

AVISO: 35/SI/2018

DESIGNAÇÃO: INCENTIVOS À QUALIFICAÇÃO E INTERNACIONALIZAÇÃO DAS PME | Projetos Conjuntos - Internacionalização

PROGRAMA OPERACIONAL: POCI - Programa Operacional Competitividade e Internacionalização
Lisboa2020 - Programa Operacional Regional de Lisboa

OBJETIVO TEMÁTICO: OT3 – Reforçar a competitividade das PME

PRIORIDADE DE INVESTIMENTO: PI 3.2 – O desenvolvimento e aplicação de novos modelos empresariais para as PME, especialmente no que respeita à internacionalização

TIPOLOGIA DE INTERVENÇÃO – TI 52: Internacionalização das PME

Designação do Projeto: FROM PORTUGAL 2020

Códigos do Projeto: POCI-02-0752-FEDER-045147/ LISBOA-02-0752-FEDER-045147

Objetivo Principal: Reforçar a competitividade das pequenas e médias empresas

Regiões de Intervenção: Norte, Centro, Lisboa e Alentejo

Promotor/Entidade beneficiária: ASM - Associação Selectiva Moda

Co-Promotor/Entidade beneficiária: ATP – Associação de Têxtil e de Vestuário de Portugal

Datas de Aprovação do Projeto: 26-12-2019

Data de Início do Projeto: 01/09/2019

Data de Conclusão do Projeto: 30/11/2021

Custo Total Elegível: 11.042.311,82 €

Apoio financeiro da União Europeia: POCI/FEDER – 6.027.093,87 €

LISBOA 2020/FEDER – 38.408,04 €

SÍNTESE DO PROJETO:

O projeto From Portugal enquadra-se nitidamente na tipologia de internacionalização. Todas as atividades e ações foram planeadas, tendo como objetivo o fortalecimento das capacidades empresariais das PME portuguesas da ITV e área da Moda para a internacionalização, a intensificação dos seus processos de internacionalização (particularmente o Têxtil e da área da Casa), bem como a sua inserção na Indústria 4.0 (aqui, valoriza-se a utilização crescente de ferramentas digitais, mediante o recurso a tecnologias e processos associados à Indústria 4.0).

O reforço da "capacitação empresarial das PME para a internacionalização" constitui uma das Prioridades de Investimento do Eixo II (Reforço da Competitividade das PME) do POCI, na qual se inscreve o objetivo específico deste AAC e do projeto apresentado, que se consubstancia no fomento de processos/ações de qualificação, permitindo o aumento da base e da capacidade exportadora e reconhecimento internacional das PME.

O desenvolvimento do programa estruturado base de intervenção num conjunto de PME consubstancia, assim, o objetivo acima exposto, sendo que, na conjuntura atual a internacionalização é a pedra de toque da expansão e da sustentabilidade das empresas e Setor como um todo. O mercado interno, para além de ser reduzido, atravessa um período difícil em consequência da crise económica conjuntural a que se tem assistido nos últimos anos e em consequência das medidas de austeridade implementadas. E o FP 2020 está em linha com esta estratégia.

O processo de internacionalização do projeto baseia-se na participação integrada das empresas portuguesas nos principais certames internacionais de forma a promover os produtos nacionais e incrementar as exportações e com base também em ações de promoção e marketing internacional e que tendam para o conhecimento e acesso a novos mercados, privilegiando os mercados e segmentos prioritários.

O plano de ações previsto integra soluções comuns e coerentes face a problemas ou oportunidades a explorar (consoante pode ser verificado na análise SWOT elaborada para as empresas a envolver).

Para além disso, todo o apoio que é dado às empresas ao longo do processo visa consolidar uma cultura empresarial de internacionalização, dotando as empresas de capacidades para prosseguirem sozinhas.

Porém, salienta-se que o projeto não se limita a planear e organizar a participação das empresas nos certames internacionais. Ao longo das suas edições, tem procurado adequar a sua estratégia às novas tendências de mercado e às alterações no paradigma de competitividade, procurando promover a melhoria dos fatores de competitividade das empresas. A estratégia de internacionalização desempenha um papel fundamental na adaptação de novos produtos a resposta aos desafios da Moda e do Design, da inovação e incorporação tecnológica e da qualidade.

A um nível global a ITV portuguesa tem tido uma performance positiva (como foi possível aferir no que respeita à evolução das exportações deste setor), sendo importante, no entanto, incluir as implicações da pandemia do COVID-19 no setor e na economia global.

Quando surgiu a COVID-19, a economia tinha recuperado, em larga medida, da crise anterior. No final de 2019, o PIB real tinha registado o seu 25º trimestre de expansão ininterrupta. O emprego total tinha aumentado em cada trimestre desde o final de 2013. A taxa de desemprego estava no nível mais baixo desde 2002 (6,5%). Os salários reais tinham crescido cerca de 2,7% em 2018 e 2% em 2019, depois de uma década

de quase estagnação. Pela primeira vez, em 50 anos, o saldo orçamental foi positivo, ao mesmo tempo, que a dívida pública, embora ainda elevada, seguia uma tendência claramente descendente. A balança corrente, que, historicamente, tinha apresentado valores negativos, permaneceu equilibrada ou ligeiramente positiva desde 2013. Não obstante, no início de 2020, a economia e a sociedade portuguesa ainda se caracterizavam por vários problemas estruturais e por uma herança pesada decorrente da crise anterior, refletida nos níveis comparativamente elevados das dívidas pública, privada e externa, nos salários relativamente baixos e as elevadas desigualdades de rendimento, e no grau de segmentação do mercado de trabalho (quase um quinto dos trabalhadores tinham contratos temporários em 2019). Contudo, desenvolvimentos recentes sugeriam que Portugal estava gradualmente a corrigir muitas das suas fragilidades sociais e económicas.

Mas, com o aparecimento do COVID-19 (em março de 2020), foram adotadas medidas de contenção, tanto pelas autoridades públicas como pela população em geral.

A 12 de março, o Governo anunciou medidas extraordinárias de contenção e mitigação cobrindo um vasto leque de domínios: proibição de deslocações não essenciais, e todos os ajuntamentos; as escolas e lojas não essenciais foram encerradas; os movimentos fronteiriços e os voos frequentes restringidos. O estado de emergência foi declarado a 19 de março e renovado duas vezes, tendo terminado a 2 de maio. Foi nessa altura substituído pelo estado de calamidade (menos severo), associado a uma reabertura gradual das atividades económicas e sociais.

O clima económico deteriorou-se rapidamente. O colapso estendeu-se a todos os indicadores de confiança estimados pelo INE. No primeiro trimestre de 2020, o PIB real caiu 2,4% (em termos homólogos) e 3,9% (face ao trimestre).

As previsões macroeconómicas atuais da Comissão Europeia, do FMI e do Banco de Portugal apontam para uma crise profunda em 2020, seguindo-se uma recuperação moderada em 2021. Prevê-se que o PIB caia entre 3,7% e 8% e que a taxa de desemprego atinja entre 9,7% e 13,9%.

Paralelamente à incerteza relativa ao futuro de situação sanitária, a situação económica em Portugal estava e está dependente dos desenvolvimentos económicos e políticos internacionais.

Especificamente na ITV (em termos homólogos, variação entre abril de 2020 e abril de 2019), o aumento de desemprego foi de cerca de 34%. Em termos de valor acrescentado bruto (VAB) em abril, a ITV portuguesa registou uma redução de cerca de 47% (Fonte: Banco de Portugal), explicada pelos fatores e medidas implementadas descritas anteriormente (como o encerramento de atividades não essenciais, com tudo o que implica a nível de produção, expansão e internacionalização do setor em questão). O efeito da pandemia na ITV portuguesa também se refletiu na impossibilidade das PME concretizarem planos de deslocações internacionais para expansão da capacidade exportadora internacional (como, por exemplo, a deslocação para participação em Feiras Internacionais do setor da moda).

Ou seja, a ITV portuguesa foi severamente afetada pelos confinamentos nacionais, tanto em Portugal, como no estrangeiro. Por exemplo, os acessórios de moda ocupam o primeiro lugar entre os produtos com o maior declínio nos pagamentos com cartão de débito (-98%), refletindo uma forte quebra na procura, tal como noutros países.

As reflexões provenientes deste projeto serão muito importantes para fomentar a consciencialização, sensibilização sobre a problemática e a adoção de boas práticas pelo setor da moda/ITV portuguesa; e para suportar a mudança de mentalidades e para a adoção de estratégias mais adequadas.

Com este projeto pretende-se também alertar para que atores do setor da moda português integrem conceções, tendências e perspetivas no que concerne às oportunidades nos mercados alvo, com foco no paradigma da sustentabilidade socioambiental e com vista a apreender e concretizar conceitos e objetivos:

- Aumento das exportações da ITV portuguesa via reforço e digitalização dos processos de promoção e Marketing desta indústria lusa nos mercados externos, bem como no paradigma da sustentabilidade e da economia circular, que são temas bastante em voga e que se assumem como fundamentais na reputação do setor nos mercados.
- Adotar a vertente tecnológica impressa na inovação e sustentabilidade “green” (têxteis “green”) tem merecido, no âmbito da ITV portuguesa, cada vez maior destaque.
- Os consumidores estão cada vez mais interessados na sustentabilidade dos produtos que adquirem (Ex: eco-labels), exigindo ao mercado garantias de compromisso com o ambiente.
- Desta forma, assegurar a sustentabilidade dos negócios é uma excelente forma de gerir riscos e obrigações legais, mas também de diferenciação, em contextos competitivos e perante consumidores cada vez mais exigentes. Globalmente, as empresas estão sob um escrutínio cada vez maior, esperando que sejam capazes de gerar valor social e ambiental, além do obrigatório valor económico, o qual está cada vez mais dependente dos dois primeiros (valor social e ambiental).

Este projeto contribuirá para o enriquecimento de informação que as empresas detêm, podendo utilizar os seus conteúdos para aumentar a quota de mercado e a base exportadora nesses mercados alvo. Espera-se, incisivamente, o potencial de celebração de um maior número de acordos comerciais e parcerias, traduzindo-se na obtenção de maiores recursos financeiros para as empresas, permitindo-lhes, com nova visibilidade, modernizar, captar talento e evoluir dentro da sua área de negócio com uma maior facilidade face às conjunturas e desafios que o setor enfrenta ou poderá enfrentar no futuro.

Despesa Aprovada	11 042 311,82 €
Despesa Apresentada	11 063 460,18 €
Despesa Certificada	11 061 727,47 €

Taxa Execução Financeira FP 2020
100,18%



Heimtextil 2020



A+A 2021



Pure London 1ª Edição



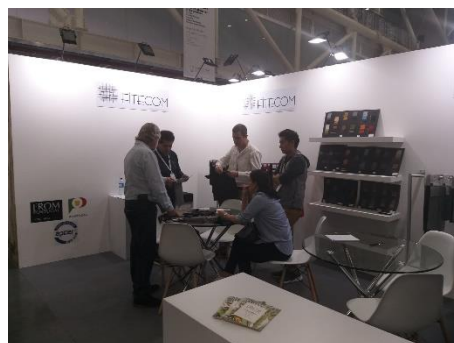
Pitti Bimbo 1ª Edição



Fabric Start 2ª Edição



Mostra Coletiva Mercado República Checa



Colombiatex