Estudo de Avaliação da Competitividade

Inovação 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
Inovação na Indústria Têxtil, Vestuário e Moda

PROPRIEDADE
CENIT – Centro de Inteligência Têxtil

DATA DE EDIÇÃO
Outubro de 2020

Índice

09 1. Contexto e conteúdos

13 2. Enquadramento preliminar

- **13** 2.1. Introdução aos conceitos
- **16** 2.2. Classificação da inovação por tipo de resultados
- **16** 2.3. Classificação da inovação por tipo de estratégia

23 3. Indústria têxtil e vestuário em Portugal

- **23** 3.1. Caraterização global e relevância
- **27** 3.2. Caraterização por dimensão empresarial
- **28** 3.3. Dinâmica da atividade dos setores
- **33** 3.4. Comércio internacional

39 4. Inovação na indústria têxtil e do vestuário

- **39** 4.1. Posicionamento do têxtil e vestuário nacional na UE
- **44** 4.2. Recursos humanos no têxtil e vestuário
- **45** 4.3. Inovação das empresas têxteis e vestuário portuguesas

59 5. Considerações finais

Índice de tabelas

15 Tabela 1: Riscos e motivações para a inovação

18 Tabela 2: Distinção entre os conceitos de inovação fechada e inovação aberta

27 Tabela 3: Desempenho económico-financeiro das empresas têxteis e vestuário em Portugal | 2019

28 Tabela 4: Caracterização dos setores têxtil e vestuário por dimensão empresarial | 2019

46 Tabela 5: Proporção de empresas por perfil de inovação na população | 2018

49 Tabela 6: Inovação de produto no setor têxtil | 2018

49 Tabela 7: Inovação de produto no setor de vestuário | 2018

50 Tabela 8: Inovação de processo no setor têxtil | 2018

51 Tabela 9: Inovação de processo no setor de vestuário | 2018

52 Tabela 10: Despesas com inovação de produto e/ou processo nos têxteis | 2018

52 Tabela 11: Despesas com inovação de produto e/ou processo no vestuário | 2018

Índice de figuras

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

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

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

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

30 Figura 5: Dinâmica das principais variáveis económicas | 2012-2019

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

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

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

39 Figura 9: Características competitivas dos setores têxtil e vestuário na União Europeia | 2018

41 Figura 10: Principais indicadores da indústria têxtil e vestuário na União Europeia | 2018

42 Figura 11: Regiões europeias mais relevantes para a indústria têxtil e vestuário | 2018

43 Figura 12. Posicionamento competitivo dos setores têxtil e vestuário portugueses no contexto europeu | 2018

44 Figura 13: Evolução da indústria têxtil e vestuário na União Europeia | 2015-2018

45 Figura 14: Empresas por percentagem de pessoas ao serviço com curso superior | 2018

47 Figura 15. Indicadores da atividade inovadora das empresas dos setores têxtil e vestuário em Portugal | 2018

48 Figura 16: Principais indicadores da atividade inovadora das empresas do setor têxtil | 2018

48 Figura 17: Principais indicadores da atividade inovadora das empresas do setor de vestuário | 2018

53 Figura 18. Obstáculos à inovação enfrentados pelas empresas dos setores têxtil e vestuário em Portugal | 2018

54 Figura 19. Posicionamento da despesa em I&D dos setores têxtil e vestuário no contexto industrial português | 2019

1. Contexto e conteúdos

Na perspetiva das empresas, a explicação sobre "o que é inovação" está associada ao sucesso da ideia. Ou seja, não adianta descobrir ou criar algo novo, se não for possível avaliar os resultados da sua implementação, independentemente de os efeitos serem evidenciados ao nível do produto, do processo, do marketing ou na organização da própria empresa. É pela avaliação dos efeitos da inovação que a empresa focaliza o sucesso dessa inovação. Ou seja, não adianta ter a melhor ideia do mundo, se esta não for implementada, isto é inerente ao conceito de inovação. Neste sentido, a inovação: está ligada à melhoria de um serviço, produto ou processo existente, e está ligada também à criação e implementação de algo completamente novo para a empresa ou para o mercado.

No âmbito do presente Estudo de Competitividade, são analisados de forma comparativa, diversos indicadores da inovação, nomeadamente: proporção de empresas inovadoras, atividades inovadoras implementadas, tipo de inovação de produto, tipo de inovação de processo, despesas de inovação e obstáculos associados. Esta análise encontra-se enquadrada nos dois setores em destaque: o têxtil (CAE 13) e o vestuário (CAE 14), sendo também aprofundada ao nível dos subsetores associados.

Os dados utilizados foram retirados do Eurostat com base nas respostas obtidas no âmbito do Community Innovation Survey (CIS) de 2018. Por conseguinte, a análise apresenta uma panorâmica comparativa entre as diversas economias europeias, sendo estabelecida a comparação entre o posicionamento dos setores têxtil e vestuário portugueses, com os seus congéneres europeus. De referir que o CIS (em português: Inquérito Comunitário à Inovação) é um inquérito por amostra realizado pelo Eurostat com uma periodicidade bienal. Este inquérito mede e caracteriza as atividades de inovação nas empresas e realiza-se sob a orientação do Eurostat com base nos princípios definidos no Manual de Oslo.

Com base neste enquadramento, o presente Estudo de Avaliação da Competitividade aborda a panorâmica geral da inovação nos sectores têxtil e vestuário no âmbito do espaço da UE, considerando, mediante a disponibilidade de dados, o espaço mais alargado pan-europeu. Após a presente secção introdutória, o estudo apresentado neste documento avança na Secção 2 com o respetivo enquadramento preliminar, onde é apresentada uma caraterização geral dos conceitos em destaque. Na Secção 3 é desenvolvido o enquadramento da Indústria Têxtil e Vestuário no contexto nacional, sendo que esta análise é alargada de forma a incluir outros países europeus de referência nestes setores de atividade. A Secção 4 desenvolve a análise comparativa considerando diversos indicadores de referência para a inovação na indústria têxtil e do vestuário. Na última secção, em forma de resumo geral, são apresentadas as considerações finais.

2

2. Enquadramento preliminar

2.1. Introdução aos conceitos

Uma inovação é a implementação de um produto ou processo novo ou significativamente melhorado (bem ou serviço), um novo método de marketing ou um novo método organizacional nas práticas de negócios, organização do local de trabalho ou relações externas. Uma característica comum de uma inovação é que tem de ter sido implementada, ou seja, introduzida no mercado ou posta em prática nas operações da empresa.[1]

Desde logo é relevante separar os conceitos de inovação e invenção, na medida em que, muitas vezes se confundem. Efetivamente, a invenção não passa do primeiro estádio no longo processo de transformar uma boa ideia em algo que possa ser utilizado por todos[2]. Neste sentido, ser um bom inventor não é garantia de sucesso comercial, por muito boa que a ideia original seja.

Podemos, pois, diferenciar quatro tipos distintos de inovação, em função do objeto da mesma, nomeadamente: produto, processo, marketing ou organizacional. De ressalvar que este objeto de inovação não é estanque, podendo ser conjugada a inovação de diversos tipos. Os parágrafos seguintes desenvolvem sobre cada um dos tipos de inovação.

Inovação de produto: uma inovação de produto é a introdução de um bem ou serviço novo ou que foi significativamente melhorado no que diz respeito às suas características ou usos a que se destina. Neste âmbito estão incluídas melhorias significativas nas especificações técnicas, componentes e materiais, software incorporado, facilidade de utilização ou outras características funcionais. Exemplos: primeiro MP3 portátil; sistema de travagem ABS; sistema de navegação GPS.

Inovação de processo: uma inovação de processo é a implementação de um método de produção ou entrega novo ou significativamente melhorado. Neste âmbito estão incluídas mudanças significativas na técnica, tecnologia, equipamento e/ou software. A inovação de processo não gera necessariamente impacto no produto final, mas produz benefícios no processo de produção, geralmente com aumentos de produtividade e redução de custos. Exemplos: implementação de um novo equipamento automático numa linha de produção; utilização do código de barras nos hipermercados com o impacto na redução do tempo de processamento da conta; introdução de um novo sistema de controlo de bens com a utilização de RFID.

Inovação de marketing: uma inovação de marketing consiste na implementação de um novo método de marketing que envolva alterações significativas no desenho ou embalagem do produto, posicionamento do produto, promoção do produto ou preço. Tem como objetivo melhorar a forma como o produto vai ao encontro das necessidades do cliente, abrir novos mercados, ou posicionar um produto no mercado com o objetivo de aumentar as vendas da empresa. A inovação de marketing pode ser implementada tanto para produtos novos como para produtos já existentes. Exemplos: utilização pela primeira vez de um meio de comunicação ou técnica significativamente diferente; caso da Red Bull, que explora múltiplas plataformas de divulgação.

1 Oslo Manual (2005). Guidelines for collecting and interpreting innovation data, 3rd Edition.
2 Bessant, John e Tidd, Joe (2007). Innovation and Entrepreneurship, John Wiley & Sons.

Inovação organizacional: uma inovação organizacional é a implementação de um novo método organizacional na prática de negócios da empresa, no local de trabalho, na organização ou nos relacionamentos externos. A inovação organizacional pode ter a intenção de aumentar o desempenho da empresa reduzindo custos, melhorar a satisfação no local de trabalho, conquistar o acesso a bens não comercializáveis (ex.: informação externa) ou reduzir os custos dos materiais. Exemplos: implementação pela primeira vez de práticas para melhorar a retenção dos trabalhadores; introdução pela primeira vez de um sistema de gestão para a produção, reestruturação do negócio ou implementação de um sistema de gestão da qualidade.

Independentemente do tipo de inovação em causa, podem ser identificados diversos riscos e motivações relacionados com a inovação, conforme elencado na Tabela 1. De salientar que os riscos tanto podem estar associados com a opção de inovar como com a opção de não inovar.

Tabela 1: Riscos e motivações para a inovação

Riscos de inovar
• O produto não satisfazer as necessidades do cliente, não sendo por isso aceite pelo mercado ou sendo-o dificilmente; • A inovação implicar elevados investimentos que podem não ser rentabilizados ao longo do ciclo de vida do produto; • A concorrência aproveitar a inovação, desenvolvendo rapidamente uma imitação de uma forma mais eficiente ou que ultrapasse a inovação inicial pela incorporação de alguns elementos distintivos; • Existir escassez de meios financeiros para tornar efetiva a ideia inovadora; • Verificar-se a incapacidade para implantar a inovação; • Assumir um risco demasiado elevado que leve os financiadores do projeto a exigir uma remuneração superior, difícil de satisfazer; • Ser ultrapassado por parceiros quando a inovação é feita em parceria, ou seja, risco de transferência de know-how; • Criar uma concentração excessiva de recursos e atenções no novo produto em detrimento da qualidade e da comercialização dos produtos já existentes.
Riscos de não inovar
• Obsolescência dos produtos/serviços, tornando-os desajustados ao mercado; • Diminuição da rentabilidade, com a: • Redução do valor dos produtos/serviços • Diminuição das receitas • Perda de imagem da empresa e dos produtos; • Perda de competitividade (ex.: custos de produção superiores); • Perda de posição e quota de mercado; • Perda de oportunidades de negócio; • Não acompanhamento dos padrões tecnológicos/equipamentos e tecnologias obsoletas; • Redução do ciclo de vida expectável para o produto.
Motivações para a inovação
• Aumento dos lucros/margens; • Diversificação de produtos; • Diferenciação de produtos; • Satisfação das necessidades dos consumidores, nomeadamente as emergentes; • Fidelização do cliente; • Manutenção ou aumento da quota de mercado; • Manutenção de uma posição estratégica no mercado; • Aproveitamento de novas oportunidades de negócio; • Criação de mercados; • Personalização do serviço; • Reforço da capacidade competitiva no mercado (ex.: redução de custos de produção); • Aproveitamento de economias de escala; • Aproveitamento de sinergias (ex.: gama de produtos, tecnologias, estrutura comercial); • Melhoria da qualidade dos produtos; • Melhoria dos processos de fabrico; • Modernização tecnológica; • Minimização da erosão do negócio; • Reforço da imagem no mercado; • Proteção contra os ciclos económicos.

Fonte: adaptado de Baptista, 1999[3].

3 Baptista, Paulo (1999). A Inovação nos produtos, processos e organizações, Sociedade Portuguesa de Inovação.

2.2. Classificação da inovação por tipo de resultados

Para além de ser possível classificar a inovação por tipo de inovação, esta também pode ser classificada em função do tipo de resultados, podendo assim ser considerada como: incremental, radical ou disruptiva. Os parágrafos seguintes desenvolvem sobre os tipos de inovação associados a cada tipo de resultado.

Inovação incremental: a inovação incremental inclui a modificação, melhoria, simplificação e consolidação dos produtos, processos, serviços e atividades de produção e distribuição existentes. A maioria das inovações enquadra-se nesta categoria. Reflete pequenas melhorias contínuas em produtos ou em linhas de produtos, sem que, no entanto, sejam alteradas as funções básicas do produto. Geralmente, representam pequenos avanços nos benefícios percebidos pelo consumidor e não modificam de forma expressiva a forma como o produto é consumido ou o próprio modelo de negócio. Exemplos: muitas das versões do Walkman da Sony não são o original, mas sim modelos que se seguiram e foram construídos numa plataforma comum; sucessivos desenvolvimentos realizados ao nível das escovas de dentes, no sentido de modelos mais ergonómicos ou de novos materiais.

Inovação radical: a inovação radical envolve a introdução de novos produtos ou serviços que se desenvolvem em novos negócios ou geram novas indústrias, ou que causam uma mudança significativa ao nível da indústria e têm tendência para criar novos valores. Representa uma mudança drástica na forma como o produto ou o serviço é consumido. Geralmente, traz um novo paradigma ao segmento de mercado, que modifica o modelo de negócios vigente. Exemplos: o primeiro Walkman introduzido pela Sony; a evolução do CD de música para os arquivos digitais em MP3.

Inovação disruptiva: a inovação disruptiva ocasiona a rutura de um antigo modelo de negócio e altera as bases de competição existentes. As descobertas são acontecimentos raros, que surgem do conhecimento científico ou da investigação e desenvolvimento, possuindo muitas vezes utilizações e efeitos que superam aquilo que os seus inventores tinham em mente. As descobertas podem lançar novas indústrias ou transformar as já existentes. Este tipo de inovação caracteriza-se por uma rutura completa com os produtos existentes para satisfação de uma dada necessidade, ou mesmo pela criação de uma nova necessidade até aí inexistente ou que se encontrava latente. Exemplo: a fita magnética que é utilizada nas cassetes de música.

2.3. Classificação da inovação por tipo de estratégia

A inovação pode também ser classificada de acordo com o tipo de estratégia adotada, podendo assim ser considerada como aberta ou fechada, de acordo com as fontes de inovação utilizadas, bem como "top-down" ou "bottom-up", de acordo com o percurso seguido na estrutura hierárquica da empresa.

Em termos genéricos, quando uma empresa utiliza inovação aberta significa que utiliza fontes externas para os seus processos de inovação: clientes, fornecedores, universidades, centros tec-

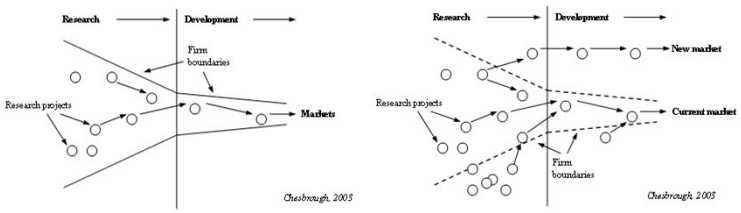
nológicos, entre outros. As empresas que apostam apenas no desenvolvimento interno, realizam a chamada inovação fechada.

Tradicionalmente, os processos de desenvolvimento de novos negócios e o marketing de novos produtos, decorrem no interior das fronteiras da empresa, enquadrados no âmbito do que é considerada a inovação fechada. No entanto, diversos fatores levaram à erosão da inovação fechada, entre os quais salientam-se: maior mobilidade e disponibilidade de recursos humanos com formação mais avançada; maior disponibilidade de capital de investimento; e o papel mais relevante desempenhado pelas outras empresas na rede de fornecimento.

Como resultado do aumento na mobilidade e disponibilidade de pessoas com um nível de formação mais avançado, existe muito conhecimento que não está confinado aos laboratórios de investigação das grandes empresas. Além disso, para além da maior disponibilidade, quando os trabalhadores trocam de empresa, levam o conhecimento consigo, originando a transferência de conhecimento entre empresas. A disponibilidade de capital de investimento aumentou significativamente, tornando possível que ideias e tecnologias sejam subsequentemente desenvolvidas no exterior da empresa, através até de outras empresas individuais. Além disso, as possibilidades de continuar a desenvolver ideias e tecnologias no exterior da empresa, por exemplo na forma de "spin-offs" ou acordos de licenciamento, estão a crescer. Finalmente, outras empresas na rede de fornecimento, por exemplo fornecedores, desempenham um papel cada vez mais importante no processo de inovação.

Tabela 2: Distinção entre os conceitos de inovação fechada e inovação aberta

Inovação fechada	Inovação aberta
As pessoas brilhantes do nosso sector trabalham para nós.	Nem todas as pessoas brilhantes trabalham para nós. Precisamos de trabalhar com pessoas brilhantes dentro e fora da nossa empresa.
Para lucrarmos com a I&D, devemos ser nós a descobri-la, desenvolvê-la e expedi-la.	A I&D externa pode gerar um valor significativo; a I&D interna é necessária para assegurar uma parte desse valor.
Se formos nós a descobrir, seremos os primeiros a colocar no mercado.	Não necessitamos de originar a investigação para lucrarmos com ela.
A primeira empresa que colocar uma inovação no mercado será a vencedora.	Construir um melhor modelo de negócio é preferível do que chegar primeiro ao mercado.
Se gerarmos a maior parte e as melhores ideias no sector, seremos os vencedores.	Se dermos a melhor utilização para as ideias internas e externas, seremos vencedores.
Devemos controlar a nossa propriedade intelectual, de forma que os nossos concorrentes não lucrem com as nossas ideias.	Devemos lucrar com a utilização de terceiros da nossa propriedade intelectual e devemos adquirir a propriedade intelectual de outros, sempre que faça avançar o nosso modelo de negócio.



Fonte: retirado de Chesbrough, 2003[4].

4 Chesbrough, Henry William (2003). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology. Harvard Business Press.

Como resultado, as empresas começaram a olhar para outras formas de aumentar a eficiência e a eficácia dos seus processos de inovação. Por exemplo, através da procura ativa de novas tecnologias e ideias no exterior da empresa, mas também através da cooperação com fornecedores e concorrentes, de forma a gerar valor para o cliente. A inovação aberta pode então ser descrita como: a combinação de ideias internas e externas bem como de vias internas e externas para o mercado, para fomentar o desenvolvimento de novas tecnologias4. Isto significa que dentro da empresa deve ocorrer uma mudança na forma como as pessoas olham para a própria empresa e para o seu ambiente. O envolvimento de outras partes no desenvolvimento de novos produtos e tecnologias pode representar um enorme valor acrescentado. Considere-se, por exemplo, a cooperação com outras empresas no sector, com fornecedores, com universidades e, evidentemente, com os próprios consumidores finais.

De referir também que a inovação pode ser do tipo "top-down" (de cima para baixo) ou "bottom-up" (de baixo para cima). A inovação do tipo "top-down" é iniciada e fomentada pela visão da direção de topo da empresa. Ao contrário da inovação do tipo "bottom-up", que capitaliza com as ideias geradas livremente pelos trabalhadores da empresa, a inovação "top-down" resulta de uma visão e ambição deliberada pela direção. A inovação do tipo "bottom-up" é fomentada pelas ideias e iniciativas de indivíduos no interior de uma empresa, independentemente de se tratar das áreas de marketing, investigação e desenvolvimento, direção ou outra. Alguém na empresa tem uma ideia, que depois avança e é aplicada pela empresa, com o forte apoio da direção.

3

3. Indústria têxtil e vestuário em Portugal

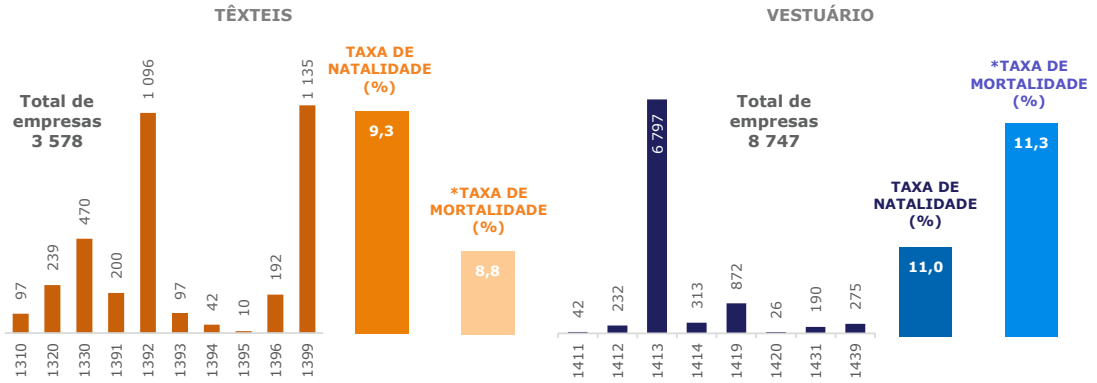
3.1. Caraterização global e relevância

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 do têxtil e vestuário | 2019

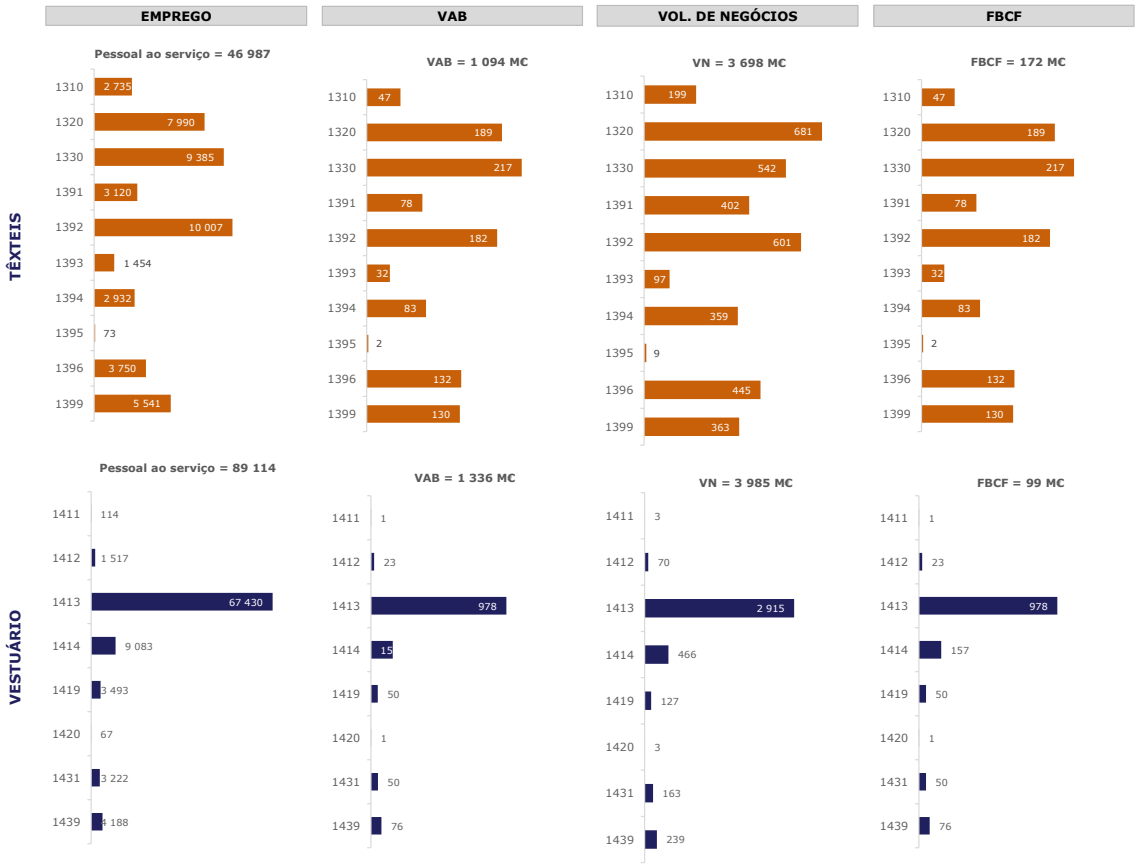


Nota: "" indica valores preliminares correspondentes ao ano de 2018.*
Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

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 do têxtil e vestuário em Portugal | 2019

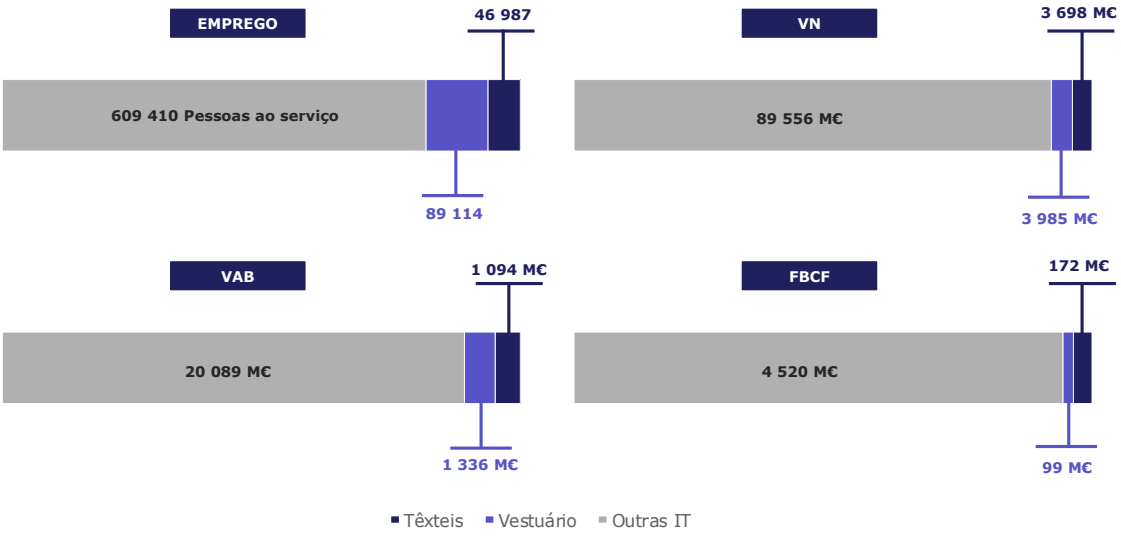


Nota: volume de negócios (VN), valor acrescentado bruto (VAB) e formação bruta de capital fixo (FBCF) em milhões de euros.
Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

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

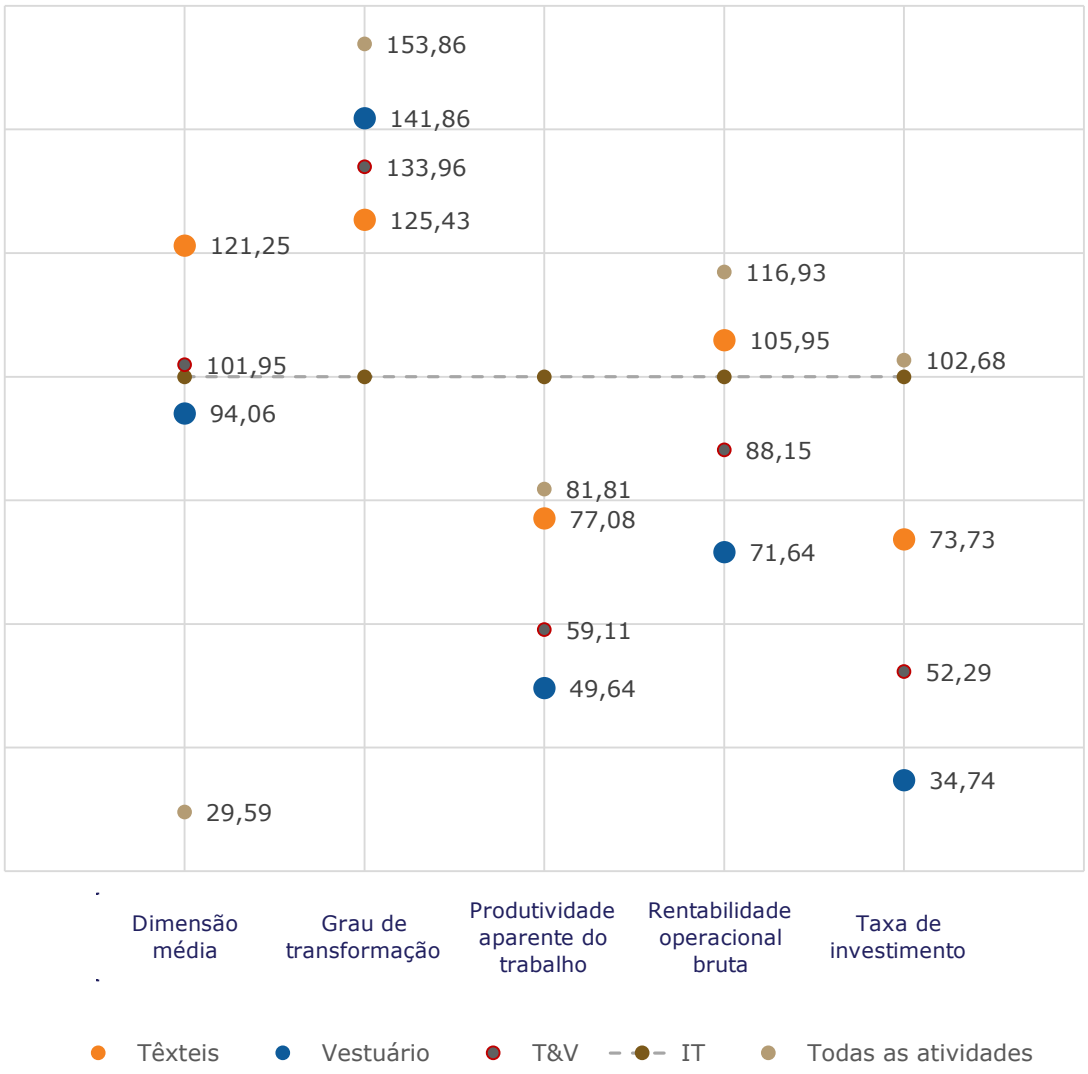


Nota: volume de negócios (VN), valor acrescentado bruto (VAB) e formação bruta de capital fixo (FBCF) em milhões de euros (M€).
Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

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 do têxtil e vestuário na indústria transformadora | 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 3: Desempenho económico-financeiro das empresas têxteis 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

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 4: 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.

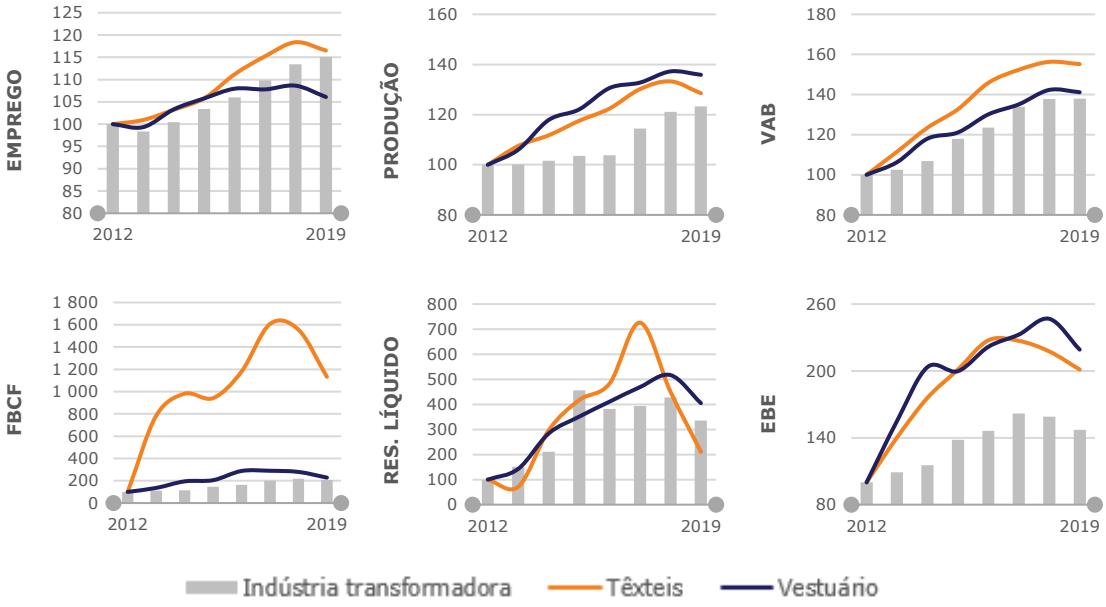
Em termos da produção, a indústria transformadora evidenciou a partir de 2012 uma evolução positiva, pese embora o ano 2013 tenha demonstrado um crescimento praticamente nulo. Por seu turno, ao nível da produção, o setor têxtil tem evoluído a um ritmo mais acelerado do que o total da indústria transformadora, 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 | 2012-2019



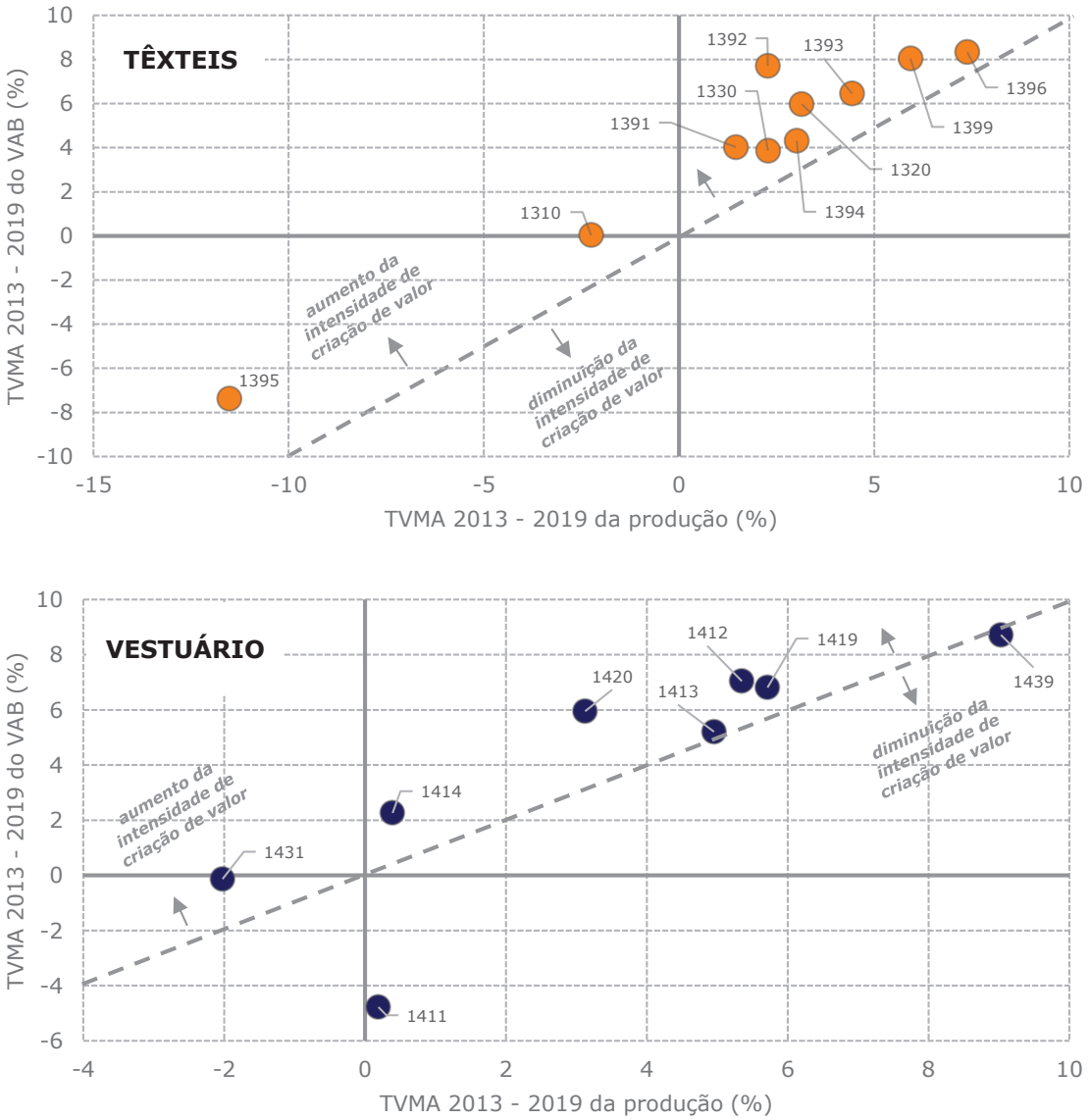
Nota: 2012 = 100.

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 | 2013-2019

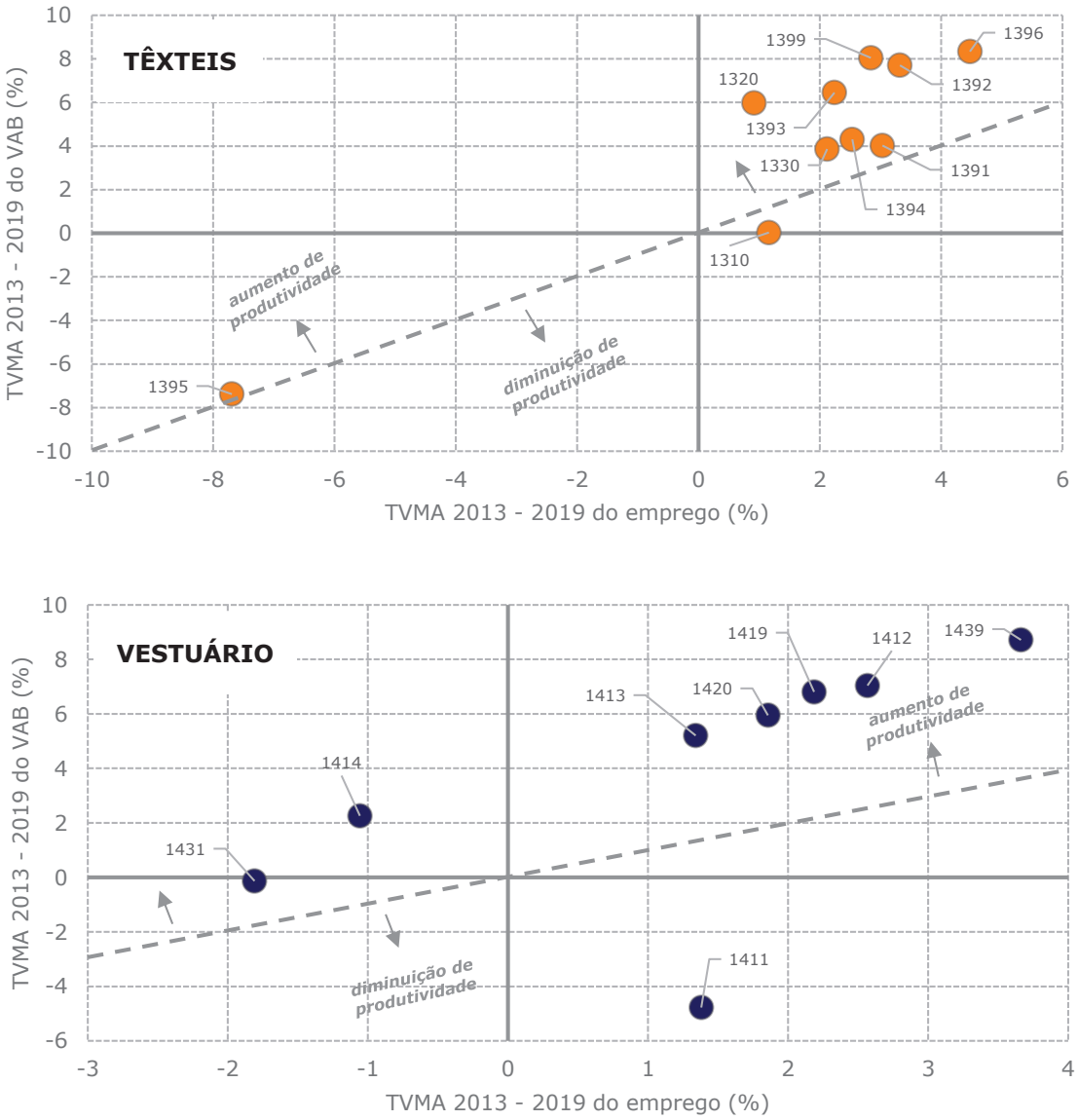


Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE.

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 | 2013-2019



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%.

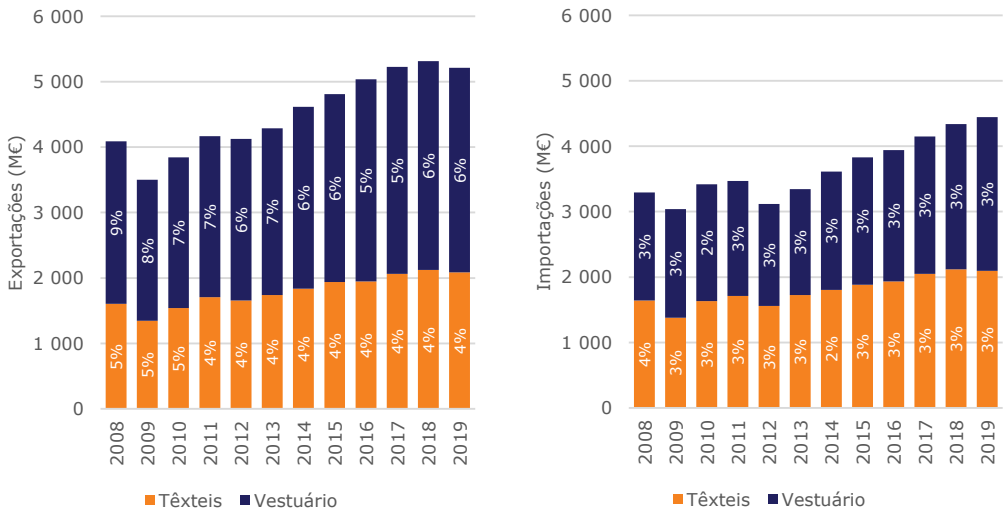
No que se refere à evolução das exportações portuguesas de têxteis e vestuário, deparamo-nos com dois períodos distintos: um período de recuperação e crescimento ao longo de 2010 a 2018 e um período de quebra em 2019.

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 | 2008-2019



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).

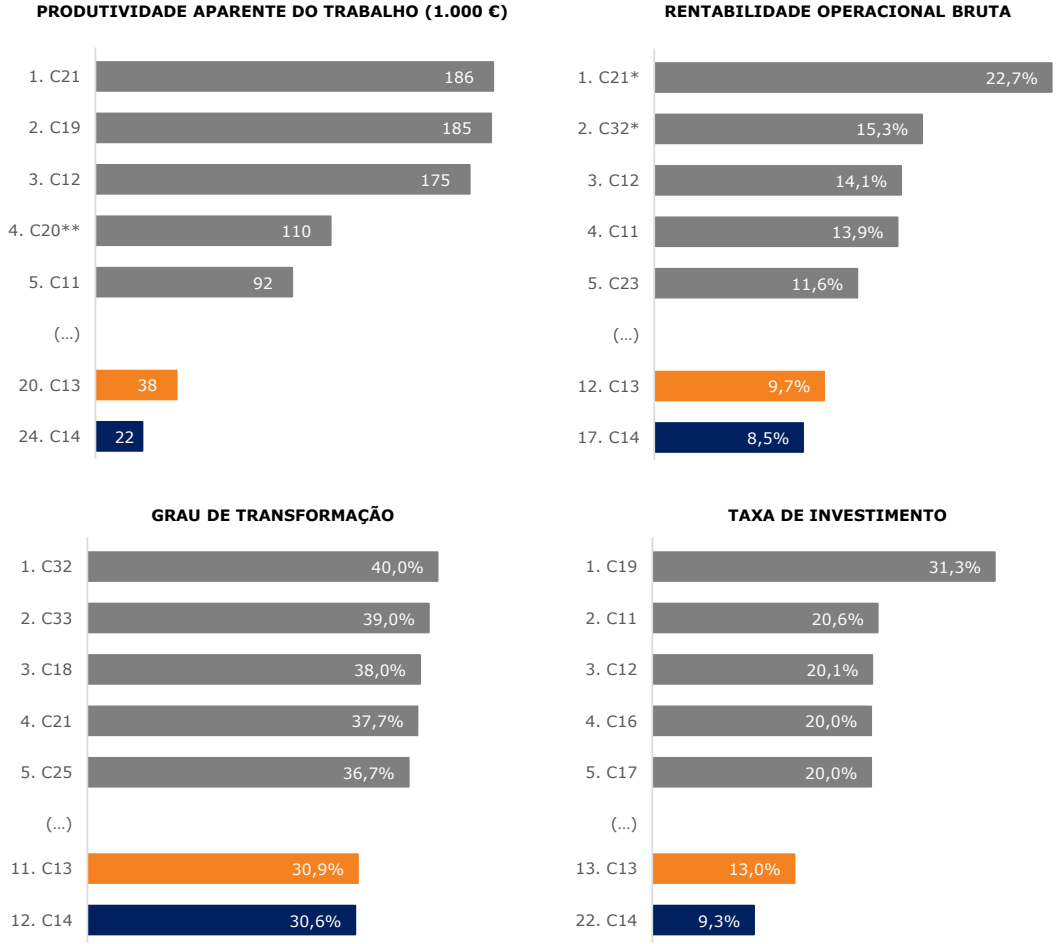
4. Inovação na indústria têxtil e do vestuário

4.1. Posicionamento do têxtil e vestuário nacional na UE

Em comparação com outros setores, a indústria europeia do têxtil e vestuário, fruto das suas características, possui um posicionamento competitivo intermédio. Face aos outros setores europeus, a indústria têxtil e vestuário (vista de forma separada nos setores têxtil e vestuário) encontra-se entre os que evidencia níveis de produtividade mais reduzidos. Tal deriva principalmente da maior intensidade em mão-de-obra comparativamente a setores com maior grau de industrialização.

Ainda assim, a indústria europeia do têxtil e do vestuário consegue assumir uma posição intermédia com os outros setores de atividade industrial em algumas variáveis. Importa referir que, individualmente, o setor dos têxteis possui um posicionamento mais robusto do que o do vestuário em todos os indicadores apresentados.

Figura 9: Características competitivas dos setores têxtil e vestuário na União Europeia | 2018



*Nota: * indica dados relativos a 2017; ** indica dados relativos a 2015.*

Legenda: C11 Indústria das bebidas; C12 Indústria do tabaco; C13 Fabricação de têxteis; C14 Indústria do vestuário; C16 Indústrias da madeira e da cortiça e suas obras, excepto mobiliário; fabricação de obras de cestaria e de espartaria; C17 Fabricação de pasta, de papel, cartão e seus artigos; C18 Impressão e reprodução de suportes gravados; C19 Fabricação de coque, de produtos petrolíferos refinados e de aglomerados de combustíveis; C20 Fabricação de produtos químicos e de fibras sintéticas ou artificiais, excepto produtos farmacêuticos; C21 Fabricação de produtos farmacêuticos de base e de preparações farmacêuticas; C23 Fabricação de outros produtos minerais não metálicos; C25 Fabricação de produtos metálicos, excepto máquinas e equipamentos; C32 Outras indústrias transformadoras C33 Reparação, manutenção e instalação de máquinas e equipamentos.

Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat.

Dentro do contexto europeu (considerando os dados relativos a 2018 para o conjunto da UE a 28 Estados-membros), o panorama dos setores têxtil e vestuário é dominado pela economia italiana. Como se pode constatar pela análise do painel comparativo apresentado na Figura 10, a supremacia da Itália destaca-se em vários indicadores, nomeadamente: número de empresas, volume de negócios (VN), produção, valor acrescentado bruto (VAB) e pessoal ao serviço.

No cômputo geral, o conjunto dos setores têxtil e vestuário na UE concentra-se largamente em Itália. Alojando 22% das empresas, este país é responsável por 35% do volume de negócios, 32% do VAB, 36% da produção e 21% do emprego nestas atividades. A uma distância considerável da economia italiana, surgem depois países como a França, a Alemanha, a Espanha e o Reino Unido nos indicadores de atividade e, no caso do emprego, surgem, imediatamente abaixo da Itália, a Roménia, a Polónia e Portugal.

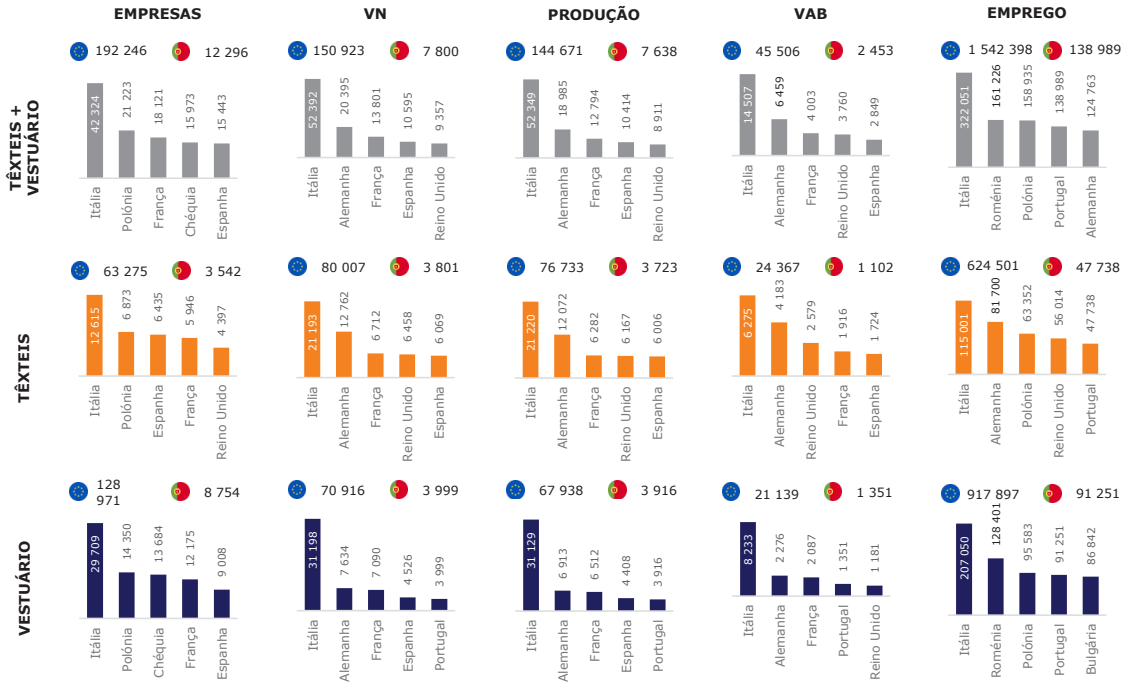
Em 2018, Portugal destaca-se pelo facto de ser responsável por uma proporção de 9% do total do pessoal ao serviço e representar uma proporção de 5% do total de volume de negócios nos setores têxtil e vestuário europeus.

Olhando separadamente para os setores do têxtil e do vestuário, as realidades não são muito distintas. Em ambos os setores, o principal núcleo de produção é a economia italiana, sendo que, em termos de volume de negócios, a Itália destaca-se sobretudo no vestuário, respondendo por uma proporção de 44% do total europeu.

No setor têxtil, a Alemanha, a França, o Reino Unido e a Espanha, completam a classificação das cinco principais economias em termos de volume de negócios, ficando Portugal posicionado no 6.º lugar com uma proporção de 5% do total. De salientar também que Portugal respondeu por uma proporção de 8% do emprego do têxtil europeu.

No setor do vestuário, o destaque, depois da Itália, é novamente assumido pela Alemanha, França, Espanha e Portugal, que completam as cinco primeiras posições em termos de volume de negócios. Verifica-se, no caso deste setor, uma maior participação das economias sediadas no leste europeu, nomeadamente: Polónia, Roménia e Bulgária. A relevância de Portugal também é mais elevada no caso do vestuário, não só em termos do emprego (10%), mas também o VAB (6%).

Figura 10: Principais indicadores da indústria têxtil e vestuário na União Europeia | 2018



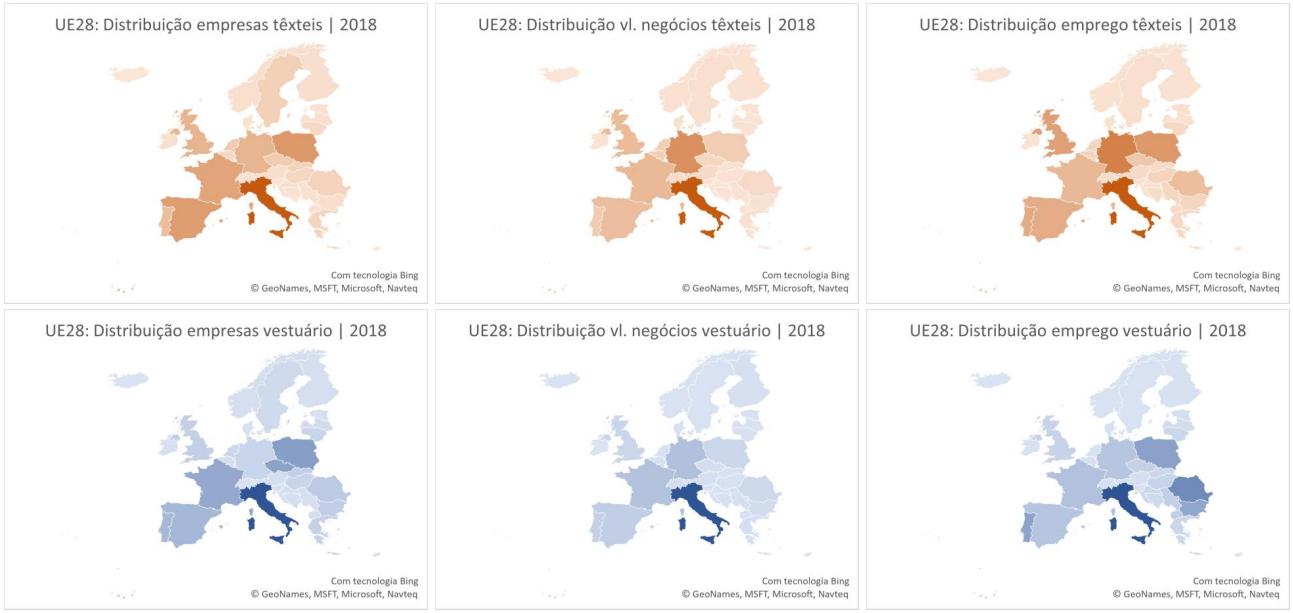
Nota: são considerados os dados relativos à UE28 (2013-2020).
Legenda: VN – Volume de Negócios; VAB – Valor Acrescentado Bruto.
Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat.

Os mapas apresentados na Figura 11 ilustram a realidade setorial europeia em análise. Apesar da hegemonia italiana no contexto europeu, podem ser ainda distinguidos outros países de referência em determinados indicadores. No caso do número de empresas, destacam-se nos têxteis os casos da Polónia, da Espanha e da França, enquanto no vestuário o destaque vai para a Polónia, a Chéquia e a França. No volume de negócios, destacam-se, para além da Itália, quer nos têxteis, quer no vestuário, a Alemanha, a França, o Reino Unido (nos têxteis) e a Espanha (no vestuário). Em termos de pessoal ao serviço, o destaque nos têxteis vai para a Alemanha e a Polónia, enquanto no vestuário destacam-se a Roménia, a Polónia, Portugal e a Bulgária.

De salientar, neste contexto, o enquadramento da Turquia, que representa um centro de extrema relevância ao nível da indústria têxtil e vestuário, posicionando-se a par da Itália em termos de volume de negócios e ultrapassando-a largamente no que se refere ao emprego (com base nos dados do Eurostat relativos a 2014: mais de 400 mil pessoas no setor têxtil e mais de 500 mil pessoas no setor de vestuário) e ao número de empresas (com base nos dados do Eurostat relativos a 2014: mais de 20 mil empresas no setor têxtil e mais de 50 mil empresas no setor de vestuário).

De referir que, excetuando o caso da Itália, as economias mais relevantes ao nível do volume de negócios não coincidem com as mais relevantes na área do emprego. Ao nível do emprego (em particular no caso do vestuário), destaca-se, sem surpresas, um maior protagonismo de economias com custos salariais tendencialmente mais baixos (e.g. Portugal, Polónia, Roménia e Bulgária). Já no que respeita ao volume de negócios, os principais atores correspondem a economias mais avançadas (como a Alemanha, o Reino Unido e a França).

Figura 11: Regiões europeias mais relevantes para a indústria têxtil e vestuário | 2018



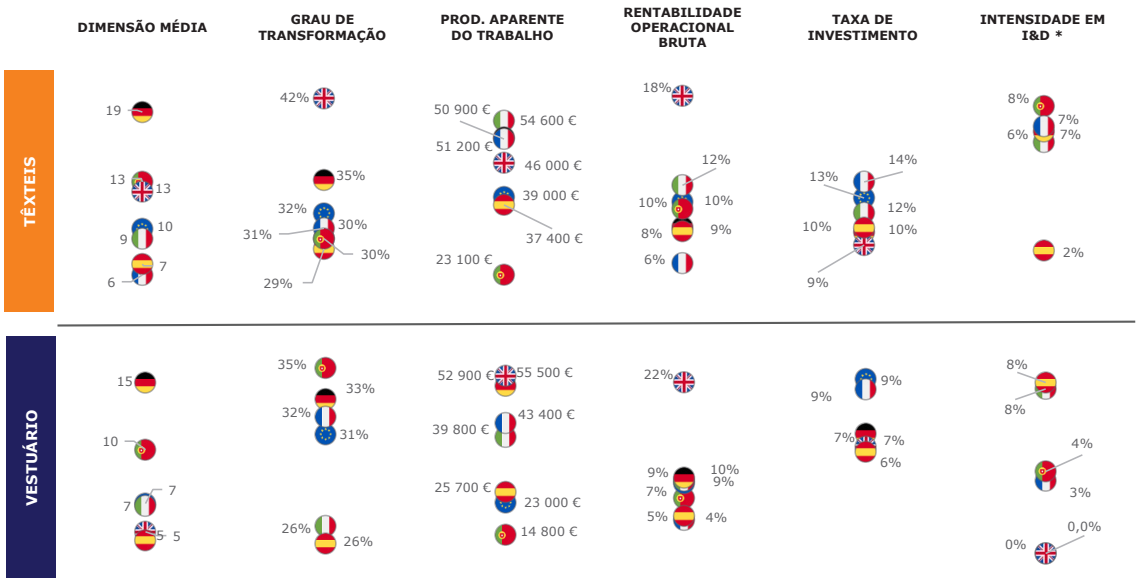
Nota: dados da Irlanda são referentes a 2017.
Fonte: Eurostat

No contexto europeu, a indústria portuguesa do têxtil e do vestuário apresenta um posicionamento competitivo claramente acima da média. Mesmo em comparação com os principais intervenientes do setor ao nível europeu (Itália, França, Alemanha, Reino Unido e Espanha), esta indústria nacional ostenta uma posição de destaque.

Ao nível do setor têxtil, considerando os dados do Eurostat relativos a 2018, as empresas portuguesas destacam-se em termos da rentabilidade operacional bruta (posicionando-se acima da Alemanha, da França e da Espanha) e da taxa de investimento (posicionando-se destacadamente no topo entre os países de referência). No entanto, ao nível da produtividade aparente do trabalho, as empresas têxteis portuguesas ficam atrás na comparação com os parceiros europeus de referência.

Relativamente ao setor de vestuário, salienta-se desde logo a dimensão relativamente maior das empresas portuguesas, que em média apresentam um número mais elevado de pessoas ao serviço do que os países de referência (a única exceção é o caso da Alemanha, que fica acima de Portugal neste indicador). De destacar pela positiva o setor de vestuário português ao nível do grau de transformação e da taxa de investimento, indicadores em que se posiciona no cimo da escala. No entanto, o desempenho das empresas de vestuário portuguesas fica aquém do desejável ao nível da produtividade aparente do trabalho e da intensidade em I&D, posicionando-se em último lugar dentro dos países de comparação.

Figura 12. Posicionamento competitivo dos setores têxtil e vestuário portugueses no contexto europeu | 2018



Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat.

A análise dinâmica apresentada na Figura 13 sustenta o crescente protagonismo das economias da Europa de Leste no contexto dos setores têxtil e vestuário europeus. Em termos gerais, constata-se que, entre 2015 e 2018, os principais países que contribuíram para a dinamização da indústria europeia dos têxteis e do vestuário (em termos do número de empresas) foram: a Polónia, a França, a Eslováquia, a Bósnia e Herzegovina e a Lituânia.

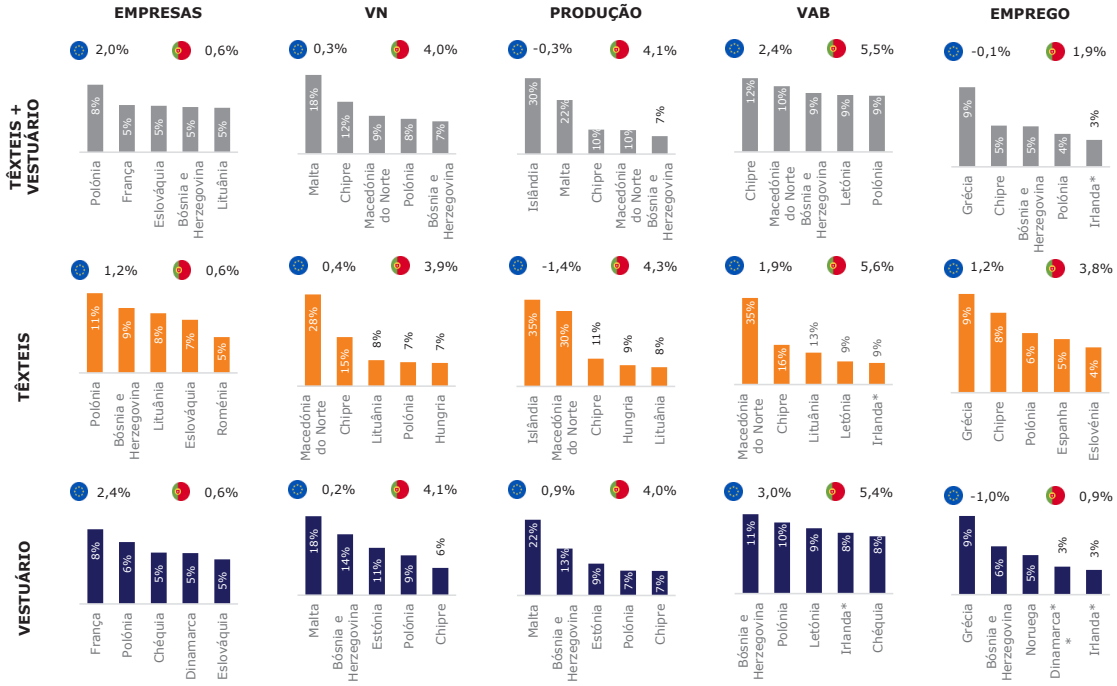
De salientar que, ao nível do emprego, entre os cinco países mais dinâmicos e com maior relevância destaca-se o caso da Polónia e da Grécia, mas também o da Bósnia e Herzegovina. No conjunto dos países, também de destacar o desempenho positivo em mercados consolidados, como é o caso da Espanha, de Portugal, da Alemanha, da Itália e da França.

No setor têxtil, a tendência que se vivenciou foi semelhante, merecendo particular realce o robusto crescimento do número de empresas na Polónia, na Bósnia Herzegovina, na Lituânia, na Eslováquia e na Roménia, bem como do volume de negócios na Lituânia, na Polónia e na Hungria (para citar apenas os mais representativos). Ao nível do emprego e salientando os países mais representativos, destaca-se o crescimento registado na Grécia, na Polónia e em Espanha.

No setor do vestuário, o padrão de evolução foi relativamente semelhante, destacando-se a França em termos do aumento no número de empresas, seguida pela Polónia, Chéquia, Dinamarca e Eslováquia. De salientar o crescimento verificado pela Polónia em termos do aumento do volume de negócios, antecedida pela Estónia e a Bósnia e Herzegovina. Ao nível do emprego, salientam-se nas primeiras posições a Grécia e a Bósnia e Herzegovina.

Em Portugal, destaca-se pela positiva o crescimento do volume de negócios, da produção e do valor acrescentado bruto, quer nos têxteis quer no vestuário.

Figura 13: Evolução da indústria têxtil e vestuário na União Europeia | 2015-2018



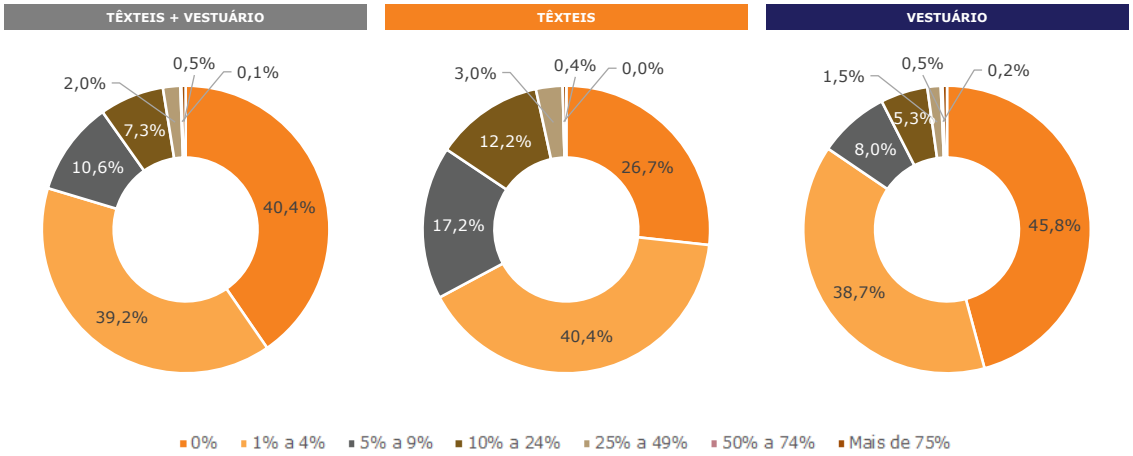
Legenda: VN – Volume de Negócios; VAB – Valor Acrescentado Bruto.
Notas: "" indica recurso a dados relativos a 2015; valores correspondem às taxas médias de variação anual (TVMA).*
Fonte: Eurostat

4.2. Recursos humanos no têxtil e vestuário

Os recursos humanos constituem um fator crítico de competitividade fundamental nas atividades económicas, incluindo naturalmente as ligadas à indústria têxtil e vestuário. Como se depreende através da análise dos gráficos infra, a grande maioria das empresas da indústria têxtil e vestuário não possui colaboradores com habilitações ao nível do curso superior.

Efetivamente, 40% das empresas destes setores não possuem qualquer colaborador com formação superior e 39% das empresas apenas empregam entre 1% a 4% de licenciados no total dos seus colaboradores. De salientar que esta situação é particularmente notória no caso das empresas de vestuário.

Figura 14: Empresas por percentagem de pessoas ao serviço com curso superior | 2018



Fonte: desenvolvido com base nos dados do INE

4.3. Inovação das empresas têxteis e vestuário portuguesas

De acordo com os dados disponíveis no Eurostat, compilados no âmbito do Community Innovation Survey (CIS) relativo ao ano 2018, os gastos em inovação (incluindo I&D) das empresas portuguesas do sector têxtil ascenderam a 52,08 milhões de euros, enquanto no caso das empresas do sector de vestuário este valor atingiu os 19,58 milhões de euros.

Considerando as despesas associadas com a investigação e desenvolvimento (I&D) realizada internamente, este valor foi de 17,62 milhões de euros nas empresas do sector têxtil e de aproximadamente 5,77 milhões de euros nas empresas do sector de vestuário. Comparando com os resultados do CIS 2016, verifica-se uma quebra acentuada no valor associado aos gastos realizados no âmbito do sector têxtil (descida de 41%) e no sector de vestuário (descida de 62%), que em 2016 se posicionaram nos 87,72 milhões de euros e nos 51,06 milhões de euros, respetivamente.

Considerando a proporção de empresas que estão envolvidas em atividades de I&D (classificadas como empresas inovadoras no inquérito do CIS), de acordo com os dados disponíveis no CIS 2018 e considerando a totalidade de respostas ao inquérito, esta percentagem foi de 40,4% no caso do sector têxtil (abaixo dos 61,5% indicados em 2016) e de 20,5% no caso do sector de vestuário (abaixo dos 46,5% indicados em 2016).

Desenvolvendo a análise com base no tipo de inovação, verifica-se com base nos dados do CIS 2018 que, no âmbito das empresas do sector têxtil, a principal preponderância prende-se com a inovação de processo de negócios, seguida pela inovação de produto. No que se refere às empresas do sector de vestuário, o destaque é ainda mais acentuado para a inovação de processo, seguida pela inovação de produto.

Tabela 5: Proporção de empresas por perfil de inovação na população | 2018

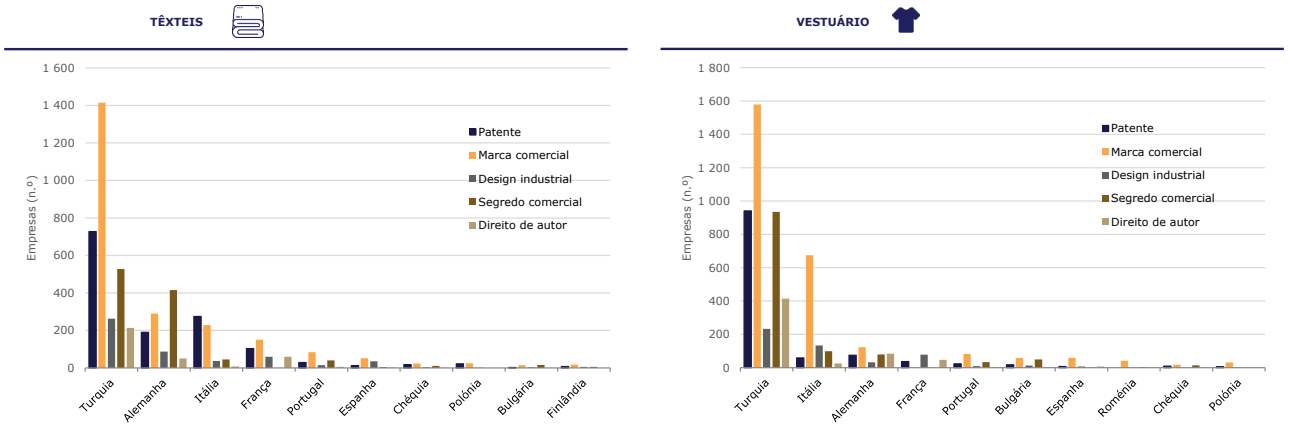
País	Setor têxtil (CAE 13)			Setor do vestuário (CAE 14)		
	E/I	E/IProd	E/IProc	E/I	E/IProd	E/IProc
Bélgica	78,0	8,2	32,9	60,4	0,0	38,7
Bulgária	32,5	7,9	6,0	23,2	4,8	8,2
Chéquia	37,0	5,5	8,1	34,4	5,2	8,4
Dinamarca	79,2	5,7	26,4	46,9	6,2	25,0
Alemanha	81,6	8,2	28,8	64,7	4,2	31,3
Estónia	:	:	:	:	:	:
Irlanda	46,2	12,0	21,4	41,1	:	24,6
Grécia	63,0	:	10,9	45,4	4,0	13,6
Espanha	33,6	3,5	17,4	21,8	3,1	8,7
França	72,9	8,3	8,0	51,1	15,3	15,2
Croácia	58,4	2,7	9,6	48,1	5,3	11,4
Itália	71,0	4,1	20,6	54,3	1,0	17,6
Chipre	54,5	0,0	18,2	:	:	:
Letónia	42,6	4,8	9,6	32,8	6,8	15,0
Lituânia	:	:	:	:	:	:
Luxemburgo	:	:	:	:	:	:
Hungria	28,9	5,2	9,5	13,9	6,0	3,4
Malta	:	:	:	:	:	:
Países Baixos	:	:	:	:	:	:
Áustria	:	:	:	:	:	:
Polónia	18,6	3,3	5,1	13,3	2,9	5,2
Portugal	40,4	5,4	6,4	20,5	2,5	5,9
Roménia	22,6	10,4	1,6	9,9	5,2	3,6
Eslovénia	:	:	:	:	:	:
Eslováquia	29,2	4,1	0,0	17,3	0,0	10,7
Finlândia	95,8	8,3	13,9	89,7	13,2	2,9
Suécia	61,6	15,1	8,1	88,2	:	:
Islândia	:	:	:	:	:	:
Noruega	66,6	15,1	13,7	78,5	4,2	17,2
Suíça	46,0	30,5	0,0	0,0	0,0	0,0
Turquia	34,4	1,6	5,8	29,9	0,5	9,0

Legenda: E/I - empresas inovadoras; E/IProd. - empresas apenas inovadoras de produto; E/IProc. - empresas apenas inovadoras de processo; : - sem dados disponíveis.

Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat.

Atentando nos principais indicadores da atividade inovadora das empresas, a indústria portuguesa dos têxteis e vestuário assume uma posição intermédia face aos principais intervenientes europeus. Em termos de proporção, de acordo com os dados referentes a 2018, cerca de 1/3 das empresas portuguesas de têxteis enveredaram por atividades de inovação de produto (32,6%) e/ou de processo (33,6%). Embora estas proporções coloquem Portugal sensivelmente a meio da tabela, ficam bastante aquém do verificado em outros países europeus de destaque, como a Alemanha (41,5% produto e/ou 62,1% processo) ou a Itália (44,9% produto e/ou 61,4% processo).

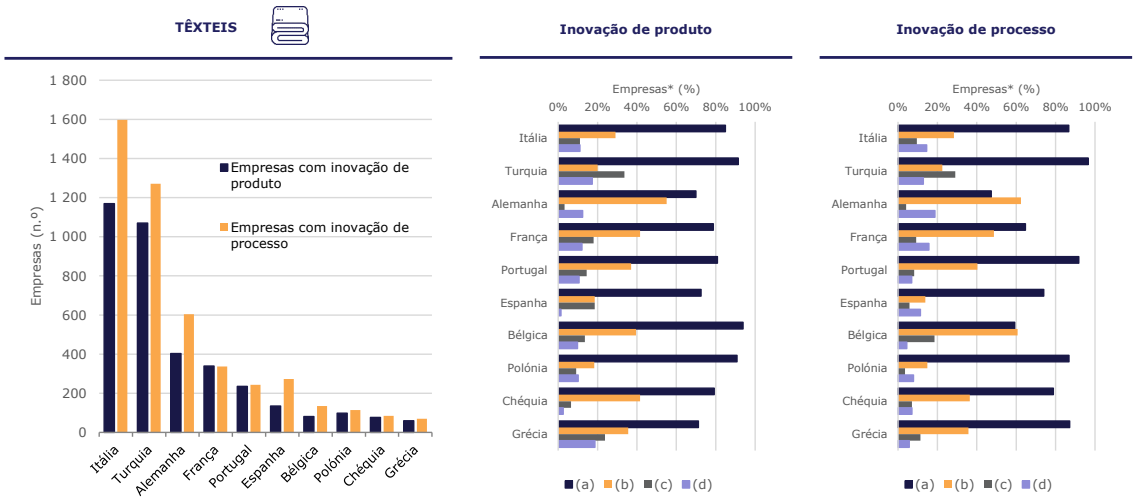
Figura 15. Indicadores da atividade inovadora das empresas dos setores têxtil e vestuário em Portugal | 2018



Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

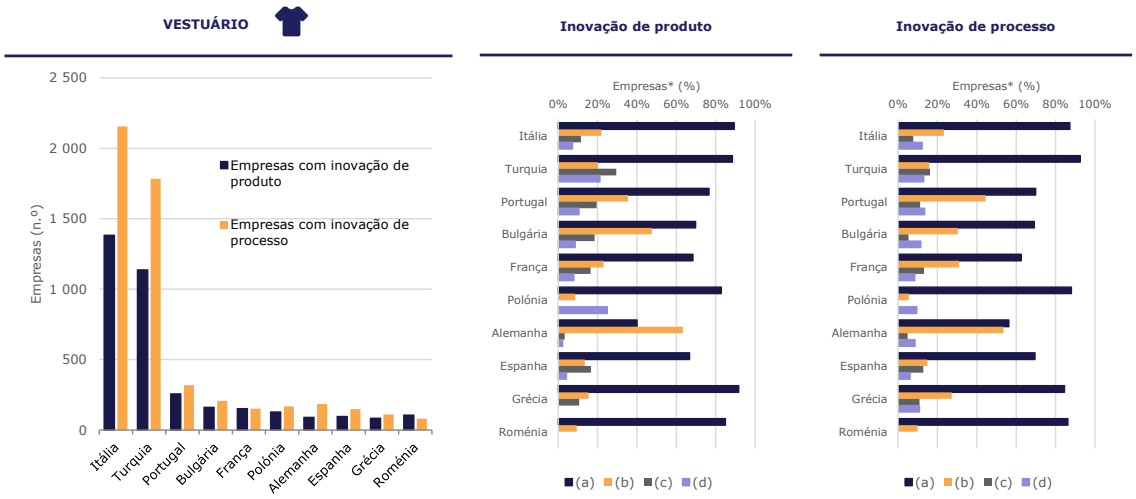
No caso do vestuário, a proporção de empresas que introduziu algum tipo de inovação é substancialmente inferior ao caso dos têxteis, com apenas 13,9% das empresas a indicar inovação de produto e 17,3% das empresas a indicar inovação de processo. Embora em termos europeus a proporção de inovação no vestuário seja inferior aos têxteis, verifica-se que Portugal fica também muito abaixo dos inovadores de referência, como é o caso da Itália (29,8% produto e/ou 46,4% processo) ou da Alemanha (25,5% produto e/ou 52,5% processo).

Figura 16: Principais indicadores da atividade inovadora das empresas do setor têxtil | 2018



Legenda: (a) Própria empresa; (b) Empresa em conjunto com outras empresas ou organizações; (c) Empresa adaptando ou modificando produtos e/ou processos originalmente desenvolvidos por outras empresas ou organizações; e (d) Outras empresas ou organizações.
Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

Figura 17: Principais indicadores da atividade inovadora das empresas do setor de vestuário | 2018



Legenda: (a) Própria empresa; (b) Empresa em conjunto com outras empresas ou organizações; (c) Empresa adaptando ou modificando produtos e/ou processos originalmente desenvolvidos por outras empresas ou organizações; e (d) Outras empresas ou organizações.
Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

No que se refere à inovação de produto, conforme referido anteriormente, uma proporção de 32,6% das empresas têxteis participantes no inquérito CIS 2018 apontou esta opção, com apenas 13,9% das empresas de vestuário a indicar a mesma opção, sendo que, na maior parte dos casos, foi mais a inovação em bens (29,5% nos têxteis e 13,7% no vestuário) do que em serviços (22,8% nos têxteis e 9,9% no vestuário). De salientar que, quer nos têxteis como no vestuário, a proporção de empresas portuguesas que apontou a inovação de produto ficou bastante aquém da média dos dez principais países inovadores.

Em termos do tipo de inovação, quer as empresas têxteis, quer as de vestuário apontaram principalmente o desenvolvimento de produtos novos ou significativamente melhorados que eram novos para a empresa.

Tabela 6: Inovação de produto no setor têxtil | 2018

#	País	Inovação de produto	Tipo de produto		Tipo de inovação		
			Bens	Serviços	(a)	(b)	(c)
1	França	52,4	48,7	20,3	35,1	16,8	35,6
2	Finlândia	50	50	27,8	45,8	4,2	45,8
3	Grécia	49,6	47,1	33,6	38,7	28,6	21
4	Croácia	48,8	48,8	26,1	44	17,1	31,7
5	Noruega	47,5	45,8	25,2	18,9	28,6	37,4
6	Dinamarca	47,2	47,2	13,2	41,5	18,9	26,4
7	Suécia	46,5	40,7	7	39,5	20,9	25,6
8	Suíça	46	46	0	30,4	9,1	21,3
9	Itália	44,9	38,6	18,2	34,6	24,3	20,6
10	Alemanha	41,5	38,3	15,1	40,1	29	12,4
(…)							
13	Portugal	32,6	29,5	22,8	27,2	12,4	18

Legenda: (a) Produtos novos ou significativamente melhorados que eram novos para a empresa; (b) Produtos novos ou significativamente melhorados que eram novos apenas para a empresa (podem ser adotados de outra empresa); (c) Produtos novos ou significativamente melhorados que eram novos no mercado.

Nota: dados em percentagem.

Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

Tabela 7: Inovação de produto no setor de vestuário | 2018

#	País	Inovação de produto	Tipo de produto		Tipo de inovação		
			Bens	Serviços	(a)	(b)	(c)
1	Finlândia	76,5	76,5	32,4	76,5	29,4	47,1
2	Suécia	52,9	47,1		29,4		23,5
3	Noruega	52,9	41	45,2	37,2	16,1	36,4
4	Croácia	36,8	34,2	13,5	33,5	20,7	16,1
5	França	33,3	32,5	7,1	24,8	9,6	23,7
6	Grécia	30,8	27,1	13,9	25,3	20,5	10,3
7	Itália	29,8	27,3	14	28,1	21,4	8,4
8	Alemanha	25,5	16,7	17,7	17,6	16,1	9,4
9	Dinamarca	25	25	3,1	15,6	6,2	9,4
10	Chéquia	23,4	22,8	6,4	21,8	10,1	13,3
(…)							
15	Portugal	13,9	13,7	9,9	11,8	7,1	5,6

Legenda: (a) Produtos novos ou significativamente melhorados que eram novos para a empresa; (b) Produtos novos ou significativamente melhorados que eram novos apenas para a empresa (podem ser adotados de outra empresa); (c) Produtos novos ou significativamente melhorados que eram novos no mercado.

Nota: dados em percentagem.

Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

No que se refere à inovação de processo e à semelhança do verificado na inovação de produto, são as empresas têxteis que evidenciam uma maior propensão para estas atividades, com 33,6% a indicarem a adoção deste tipo de inovação contra 17,3% no caso do vestuário. Também aqui a proporção de empresas portuguesas fica muito aquém da média dos 10 principais países inovadores.

Relativamente ao tipo de inovação, as respostas no têxtil e no vestuário apontam principalmente no mesmo sentido: "métodos novos ou melhorados para a produção de bens ou prestação de serviços" e "novos métodos de organização responsável do trabalho, tomada de decisão ou gestão de recursos humanos".

Tabela 8: Inovação de processo no setor têxtil | 2018

#	País	Inovação de processo	Tipo de inovação						
			(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)
1	Dinamarca	67,9	22,6	11,3	20,8	17	35,8	11,3	32,1
2	Bélgica	62,1	53,5	13,6	33,5	2,6	35,5	18,8	16,6
3	Alemanha	62,1	25,5	7,7	26,4	28,9	35,2	23,8	30,9
4	Itália	61,4	49,1	11	14,8	30,4	30	28,1	15,9
5	Grécia	58,8	47,9	21,8	32,8	26,9	25,2	26,1	29,4
6	Croácia	55,7	38,5	9	24,1	39,2	11	9	35,7
7	Finlândia	55,6	41,7	13,9	13,9	41,7	41,7	13,9	41,7
8	Chipre	54,5	36,4	54,5	36,4	27,3	54,5	54,5	36,4
9	França	52,2	44,6	11,3	18	25,8	23,9	16,6	21,7
10	Noruega	46,1	27,3	19	12	5,1	20,6	25,7	29,2
(…)									
13	Portugal	33,6	26,8	11,8	18,1	20,2	18,3	13,8	18,2

Legenda: (a) Métodos novos ou melhorados para a produção de bens ou prestação de serviços; (b) Inovações em logística; (c) Novas práticas de negócios para procedimentos de organização ou relações externas; (d) Novos métodos de organização responsável do trabalho, tomada de decisão ou gestão de recursos humanos; (e) Métodos novos ou melhorados para o processamento de informação ou comunicação; (f) Novos métodos de contabilidade ou outras operações administrativas; (g) Novos métodos de marketing para promoção, embalagem, preço, colocação de produto ou serviços pós-venda.

Nota: dados em percentagem.

Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

Tabela 9: Inovação de processo no setor de vestuário | 2018

#	País	Inovação de produto	Tipo de inovação						
			(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)
1	Finlândia	66,2	47,1	19,1	5,9	45,6	32,4	50	42,6
2	Noruega	65,9	40,6	36,8	16,5	21,1	41	21,5	54
3	Suécia	64,7						47,1	
4	Bélgica	57,9	21,5	14,9	24,8	2,9	8,2	25,1	12
5	Alemanha	52,5	27,2	25,4	28,1	41,1	36	28,6	20,8
6	Itália	46,4	33	15,2	16,7	23,6	20,8	17,8	18,9
7	Croácia	42,9	24,9	15,4	13,1	23	20,9	11,5	21,5
8	Irlanda	41,1	32,9	16,4	24,6	24,6	24,6	16,4	32,9
9	Dinamarca	40,6	15,6	12,5	31,2	0	25	9,4	15,6
10	Grécia	40,3	27,5	16,1	22,7	25,3	22	21,6	26,4
(…)									
15	Portugal	17,3	10,9	5,6	9,9	12,9	9,6	9	6,7

Legenda: (a) Métodos novos ou melhorados para a produção de bens ou prestação de serviços; (b) Inovações em logística; (c) Novas práticas de negócios para procedimentos de organização ou relações externas; (d) Novos métodos de organização responsável do trabalho, tomada de decisão ou gestão de recursos humanos; (e) Métodos novos ou melhorados para o processamento de informação ou comunicação; (f) Novos métodos de contabilidade ou outras operações administrativas; (g) Novos métodos de marketing para promoção, embalagem, preço, colocação de produto ou serviços pós-venda.

Nota: dados em percentagem.

Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

Relativamente às despesas com inovação de produto e/ou processo, Portugal posicionou-se de forma intermédia entre os principais investidores, quer nos têxteis como no vestuário. De salientar, que, em termos dos principais tipos de despesas, quer os têxteis como o vestuário destacam os "gastos com inovação (excluindo I&D)" e a "aquisição de máquinas, equipamentos, edifícios e outros ativos tangíveis". No entanto, as empresas têxteis favorecem mais as despesas com "bens de capital para inovação (aquisição de máquinas, equipamentos, software, direitos de propriedade intelectual, edifícios, etc.)", enquanto o vestuário favorece as despesas com a "formação da própria equipa (inclui todos os custos internos, incluindo salários e vencimentos da equipa durante a formação, e custos de serviços adquiridos de terceiros)".

Em termos comparativos com outras geografias europeias, salientam-se as diferenças em termos da distribuição por tipos de despesa. De referir também a enorme diferença no valor associado ao total de despesa entre os países europeus. Efetivamente, apesar de Portugal se encontrar na 7.ª posição nos têxteis, o valor da despesa associada representa apenas uma pequena fração das despesas indicadas para a Turquia (10% da despesa total deste país) ou a Itália (11%). Da mesma forma no vestuário, em que o valor associado a Portugal representa apenas uma proporção de 2% do investimento italiano.

Tabela 10: Despesas com inovação de produto e/ou processo nos têxteis | 2018

#	País	Total despesa (incluindo I&D) em m€	Tipo de despesa (%)												
			(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)	(l)	(m)
1	Turquia	539 545	11%	10%	0%	89%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
2	Itália	476 164	52%	47%	5%	48%	23%	12%	13%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
3	Alemanha	265 269	45%	42%	3%	55%	6%	12%	37%	136%	21%	4%	23%	4%	8%
4	França	144 974	68%	59%	9%	32%	8%	9%	4%	137%	15%	2%	27%	12%	23%
5	Bélgica	113 105	48%	44%	3%	52%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
6	Espanha	63 066	51%	43%	7%	49%	6%	37%	6%	239%	7%	17%	15%	4%	13%
7	Portugal	52 075	36%	34%	2%	64%	2%	41%	4%	450%	6%	1%	16%	15%	21%
8	Polónia	34 763	66%	0%	0%	34%	0%	33%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
9	Chéquia	31 218	41%	33%	8%	59%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
10	Suécia	13 089	55%	53%	2%	45%	10%	33%	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Legenda: (a) Despesas com atividades de I&D; (b) Gastos com I&D realizados internamente; (c) Gastos com I&D contratados externamente; (d) Gastos com inovação (excluindo I&D); (e) Pessoal próprio que trabalha na inovação; (f) Bens de capital para inovação (aquisição de máquinas, equipamentos, software, direitos de propriedade intelectual, edifícios, etc.); (g) Serviços, materiais, fornecimentos adquiridos para inovação; (h) Aquisição de máquinas, equipamentos, edifícios e outros ativos tangíveis; (i) Desenvolvimento de software, trabalho de base de dados e análise de dados (inclui custos internos e serviços adquiridos); (j) Registar, arquivar e monitorizar os próprios Direitos de Propriedade Intelectual (DPIs) e comprar ou licenciar DPIs de terceiros; (k) Marketing, construção de marca, publicidade (inclui custos internos e serviços adquiridos); (l) Formação da própria equipa (inclui todos os custos internos, incluindo salários e vencimentos da equipa durante a formação, e custos de serviços adquiridos de terceiros); (m) Design do produto (inclui custos internos e serviços adquiridos).
Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

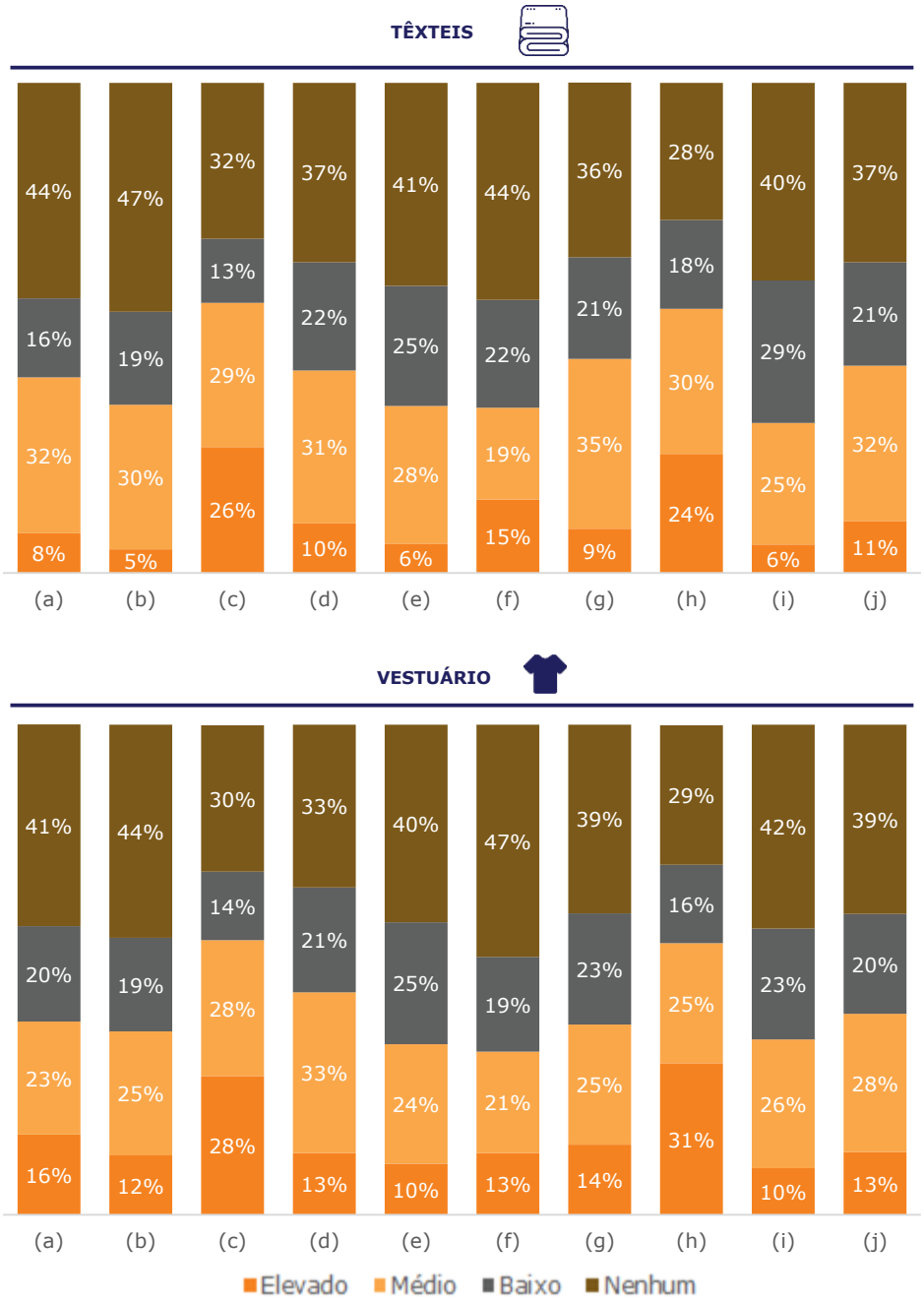
Tabela 11: Despesas com inovação de produto e/ou processo no vestuário | 2018

#	País	Total despesa (incluindo I&D) em m€	Tipo de despesa (%)												
			(a)	(b)	(c)	(d)	(e)	(f)	(g)	(h)	(i)	(j)	(k)	(l)	(m)
1	Itália	977 297	65%	54%	11%	35%	14%	6%	14%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
2	Alemanha	265 435	57%	48%	8%	43%	11%	18%	15%	75%	10%	1%	86%	2%	17%
3	Turquia	92 455	18%	17%	1%	82%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
4	França	75 776	33%	30%	3%	67%	38%	1%	28%	174%	18%	5%	116%	118%	117%
5	Espanha	72 115	70%	69%	1%	30%	9%	12%	9%	166%	13%	1%	121%	3%	33%
6	Portugal	19 578	33%	29%	3%	67%	6%	42%	6%	504%	19%	8%	50%	123%	39%
7	Noruega	14 386	11%	10%	1%	89%	71%	2%	12%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8	Polónia	13 731	0%	0%	2%	0%	22%	26%	19%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
9	Bulgária	12 200	29%	0%	0%	71%	20%	35%	16%	468%	16%	0%	23%	5%	0%
10	Chéquia	11 792	18%	14%	4%	82%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Legenda: (a) Despesas com atividades de I&D; (b) Gastos com I&D realizados internamente; (c) Gastos com I&D contratados externamente; (d) Gastos com inovação (excluindo I&D); (e) Pessoal próprio que trabalha na inovação; (f) Bens de capital para inovação (aquisição de máquinas, equipamentos, software, direitos de propriedade intelectual, edifícios, etc.); (g) Serviços, materiais, fornecimentos adquiridos para inovação; (h) Aquisição de máquinas, equipamentos, edifícios e outros ativos tangíveis; (i) Desenvolvimento de software, trabalho de base de dados e análise de dados (inclui custos internos e serviços adquiridos); (j) Registar, arquivar e monitorizar os próprios Direitos de Propriedade Intelectual (DPIs) e comprar ou licenciar DPIs de terceiros; (k) Marketing, construção de marca, publicidade (inclui custos internos e serviços adquiridos); (l) Formação da própria equipa (inclui todos os custos internos, incluindo salários e vencimentos da equipa durante a formação, e custos de serviços adquiridos de terceiros); (m) Design do produto (inclui custos internos e serviços adquiridos).
Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

Conforme ilustrado na Figura 18, quer no setor têxtil, quer no de vestuário, em 2018, os principais obstáculos à inovação foram essencialmente os custos elevados (c) e a concorrência elevada (h). Por outro lado, os obstáculos considerados menos relevantes, no caso dos têxteis foram as dificuldades na obtenção de subsídios ou apoios públicos para a inovação (f) e a falta de acesso a conhecimento externo (i), enquanto no vestuário, para além da dificuldade na obtenção de subsídios, também a falta de parceiros de cooperação (e) foi apontada entre os obstáculos menos relevantes.

Figura 18. Obstáculos à inovação enfrentados pelas empresas dos setores têxtil e vestuário em Portugal | 2018



Legenda: (a) Falta de financiamento interno para a inovação; (b) Falta de financiamento externo para a inovação (crédito ou investidores); (c) Custos elevados; (d) Falta de pessoal qualificado dentro da empresa; (e) Falta de parceiros de cooperação; (f) Dificuldades na obtenção de subsídios ou apoios públicos para a inovação; (g) Mercado com procura incerta; (h) Concorrência elevada; (i) Falta de acesso a conhecimento externo; (j) Diferentes prioridades no interior da empresa.

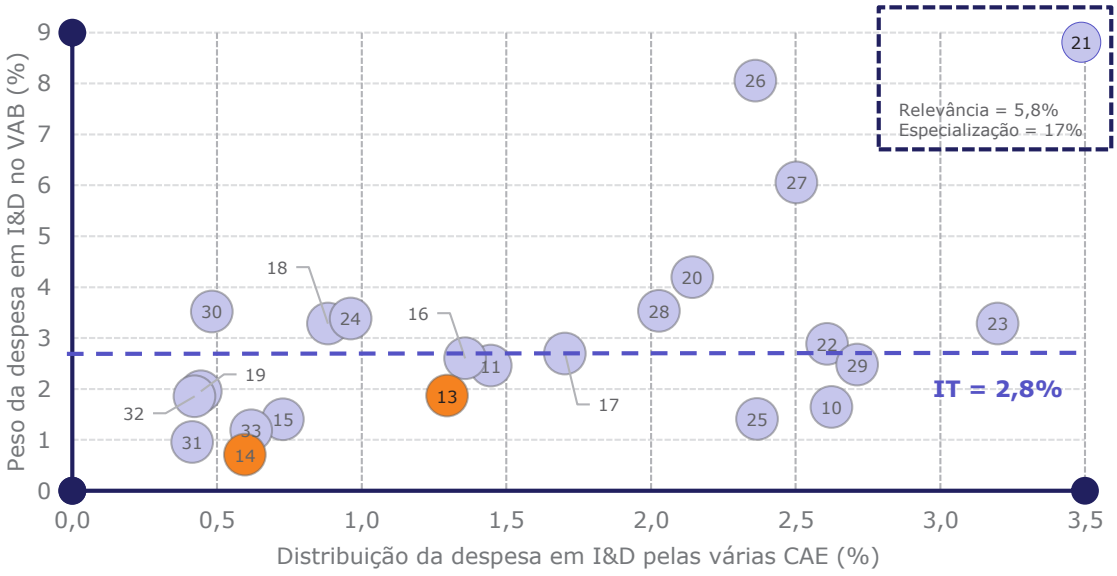
Fonte: desenvolvido com base nos dados do Eurostat (CIS 2018).

Em matéria de investigação e desenvolvimento, o posicionamento da indústria têxtil e vestuário no contexto industrial nacional não é muito favorável. A este nível, destaca-se manifestamente a fabricação de produtos farmacêuticos de base e de preparações farmacêuticas (CAE 21), com um peso de 5,8% na I&D do setor empresas (dados do Inquérito ao Potencial Científico e Tecnológico Nacional 2019) e uma especialização de 17%.

O setor do vestuário (CAE 14) assume uma posição residual no quadro da I&D realizada pelas empresas portuguesas, quer ao nível do peso das despesas de I&D no VAB quer da quota na I&D total das indústrias transformadoras, estando ao nível de setores como a fabricação de mobiliário e colchões (CAE 31) e a reparação, manutenção e instalação de máquinas e equipamentos (CAE 33).

Por outro lado, a fabricação de têxteis apresenta um posicionamento intermédio, mas abaixo da média das indústrias transformadoras. Neste âmbito, em 2019, a intensidade de I&D fixou-se em 1,3% e representou 1,9% das despesas em I&D das empresas nacionais.

Figura 19. Posicionamento da despesa em I&D dos setores têxtil e vestuário no contexto industrial português | 2019



Fonte: desenvolvido com base nos dados do Inquérito ao Potencial Científico e Tecnológico Nacional (IPCTN).

5

5. Considerações finais

Apesar de possuir uma representatividade significativa no contexto da indústria transformadora nacional, respondendo por mais de 18% do emprego e perto de 8% do volume de negócios, no contexto europeu, em termos de inovação, os setores têxtil e vestuário nacionais não se destacam. Efetivamente, de acordo com os dados do Eurostat, esta situação é visível quer ao nível da inovação de produto, quer de processo. Esta dinâmica coloca a indústria nacional numa posição intermédia em termos de inovação no contexto europeu, ficando aquém de países de referência como a Itália, a Alemanha ou a França.

Conforme foi referido na análise desenvolvida, quer no setor têxtil como no vestuário, a proporção de empresas portuguesas que apontou o desenvolvimento de inovação de produto ficou bastante aquém da média dos dez principais países inovadores. Também no que se refere às despesas com inovação, o posicionamento das empresas nacionais não se altera no contexto europeu, quer no setor têxtil, quer no de vestuário. De salientar até, em comparação com o anterior inquérito relativo a 2016, que se verifica uma descida neste indicador.

De referir ainda que, quer no setor têxtil, quer no de vestuário, em 2018, os principais obstáculos à inovação foram essencialmente os custos elevados e a concorrência elevada. Relativamente aos obstáculos considerados menos relevantes, no caso dos têxteis foram indicadas as dificuldades na obtenção de subsídios ou apoios públicos para a inovação e a falta de acesso a conhecimento externo, enquanto no vestuário, para além da dificuldade na obtenção de subsídios, também a falta de parceiros de cooperação foi apontada entre os obstáculos menos relevantes.

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