

Portugal-España, febrero, tiempo 2: Oporto

# Modtissimo: España refuerza su hegemonía como socia comercial del textil portugués

Los expositores españoles de indumentaria redescubrieron con asombro los buenos resultados de Modtissimo.

En el tiempo 1 de estos espacios que hemos dedicado al encuentro Portugal-España, el primer escenario era Madrid, porque los propios portugueses aprovecharon el pretexto de una feria madrileña de comienzos de mes para lanzar el primer mensaje pan-ibérico, pero muy pocos días después (el 15 y el 16 de febrero) había otro encuentro circunstancial en Oporto, con motivo del certamen Modtissimo, y de nuevo los portugueses mismos aprovecharon esa circunstancia para hacer una segunda glosa del hermanamiento peninsular en el negocio textil, el segundo escenario de nuestro despliegue informativo en la materia, el tiempo 2.

Naturalmente, con tan poca distancia temporal los datos se repetían, las cifras proclamadas en la capital española aparecían de nuevo en la metrópoli portuguesa del Norte, pero hacían más rotundo aún el mensaje. El marco, por otra parte, era de

mucho efecto escénico: el aeropuerto Sá Carneiro, que ya el año precedente se había revelado como escenario de maravilla para este tipo de manifestaciones.

El éxito vendedor del textil portugués se patentizó para diversidad de productos en los últimos ejercicios cerrados: vestuario y accesorios en género de punto (aumento de 227 millones de euros), materias primas de algodón (hilos y tejidos), telas impregnadas, revestidas, recubiertas o estratificadas, artículos de materias textiles para usos técnicos. Las exportaciones

**Este año,  
el textil portugués  
alcanzará  
los objetivos fijados  
para 2020.**

de vestuario significan ahora el 61% del total, y las de materias textiles el 25%. Como compradores, España fue el principal protagonista, tanto por el volumen absoluto de compra realizada (absorbió el 36% de la exportación

portuguesa) como por la tasa de crecimiento en cuanto importador. Y los portugueses han sido muy expresivos una y otra vez al hacer público su reconocimiento.

Si nos ceñimos al evento concreto que sostenía esta manifestación, es decir, el salón Modtissimo número 49 (bautizado Modtissimo Airlines por alusión a su escenario), el efecto ferial era muy logrado. Todo resultó «ready for take off».

Tenía 101 expositores de tejidos y accesorios, y once agentes textiles que exponían por delegación; los extranjeros eran 51, de ellos, 30 italianos y 11 españoles (Diverchildren, Dogi, Ramón, Dimas, Marutx, Murtra, Manubens, Sídogras, Textil Girona, Juan Moragas, Unitrés). Y 61 de confección para adultos, entre ellos los españoles Docor, Diutex, Ingenitex, Industrias Valls y Textil Tapias. Participaban 30 expositores de servicios.

En cuanto a los expositores de indumentaria el salón ya había registrado una participación española con anterioridad, pero habían dejado de acudir (a diferencia de los de textiles, que mantuvieron regularmente en torno a una decena de firmas) porque, en resultados comerciales, en su momento no pareció muy estimulante. Pero los tiempos han cambiado. En

esta ocasión se presentaron en una operación coordinada con el BSTIM de Igualada, y quedaron asombrados por la calidad de los contactos establecidos (es decir, por el nivel de los compradores internacionales).

La oferta infantil, formada por 19 expositores, todos portugueses, tenía un área especial en un nivel superior del recinto aeroportuario. En cierto modo, un territorio de ensueño para una producción que también era muy atractiva.

La elección, por segunda vez, del aeropuerto como ámbito ferial se demostró acertada porque permite a los



(mucho antes de la fecha que se había fijado como horizonte), momento en que habrá una conferencia final, de rendición de cuentas; pero antes, en mayo próximo, ya tendrá lugar una conferencia previa en el Parlamento Europeo, con observadores internacionales. Se tratará de dar ya una imagen anticipada de alcance mundial sobre el nivel conseguido por la industria lusitana del textil-vestuario.

En la parte final del año, la industria portuguesa desplegará diversas acciones tendentes a difundir información sobre ese nuevo nivel de excelencia, proyectándola

sobre el mercado europeo y el mercado americano. Un avance aproximado se dio, para moda infantil, en el salón Pitti Bimbo de Florencia, y para confección en general en el Première Vision Manufacturing parisino, ambos en enero. Las restantes especialidades vendrán después. Es así, con la difusión adecuada, como se alcanzará el nivel de éxito de European Textile 2020.

Por cierto que, en lo que concierne al mercado americano, se ha extendido ahora la sombra de una gran incógnita: la posible repercusión de la nueva doctrina Trump, poco favorable al comercio internacional y a la Unión Europea. Pero, por el momento, es imposible sacar conclusiones. ■

visitantes internacionales hacer su trabajo con comodidad y volver a casa sin perder una noche. La Alfândega, recinto utilizado otros años, tiene mucho carácter, pero es menos funcional.

El número total de visitantes fue de 6.500, el 15% de ellos extranjeros. El Centro Tecnológico Citeve organizó el primer iTechStyle Innovation Business Forum, en el propio aeropuerto. El presidente de la patronal textil Paulo Melo, en una de sus numerosas alusiones al éxito que Portugal está alcanzando, dio un dato muy significativo: el sector ha creado, en solo un año, más de 4.000 puestos de trabajo.

El grado de autosatisfacción de los portugueses por el efecto logrado en

pocos años, desde una posición de derrota hasta la bonanza actual, lo expresa esta proclama reciente de uno de sus empresarios: «En calidad y diseño somos los mejores del mundo». Lo dijo Mário Jorge Machado, CEO de Estamparia Adalberto, que acaba de instalar una máquina de estampación digital, lo último en tecnología, y que por otra parte se declara un admirador incondicional de Amancio Ortega (que tiene muchos como él en Portugal).

El ambicioso proyecto European Textile 2020, en el que se encuadran todos los esfuerzos de mejora en los que están actualmente comprometidos los portugueses de la Región Norte (la cuna de la industria ITV), debe estar concluido en septiembre de 2017