

# EL SECTOR TEXTIL CONFECCIÓN PORTUGUÉS

GUIMARAES. CUNA HISTÓRICA DE PORTUGAL. MANTIENE SU LIDERAZGO TEXTIL

Acompañada por Aicep, *Pinker Moda* ha tenido la oportunidad de conocer más de cerca el sector textil/confección portugués a través de la visita a ocho de sus empresas en el norte del país. La visita ha confirmado el interés que tiene como fuente de aprovisionamiento global, sobre todo gracias a su calidad, competitividad y búsqueda de la sostenibilidad.

## Pymes familiares y bastante jóvenes

Hemos visto un sector formado sobre todo por empresas de tamaño mediano y pequeño, profundamente enraizadas en el medio ambiente en que han nacido, tanto desde el punto de vista geográfico como desde el punto de vista humano. En la mayor parte de los casos se trata de empresas familiares cuya gestión ha ido correspondiendo a distintas generaciones de la familia fundadora. Bastantes de ellas son empresas jóvenes con 20 o 30 años de vida e incluso menos. Todas muestran una relación fuerte con sus trabajadores, que en bastantes casos llevan muchos años en la empresa.

Generalmente, por otro lado, están ubicadas en medio de zonas rurales que también albergan las viviendas y cultivos de sus habitantes. Muchas veces resulta difícil llegar hasta ellas porque incluso el GPS tiene dificultades para orientarse en medio de una maraña de calles, caminos y carreteras que la mayor parte de las veces carecen de nombres y de números. Varias de ellas se encuentran en el Valle del Ave, cuya capital es Guimaraes y que está situado cerca de la frontera española con Galicia. Es la cuna histórica de Portugal y de una parte importante de su textil.

## Buena salud empresarial

Desde el punto de vista empresarial, todas las empresas visitadas, parecen gozar ahora mismo de una buena salud. A comienzos del S. XXI –sobre todo con la entrada de China en

la OMC- el textil/confección portugués sufrió una profunda crisis que le exigió replantear sus estructuras y objetivos. De ella salió saneado, con el convencimiento de que debía dirigirse a productos especializados y con elevado valor añadido que no tuviesen que competir con las de países de bajos costes. A menudo esta orientación ha implicado volcarse en artículos técnicos. Ello ha sido en buena parte posible gracias al Citeve, su centro tecnológico, y a CeNTI, centro de I+D dedicado a la nanotecnología.

A los directivos de las empresas se les ve muy seguros de lo que hacen y confiados en su futuro. Es el caso de **Peúgas Carlos Maia**, con su PST (*Prevent Strain Technology*), que considera casi como la clave del futuro de su empresa.

*Nuestro modelo de negocio* –nos dijo Joao Abreu, director general de Crispim Abreu- *no es muy glamuroso pero resulta muy efectivo. A nosotros nos funciona muy bien. Cada temporada, sin embargo, es un nuevo reto para entusiasmar al cliente. Yo siempre digo que la tranquilidad del futuro pasa por la no tranquilidad del presente. Si ahora estás inquieto y luchas por mejorar, en el futuro no necesitarás estarlo tanto.*

## Mentalidad industrial

En general, los empresarios con los que hemos charlado han mostrado siempre un fuerte carácter industrial: *nosotros somos fabricantes. No vamos a externalizar nunca la producción, si acaso la comercialización.* Tienen algunas marcas propias, sobre todo en artículos confeccionados, pero las utilizan poco. Parecen sentirse más cómodos trabajando para sus clientes con el formato *private label*. Exportan una parte muy mayoritaria de su producción, sobre todo a países del centro y norte de Europa. España, a pesar de la cercanía, tiene poco peso en sus ventas exteriores. Raramente comercializan una marca propia.

Las empresas visitadas exponen en buen número de salones internacionales. Dada su dedicación a artículos técnicos, uno de los más mencionados es la ISPO de Munich, donde varias de ellas han ganado premios a la innovación. Por supuesto, también lo hacen en Première Vision, Techtextil, etc. Su confianza comercial, sin embargo, parecer apoyarse más en su reputación ante sus clientes.

Un caso muy evidente es el de Riopelle, una empresa verticalizada que produce hasta 40.000 metros diarios de tejido.

### Especialización meditada

En general, las empresas visitadas están muy especializadas, prácticamente en los mismos productos con los que nacieron. No parecen haber caído en la tentación de la diversificación, aunque evidentemente sí que han ido introduciendo artículos nuevos.

S.I.T., por ejemplo, introdujo la confección *seamless* en Portugal, pero últimamente la aplica sobre todo a artículos técnicos y deportivos.

### Más sostenibilidad que digitalización

Respecto a la Industria 4.0 y a la digitalización, su actitud es contenida. *Ya hemos ido haciendo los deberes y este año seguiremos por ese mismo camino y a nuestro ritmo. La Industria 4.0 no es un dios al que debemos sacrificar la estructura y el ambiente de la empresa.*

Lo mismo ocurre con la inmersión en el comercio electrónico: *como somos empresas B2B, nosotros conocemos a nuestros clientes y ellos nos conocen a nosotros. Vienen aquí a ver las colecciones y a hacer tratos. Después gestionaremos las cosas a través de Internet, pero el trato inicial lo hacemos siempre cara a cara, en nuestras oficinas o, a veces, en salones profesionales. La inmersión en el comercio electrónico corresponde especialmente a nuestros clientes, que son los que llegan al cliente final.*

Su preocupación por la sostenibilidad, en cambio, es bastante mayor, con su consiguiente repercusión en su labor de I+D. La mayoría están amparadas por certificaciones conocidas, como ISO, Standard 100, SteP, GOTS, etc. Cuidan las materias primas, entre las que hay bastantes declaradamente sostenibles, recicladas, reciclables, etc. También los procesos manufactureros. Hemos visto, por ejemplo, algunas plantas para el saneamiento de las aguas residuales. Además, las empresas pueden recurrir a plantas colectivas o municipales. En algunas empresas –Tintex, por ejemplo– la sostenibilidad es su razón de ser.

Tintex, empresa que ya conocíamos gracias a su presencia en diferentes salones textiles, es una de las que destaca en este terreno. Ha trabajado y lo sigue haciendo con materias primas sostenibles –Tencel entre ellas– y colabora con instituciones como la Fundación Ellen MacArthur y Drip by Drip.



## El peso del textil/confección portugués en cifras

El sector textil/confección de Portugal tiene un peso importante en la economía de su país y dentro del sector europeo de textil/confección, tal como ponen de manifiesto las cifras que exponemos a continuación.

Según estos datos, proporcionados por la ATP (la asociación lusitana de textil/confección), representa:

- El 10% de las exportaciones nacionales.
- El 3% de las exportaciones de la UE en textil/confección.
- El 20% del empleo de la manufactura portuguesa.
- El 8% del empleo del sector textil/confección de la UE.
- El 9% del volumen de negocio de la manufactura portuguesa.
- El 9% de la producción de la manufactura portuguesa.
- El 4% de la producción del sector textil/confección de la UE.
- El 4% del volumen de negocio del sector textil/confección de la UE.

Estas cifras ponen de manifiesto la fuerte carga del sector en mano de obra. Su porcentaje dentro del empleo total en la manufactura portuguesa es bastante superior al de su participación en las ventas exteriores y en el volumen de negocio y de producción dentro del sector manufacturero portugués. Este hecho resulta fácil de entender porque el sector lusitano de textil/confección es un sector industrial y productivo, a diferencia de lo que ocurre con el mismo sector en otros países europeos.

## Evolución del sector entre 2017 y 2018

La misma ATP ha difundido recientemente los datos que ponen de manifiesto la evolución del sector durante los dos últimos años. Los resultados de 2018, en comparación con los de 2017, con cifras en millones de euros, son los siguientes:

	2017	2018
Volumen de negocio	7.607	7.610
Valor de producción	7.439	7.500
Censo empresarial	12.102	n/a
Personas empleadas	136.928	138.000
Exportaciones	5.215	5.328
Importaciones	4.139	4.254
Balanza comercial	1.076	1.074

Fuente: INE / ATP

Los datos ponen de manifiesto un crecimiento leve, pero más que satisfactorio dentro del actual contexto internacional. La balanza comercial, sin embargo, reduce un 0,19% su saldo positivo para Portugal debido al aumento del 2,77% de las importaciones frente al 2,16 de las exportaciones.

## Comercio exterior de Portugal en cifras

Las exportaciones portuguesas de textil/confección:

	2016	2017	(Ene. - Nov.)2018
Textiles	1.240	1.357	1.293
Confección	3.087	3.150	2.954
Textilhogar	708	708	687
<b>TOTAL</b>	<b>5.036</b>	<b>5.215</b>	<b>4.935</b>

Fuente: INE / ATP

El índice de crecimiento de las exportaciones durante 2018 fue especialmente importante en textilhogar (+5%). Textil y vestuario crecieron solo en torno al 1%. La media de todo el sector estuvo en el 2%.

## Comercio entre Portugal y España

Ventas de España a Portugal:

	2008	2012	2017	(Hasta Nov.)2018
Textiles	284	256	331	271
Confección	926	807	1.164	1.059
Textilhogar	70	55	85	81
<b>TOTAL</b>	<b>1.280</b>	<b>1.117</b>	<b>1.581</b>	<b>1.411</b>

Fuente: INE / ATP

Ventas de Portugal a España:

	2008	2012	2017	(Hasta Nov.)2018
Textiles	183	211	274	239
Confección	895	971	1.345	1.202
Textilhogar	117	111	144	146
<b>TOTAL</b>	<b>1.195</b>	<b>1.294</b>	<b>1.763</b>	<b>1.586</b>

Fuente: INE / ATP

Las ventas de Portugal a España absorben como máximo un 30% de las exportaciones lusas de textil/confección, una cifra que en algunas de las empresas que hemos visitado es bastante inferior. A lo largo de estos años, además, hemos visto un cambio de tendencia significativo. Si hasta 2011, el valor de las ventas de España a Portugal era superior a las de Portugal a España, a partir de esa fecha se produce el fenómeno contrario, que se ha mantenido bastante estable a lo largo de los años. En el comercio bilateral Portugal alcanza un claro superávit, que en los últimos años se ha mostrado bastante estable.

Una vez elaborado este retrato del sector, publicaremos un informe sobre cada una de las empresas visitadas en nuestra página web ([www.pinkermoda.com](http://www.pinkermoda.com)).



## Guimaraes, Portugal historical cradle, maintains its textile leadership

Accompanied by Aicep, *Pinker Moda* has visited eight textile and fashion companies in the north of the country. The visit has confirmed the interest it has as a source of global supply, especially thanks to its quality, competitiveness and search for sustainability.

We have seen a sector formed mainly by medium and small companies, rooted in the environment in which they were born. In most cases, they are family businesses. Generally they are located in rural areas, several of them in the Ave Valley, whose capital is Guimaraes, historical cradle of Portugal and an important part of its textile.

### Good business health

At the beginning of the 21st century, especially with the entry of China into the WTO, the Portuguese textile/clothing sector suffered a deep crisis that required it to rethink its structures and objectives. It came out healthy, with the conviction that they should aim at more specialized and added value products. Often this orientation has involved turning to technical articles. This has been largely possible thanks to Citeve, its technology center, and to CeNTI, a R+D center devoted to nanotechnology.

*Our business model -said Joao Abreu, CEO of Crispim Abreu- is not very glamorous but it is very effective. It works very well for us. Each season, however, is a new challenge to excite the customer. I always say that the tranquility of the future passes through the non-tranquility of the present.*

### Industrial mentality

In general, the sector is composed by companies with a strong industrial character: *we are manufacturers. We are*

*not going to outsource production. They feel comfortable working for their clients with the private label format. They export a large part of their production, especially to countries in central and northern Europe.*

In general, the companies are very specialized. They have not fallen for the temptation of diversification, although evidently they have been introducing new articles. The companies exhibit at a good number of international shows: ISPO, Première Vision, Techtextil, etc.

### More sustainability than digitization

Regarding Industry 4.0 and digitalization, its attitude is contained. *We have already done our homework and this year we will continue along the same path at our own pace. Industry 4.0 is not a god to which we should sacrifice the structure and the environment of the company.*

The same applies to immersion in electronic commerce: *since we are B2B companies, we know our clients and they know us. They come here to see the collections and make deals. The immersion in e-commerce corresponds to our customers, who are in contact with final customers.*

Its concern for sustainability, on the other hand, is much greater. Most products are certified by Standard 100, SteP, GOTS, etc. They take care of the raw materials, among which there are many clearly declared sustainable, recycled, recyclable, etc. Tintex stands out in this area, working with sustainable raw materials, Tencel among them.

### The weight of the Portuguese textile/clothing in figures

The Portuguese textile/clothing sector has an important weight in the economy of its country and European textile/clothing sector. It represents:

- 10% of national exports and 3% of EU exports.
- 20% of employment in Portuguese manufacturing and 8% at European level.
- 9% of the business volume of Portuguese manufacturing and 4% in Europe.
- 9% of the production of Portuguese manufacturing and 4% of the European.



## Evolution of the sector between 2017 and 2018

The same ATP has recently shown the evolution of the sector in 2017 and 2018. Both years results, with figures in millions of euros, are as follow:

	2017	2018
Turnover	7.607	7.610
Value of production	7.439	7.500
Companies number	12.102	n/a
Employees	136.928	138.000
Exports	5.215	5.328
Imports	4.139	4.254
Commercial balance	1.076	1.074

## Foreign trade of Portugal in figures

Portuguese textile/clothing exports:

	2016	2017	(Jan. - Nov.)2018
Textiles	1.240	1.357	1.293
Clothing	3.087	3.150	2.954
Home textiles	708	708	687
<b>TOTAL</b>	<b>5.036</b>	<b>5.215</b>	<b>4.935</b>

## Trade between Portugal and Spain

Sales from Spain to Portugal:

	2008	2012	2017	(Until Nov.)2018
Textiles	284	256	331	271
Clothing	926	807	1.164	1.059
Home textiles	70	55	85	81
<b>TOTAL</b>	<b>1.280</b>	<b>1.117</b>	<b>1.581</b>	<b>1.411</b>

Sales from Portugal to Spain:

	2008	2012	2017	(Until Nov.)2018
Textiles	183	211	274	239
Clothing	895	971	1.345	1.202
Home textiles	117	111	144	146
<b>TOTAL</b>	<b>1.195</b>	<b>1.294</b>	<b>1.763</b>	<b>1.586</b>

After drawing this general portrait of the sector, we are going to publish (at our website [www.pinkermoda.com](http://www.pinkermoda.com)) a report on each one of the companies visited.