixos	-2	-5	84	128	53	173	180	87
11	Letónia	54	12	49	164	57	72	32	63
12	Bulgária	73	51	77	90	55	62	-62	49
13	Noruega	59	49	29	43	33	22	14	36
14	Estónia	56	11	38	43	7	-2	-11	20
15	Hungria	-213	-74	41	112	55	80	141	20
16	Áustria	25	33	4	5	35	26	9	20
17	Espanha	-851	-342	214	141	228	189	453	5
18	Suíça	:	11	21	21	-55	-53	:	-11
19	Macedónia Norte	-92	-70	-29	0	16	-1	26	-21
20	Finlândia	173	-162	-107	-102	-65	-9	-6	-40
21	Croácia	-136	-37	-73	1	-18	-22	-4	-41
22	Polónia	-760	-301	170	372	384	50	-245	-47
23	Suécia	-162	-46	40	-1	-27	-81	-62	-48
24	Grécia	:	:	:	-194	-98	51	45	-49
25	Alemanha	-131	-89	-150	-72	-109	-194	-248	-142
26	Itália	-1 062	-1 129	-689	-336	7	268	23	-417

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.

Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

4.2. Emprego

No que se refere ao acréscimo de pessoas ao serviço na população de nascimentos de empresas, conforme apresentado na Tabela 8, o destaque no contexto europeu é assumido pela Itália, com uma média acima dos 7 mil postos de trabalho criados entre 2012 e 2018, seguida pela Roménia, Polónia e França. Portugal surge na 6.ª posição, com uma média anual de 3.560 pessoas ao serviço nos nascimentos de empresas. Num contexto mais alargado, o destaque vai para a Turquia que, em média, gerou mais de 50 mil postos de trabalho por ano com os nascimentos de novas empresas, ao longo do período de 2012 a 2018.

Tabela 8: Pessoas ao serviço na população de nascimentos de empresas | 2012 a 2018

#	Localização	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Média 2012/2018
:	UE27 (2020)	38 600	39 700	43 900	39 495	37 815	37 100	35 586	38 885
1	Turquia	58 006	56 589	53 738	47 182	50 185	43 178	44 862	50 534
2	Itália	7 366	6 640	7 111	7 947	7 927	7 107	6 956	7 293
3	Roménia	6 525	6 343	7 041	4 672	4 907	5 655	5 363	5 787
4	Polónia	4 220	4 810	5 188	5 626	4 858	4 685	4 087	4 782
5	França	3 525	3 125	4 216	3 533	3 491	3 754	4 283	3 704
6	Portugal	3 089	4 503	3 877	3 657	3 509	3 266	3 018	3 560
7	Reino Unido	2 387	2 835	2 700	3 624	3 622	3 789	3 650	3 230
8	Espanha	2 185	2 984	3 439	2 916	3 405	2 832	3 145	2 987
9	Bulgária	3 781	3 479	3 912	3 373	2 385	2 645	1 711	3 041
10	Chéquia	1 874	1 755	2 123	1 424	2 104	1 678	1 735	1 813
11	Alemanha	822	814	995	832	840	739	672	816
12	Eslováquia	656	622	1 379	749	557	783	865	802
13	Hungria	513	584	632	1 361	738	783	799	773
14	Lituânia	733	1 212	1 025	616	433	561	462	720

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.

Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

Em termos da proporção de emprego gerado pelo nascimento de novas empresas, conforme apresentado na Tabela 9, dentro do contexto europeu o destaque é assumido pela França (com o emprego gerado pelo nascimento de empresas a representar 4,0% em média por ano do total do emprego existente) e a Suécia (3,4%), sendo, contudo, a listagem geral encabeçada pela Turquia, com 5,1% de representatividade dos nascimentos no total de emprego dos setores têxtil e vestuário. De destacar também o caso do Reino Unido, com uma proporção de 3,8%.

Entre 2012 e 2018 a geração de novo emprego em Portugal, nos setores têxtil e vestuário, representou uma proporção de 2,7% do total existente, ocupando assim a 11.ª posição na listagem.

Tabela 9: Proporção de emprego nas novas empresas | 2012 a 2018

#	País	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Média 2012/2018
1	Turquia	6,32	5,8	5,26	4,71	5,12	4,34	4,34	5,1
2	França	3,51	3,43	4,49	3,83	3,83	4,27	4,94	4,0
3	Reino Unido	2,79	3,38	3,17	4,23	4,15	4,44	4,2	3,8
4	Suécia	3,38	3,82	3,98	3,62	3,28	2,89	2,72	3,4
5	Eslováquia	2,65	2,6	5,72	3,09	2,28	3,2	3,54	3,3
6	Chéquia	3,34	3,22	3,95	2,74	3,75	3,22	3,37	3,4
7	Espanha	2,41	3,46	4,02	3,45	3,78	3,11	3,39	3,4
8	Roménia	3,38	3,33	3,67	2,47	2,64	3,21	3,26	3,1
9	Letónia	2,92	3,33	3,21	3,99	3,49	3,14	2,65	3,2
10	Polónia	2,48	2,94	3,14	3,4	2,95	2,83	2,57	2,9
11	Portugal	2,48	3,63	3,02	2,78	2,59	2,38	2,17	2,7
12	Bulgária	3,2	2,97	3,38	2,97	2,18	2,52	1,72	2,7
13	Lituânia	2,3	3,78	3,29	2,02	1,44	1,95	1,65	2,3
14	Itália	2,06	1,99	2,19	2,47	2,49	2,23	2,18	2,2

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais. Nota (2): quota de emprego dos nascimentos de empresas calculada pela divisão entre o número de pessoas empregadas pelos nascimentos de empresas e o número de pessoas ao serviço no total das empresas ativas nos setores têxtil e vestuário, no período de referência.
Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

No que se refere ao número de empresas com elevado crescimento (10% ou mais) medido pelo número de pessoas ao serviço, conforme a Tabela 10, Portugal encontra-se entre as primeiras posições, quer ao nível do setor têxtil (4.º lugar), quer do setor de vestuário (3.º lugar). De salientar, nas primeiras posições, a Turquia e a Itália, sendo que, no caso turco, encontra-se posicionado a uma distância significativa.

Tabela 10: Empresas com elevado crescimento medido pelo emprego (crescimento de 10% ou mais) | 2018

CAE 13: Têxtil				
#	Local	2017	2018	Média 2012/2018
:	UE27 (2020)	830	813	730
1	Turquia	562	607	759
2	Itália	147	160	116
3	Reino Unido	90	95	90
4	Portugal	128	122	90
5	Espanha	110	120	87
6	Polónia	110	109	87
7	Alemanha	95	82	86
8	França	52	60	42
9	Chéquia	26	21	24
10	Grécia	13	12	13
11	Bulgária	22	16	19
12	Hungria	19	12	17
13	Países Baixos	17	20	15
14	Bélgica	13	4	12

CAE 14: Vestuário				
#	Local	2017	2018	Média 2012/2018
:	UE27 (2020)	1097	1033	1 012
1	Turquia	776	833	939
2	Itália	281	272	231
3	Portugal	198	191	171
4	Polónia	177	153	141
5	Bulgária	81	74	109
6	Espanha	:	:	74
7	Reino Unido	55	50	66
8	Grécia	39	53	46
9	França	42	41	40
10	Chéquia	39	27	31
11	Alemanha	:	:	27
12	Hungria	32	22	27
13	Roménia	13	10	22
14	Eslováquia	20	24	20

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.
Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

Considerando a dimensão média, em número de pessoas ao serviço, das empresas com elevado crescimento, conforme apresentado na Tabela 11, verifica-se uma presença mais acentuada dos países do Leste europeu nas listagens, quer ao nível do setor têxtil, quer do setor de vestuário. De referir que, nos dois setores, a Turquia mantém uma posição bastante representativa.

Portugal ocupa uma posição intermédia na tabela, quer no que se refere ao setor têxtil, quer no setor de vestuário, posicionando-se em 16.º lugar, com uma dimensão média nas empresas de elevado crescimento maior nos têxteis (59 pessoas) no que no vestuário (47 pessoas). De referir, contudo, conforme dados disponíveis na Tabela 11, o número de empresas que apresentam este nível de crescimento é maior no setor de vestuário (média de 171 empresas entre 2012 e 2018) do que no setor têxtil (média de 90 empresas).

Tabela 11: Dimensão média (pessoas ao serviço) das empresas com elevado crescimento | 2018

CAE 13: Têxtil				
#	TIME	2017	2018	Média 2012-2018
:	UE27 (2020)	62	60,36	62
1	Roménia	98,67	183,44	168
2	Eslovénia	94,25	142	155
3	Finlândia	75,4	129,5	129
4	Turquia	118,37	125,52	123
5	Bulgária	89,77	75,94	110
6	Eslováquia	78,42	114,18	103
7	Lituânia	52,22	:	102
8	Polónia	91,2	85,66	95
9	Hungria	90,42	100,58	86
10	Chéquia	78,85	82,43	78
(…)				
16	Portugal	59,69	62,37	59

CAE 14: Vestuário				
#	TIME	2017	2018	Média 2012-2018
:	UE27 (2020)	47,57	48,97	51
1	Roménia	97,92	110,4	113
2	Turquia	109,52	117,98	104
3	Eslovénia	94,67	68,6	86
4	Bulgária	64,28	63,54	85
5	Suécia	91,67	211	82
6	Croácia	49,47	38,4	75
7	Alemanha	:	:	75
8	Estónia	34,5	90,75	71
9	Lituânia	:	:	65
10	França	53,86	38,17	63
(…)				
16	Portugal	49,14	48,42	47

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.

Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

4.3. Resultados

Um dos elementos de avaliação do desempenho das empresas prende-se com o crescimento das receitas geradas em termos de volume de negócios. Os dados apresentados na Tabela 12 consideram o número de empresas por ano com elevado crescimento (crescimento de 10% ou mais).

Neste enquadramento, em termos do número total de empresas, a Turquia e a Itália assumem as duas principais posições, seguidas de imediato por Portugal na 3.ª posição. Na sequência desta secção são considerados ainda os dados para as empresas com um crescimento ainda mais elevado, as quais são enquadradas e referenciadas pelo Eurostat como "gazelas".

Tabela 12: Empresas com elevado crescimento medido pelas receitas | 2018

CAE 13: Têxteis			
#	Local	2018	Média 2012-2018
1	Turquia	1 049	1 105
2	Itália	291	307
3	Portugal	157*	156
4	Chéquia	44	53
5	Hungria	30	37
6	Lituânia	28	35
7	Romania	31	29
8	Estónia	:	25
9	Eslováquia	16	16
10	Letónia	2	14

CAE 14: Vestuário			
#	Local	2018	Média 2012-2018
1	Turquia	1 605	1 508
2	Itália	487	460
3	Portugal	331*	347
4	Romania	78	90
5	Chéquia	53	68
6	Lituânia	56	63
7	Hungria	74	60
8	Letónia	39	54
9	Eslováquia	29	32
10	Estónia	:	29

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais. Nota (2): tabela apenas inclui os dez principais países para os quais existiam dados disponíveis ao longo do período em análise, excluem-se da listagem: Noruega e Islândia. Nota (3): dados de Portugal (*) são relativos a 2017. Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

De acordo com a definição do Eurostat, enquadram-se na designação de "gazelas" as empresas de elevado crescimento com até cinco anos de existência com crescimento anual (de número de trabalhadores ou de volume de negócios) superior a 20% ao ano, ao longo de um período de três anos. A Tabela 13 abrange precisamente estas empresas, considerando o crescimento realizado em termos do número de emprego das empresas. Dentro deste enquadramento, o destaque vai para a Turquia, quer no setor têxtil, quer no setor de vestuário. Por seu lado, Portugal encontra-se bem posicionado na tabela, em particular no que se refere ao setor de vestuário.

Tabela 13: Empresas jovens com elevado crescimento (gazelas) em número de emprego | 2012 a 2018

CAE 13: Têxteis									
#	**Local**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**Média 2012/2018**
1	Turquia	:	:	:	:	107	84	102	97,7
2	Espanha	:	:	:	:	:	:	11	11,0
3	Polónia	:	:	:	:	9	14	10	11,0
4	Portugal	5	5	4	8	13	11	:	7,7
5	Itália	:	5	5	9	6	8	12	7,5
6	França	:	:	3	2	1	1	6	2,6
7	Chéquia	:	2	1	1	2	3	3	2,0
8	Estónia	:	1	2	2	:	:	1	1,5
9	Letónia	:	0	3	3	1	0	2	1,5
10	Lituânia	:	:	:	3	0	0	3	1,5
11	Hungria	:	0	1	0	4	1	1	1,2
12	Eslováquia	:	1	1	1	0	1	3	1,2
CAE 14: Vestuário									
#	**Local**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**Média 2012/2018**
1	Turquia	:	:	:	:	187	219	180	195,3
2	Portugal	23	30	32	38	31	35	:	31,5
3	Itália	:	18	29	19	30	33	25	25,7
4	Polónia	:	:	:	:	11	13	10	11,3
5	Espanha	:	7	:	11	6	:	8	8,0
6	Roménia	:	4	2	2	4	6	4	3,7
7	França	:	4	3	3	2	2	4	3,0
8	Estónia	:	3	3	4	:	:	0	2,5
9	Hungria	:	3	3	2	3	2	1	2,3
10	Eslováquia	:	3	1	2	0	3	5	2,3
11	Chéquia	:	3	1	0	3	3	2	2,0
12	Lituânia	:	:	3	2	0	2	0	1,4

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.

Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

Apesar da ausência de dados relativos ao ano 2018, Portugal apresenta-se também bem posicionado no que se refere ao número de empresas jovens com elevado crescimento medido em volume de negócios (gazelas), posicionando-se em 2.º lugar, conforme evidenciado na Tabela 14. Este posicionamento favorável ocorre quer ao nível das empresas têxteis, quer das empresas de vestuário. Como nota adicional, de referir que, efetivamente, os dados disponíveis no Eurostat refletem a escassez de casos de empresas que podem ser enquadráveis neste estatuto.

Tabela 14: Empresas jovens (gazelas) com elevado crescimento em volume de negócios | 2012 a 2018

CAE 13: Têxteis									
#	**Local**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**Média 2012/2018**
1	Turquia	:	:	:	:	150	112	124	128,7
2	Portugal	9	8	8	12	12	13	:	10,3
3	Itália	:	11	7	9	10	7	9	8,8
4	Chéquia	:	4	5	3	2	4	2	3,3
5	Roménia	:	1	2	3	3	3	5	2,8
6	Hungria	:	1	1	5	6	2	1	2,7
7	Lituânia	:	:	3	4	2	0	2	2,2
8	Estónia	:	2	2	2	:	:	:	2,0
9	Letónia	:	0	2	5	2	0	0	1,5
10	Eslováquia	:	0	1	3	0	1	3	1,3
11	Islândia	:	:	:	0	0	0	0	0,0
12	Noruega	:	0	0	0	0	0	0	0,0
CAE 14: Vestuário									
#	**Local**	**2012**	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**Média 2012/2018**
1	Turquia	:	:	:	:	310	335	276	307,0
2	Portugal	36	43	52	43	40	39	:	42,2
3	Itália	:	28	26	32	36	33	35	31,7
4	Roménia	:	5	5	5	15	22	17	11,5
5	Lituânia	:	:	6	5	3	6	7	5,4
6	Hungria	:	4	1	6	7	8	4	5,0
7	Letónia	:	0	12	6	2	1	2	3,8
8	Eslováquia	:	2	5	7	0	3	6	3,8
9	Chéquia	:	4	6	1	3	0	3	2,8
10	Estónia	:	2	1	2	:	:	:	1,7
11	Islândia	:	:	:	0	0	0	0	0,0
12	Noruega	:	0	0	0	0	0	0	0,0

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.

Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

Considerando as diversas localizações para as quais existem dados disponíveis, a Tabela 15 apresenta a taxa de sobrevivência das empresas considerando até um período de 5 anos após o nascimento da empresa. Com base nos dados disponíveis destacam-se neste enquadramento: Grécia, Bélgica, Suécia, Países Baixos e Áustria. Todos estes países apresentam taxas de sobrevivência generalizadamente acima da média para a maioria das localizações consideradas. Portugal apresenta taxas de sobrevivência que ficam abaixo da média geral, ficando mesmo posicionado entre os países com média geral mais baixa para a taxa de sobrevivência das empresas.

Tabela 15: Sobrevivência das empresas têxteis e vestuário | 2012 a 2018

Localização	Média (2012-2018)				
	t-1	t-2	t-3	t-4	t-5
UE27 (2020)	83,5	68,7	57,1	48,8	42,9
Bélgica	89,8	80,5	75,0	71,2	67,8
Bulgária	86,8	73,9	63,5	54,3	46,6
Chéquia	85,4	71,9	61,4	53,5	46,8
Dinamarca	69,9	55,8	44,4	38,5	34,9
Alemanha	76,2	61,5	51,8	45,0	38,7
Estónia	81,3	71,5	60,4	53,3	43,3
Irlanda	89,1	77,3	75,5	62,3	44,4
Grécia	96,2	89,1	82,5	:	70,1
Espanha	75,6	60,4	50,7	43,6	37,5
França	81,4	64,8	52,3	45,5	41,8
Croácia	85,3	73,7	65,5	57,8	45,5
Itália	87,8	75,5	61,9	50,3	41,8
Chipre	100,0	73,4	73,2	50,3	35,5
Letónia	75,3	61,7	52,9	44,3	37,3
Lituânia	68,8	52,1	42,4	33,7	27,2
Luxemburgo	69,4	54,8	60,7	67,9	64,3
Hungria	80,7	64,3	54,1	46,0	40,1
Países Baixos	95,5	82,1	72,3	63,2	57,1
Áustria	88,8	79,6	73,7	66,2	59,8
Polónia	84,9	64,9	48,1	40,8	35,5
Portugal	78,9	62,9	51,8	42,9	35,6
Roménia	84,7	77,7	72,8	62,0	52,6
Eslovénia	89,4	77,2	65,5	55,0	45,2
Eslováquia	85,6	71,0	56,2	45,9	37,1
Finlândia	86,3	65,6	51,9	42,7	34,2
Suécia	96,2	85,7	75,4	65,6	57,4
Islândia	81,8	65,9	48,0	50,3	47,1
Noruega	80,2	68,7	57,9	49,2	44,0
Suíça	81,4	66,2	55,7	48,0	40,9
Reino Unido	90,9	69,6	53,0	44,1	37,4
Macedónia do Norte	77,3	62,0	52,6	41,1	:
Sérvia	:	:	:	:	:
Turquia	78,8	58,6	46,4	38,2	32,0

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais. Nota (2): não foram considerados os dados relativos a Malta.

Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

Na Tabela 16 é apresentada a listagem de localizações em destaque com a proporção de empresas na população total, em função da idade da empresa. Como seria de prever, como resultado de encerramentos de empresas, à medida que o período de tempo considerado aumenta, a proporção de empresas na população vai diminuindo. No entanto, alguns países destacam-se pela capacidade de gerar e preservar as novas iniciativas empresariais no contexto dos setores de atividade em destaque. Entre estes casos, salientam-se: Turquia, Letónia, Lituânia, Eslováquia, Bulgária e Chéquia. No caso de Portugal, os dados são positivos em termos da representatividade das novas empresas na população da indústria.

Tabela 16: Proporção de empresas por idade na população das empresas têxteis e vestuário | 2012 a 2018

Localização	Média (2012-2018)				
	1 ano	2 anos	3 anos	4 anos	5 anos
Bélgica	3,1	2,7	2,6	2,4	2,2
Bulgária	9,6	7,8	6,8	6,0	5,5
Chéquia	10,2	8,5	7,1	5,3	4,2
Dinamarca	7,2	5,7	4,3	4,1	4,0
Alemanha	5,3	4,4	3,8	3,5	3,1
Estónia	7,8	6,6	5,4	6,3	4,0
Irlanda	6,3	5,3	4,8	3,8	3,5
Grécia	4,1	4,0	3,7	3,3	2,6
Espanha	7,1	5,3	4,1	3,3	2,8
França	9,0	7,0	5,7	4,5	3,6
Croácia	5,1	4,9	4,5	4,0	3,7
Itália	6,6	5,8	4,7	3,9	3,4
Chipre	3,7	2,3	2,4	0,9	0,7
Letónia	12,7	9,8	7,9	5,8	4,3
Lituânia	13,3	9,5	7,0	5,4	4,0
Luxemburgo	3,6	3,2	3,6	4,3	5,2
Hungria	7,4	5,6	4,5	3,5	2,9
Malta	6,3	7,0	4,5	4,5	3,6
Países Baixos	7,8	6,5	5,7	4,9	4,6
Áustria	5,9	5,3	4,8	4,4	4,0
Polónia	9,3	7,2	5,4	4,5	3,9
Portugal	9,4	7,4	6,1	5,0	4,2
Roménia	9,3	7,4	6,0	4,8	3,9
Eslovénia	5,9	5,0	4,1	3,6	2,9
Eslováquia	10,7	8,6	7,2	6,2	4,3
Finlândia	5,8	4,5	3,8	3,4	2,9
Suécia	6,8	6,4	5,7	5,1	4,4
Islândia	7,8	7,0	5,7	6,1	5,9
Noruega	7,5	6,3	5,1	4,5	4,2
Suíça	6,2	5,6	4,9	4,4	3,2
Reino Unido	10,0	7,2	5,1	4,1	3,4
Macedónia do Norte	8,4	7,1	5,6	5,2	4,8
Sérvia	:	:	:	:	:
Turquia	12,3	9,2	7,5	6,6	5,6

Nota (1): dados incluem sociedades e empresas individuais.

Fonte: análise desenvolvida com base nos dados do Eurostat.

5

5. Considerações finais

A promoção do empreendedorismo pode ter um impacto positivo na economia e na sociedade, de várias formas. Para começar, os empreendedores criam novos negócios, inventam bens e serviços, geram emprego e muitas vezes criam um efeito multiplicador, resultando cada vez mais em novos desenvolvimentos. Os empreendedores contribuem para o rendimento nacional bruto. As empresas existentes podem permanecer confinadas aos seus mercados e eventualmente atingir um limite máximo de rendimentos, mas novos produtos ou tecnologias criam novos mercados e novas riquezas. Por outro lado, o aumento do emprego e o aumento dos rendimentos, contribuem para a base fiscal de uma nação, permitindo a disponibilidade de recursos para investimentos públicos.

Os empreendedores criam mudanças sociais, quebram a tradição com invenções únicas que reduzem a dependência dos métodos e sistemas existentes, tornando-os por vezes obsoletos. Além disso, frequentemente investem em projetos comunitários e ajudam instituições de caridade e outras organizações sem fins lucrativos, apoiando causas para além das suas próprias.

Conforme foi evidenciado ao longo da análise desenvolvida, dentro do contexto europeu, o destaque, em diversos indicadores associados com a dinâmica empreendedora nos setores têxtil e vestuário, centra-se nos casos da Itália e da França, sendo de salientar o bom desempenho conseguido pelas empresas francesas em diversos indicadores.

Considerando a questão do nascimento de empresas e tendo em consideração o conjunto das regiões pan-europeias, o destaque em termos de número médio anual é assumido pela Turquia, seguida pela Itália, França, Polónia e Chéquia. No entanto, quando se considera o saldo anual médio, entre nascimentos e mortes, o destaque vai para a França, seguida por: Turquia, Chéquia, Roménia e Sérvia. Ainda em relação aos nascimentos de empresas e considerando o número de pessoas ao serviço, em termos de proporção no total de pessoas nos setores, o destaque é assumido pela Turquia e a França, seguidas por: Reino Unido, Suécia e Eslováquia.

No caso específico das empresas com elevado crescimento medido pelo emprego, Portugal encontra-se entre as posições cimeiras no contexto pan-europeu, quer no setor têxtil (4.º lugar), quer no setor de vestuário (3.º lugar). Um desempenho positivo que sai reforçado quando consideramos as empresas com crescimento resultante das receitas (de ressalvar que os dados dos nascimentos não estão atualizados a 2018).

De referir, contudo, que, apesar da representatividade relativamente mais elevada dos setores nacionais em termos da proporção do número de empresas jovens no total da população, a taxa média de sobrevivência (medida ao longo do período de análise) ocupa uma posição no limite inferior dos países no contexto pan-europeu. De destacar, contudo, que esta posição é partilhada com outros países de referência nos setores têxtil e vestuário, como a Alemanha, a Espanha e a Turquia.

A informação contida nesta publicação foi obtida de fontes consideradas fiáveis, mas a sua precisão não pode ser totalmente garantida. Não nos responsabilizamos por qualquer perda, direta ou potencial, resultante da utilização desta publicação ou dos seus conteúdos. A reprodução de parte ou da totalidade desta publicação é permitida, sujeita a indicação da fonte.

CENIT – Centro de Inteligência Têxtil
E-mail: estudos@portugaltextil.com
Web: www.portugaltextil.com