



WHITEPAPER

A ITV, HOJE E NO MUNDO DO AMANHÃ

POR VÂNIA MASCARENHAS
HEAD OF MARKETING AT INFOS

A ITV TEM ENFRENTADO MOMENTOS BASTANTE ADVERSOS AO LONGO DOS ANOS, CONTUDO CONSEGUIU SEMPRE ADAPTAR-SE COM SUCESSO

Para fazer frente às dificuldades encontradas, o setor já teve de se reinventar e apostar em novos métodos para se diferenciar dos concorrentes de mercado, tanto pela questão dos preços, como pela qualidade. Para que isto acontecesse as empresas investiram nas inovações tecnológicas. Este investimento é efetuado de várias formas, seja na qualidade do produto, como fator de diferenciação da concorrência externa, como na responsabilidade social. Este último ponto tem vindo a ganhar cada vez mais relevância no mundo empresarial e global, com várias empresas a apostarem nas boas práticas de modo a aproximarem-se do seu público alvo que se mantém informado sobre estes pontos e os utiliza como ponto diferenciador no momento da escolha da marca.

Várias empresas portuguesas da ITV reconheceram esta importância e tomaram decisões estratégicas a pensar nesta tendência, encontrando soluções para que consigam aproximar-se do seu cliente, aplicar as boas práticas assim como técnicas sustentáveis para o meio ambiente. Um exemplo disso é a reutilização da água, já que a ITV tem um impacto elevado na poluição deste recurso valioso.

A adaptação ágil do sector têxtil português ao longo dos tempos assim como à atual pandemia, que em apenas duas semanas passou a oferecer máscaras e equipamentos de proteção aos profissionais de saúde, é um case study internacional.

REINVENÇÃO
ESTÁ NO ADN
DA ITV
PORTUGUESA

UM SETOR CHAVE PARA O PAÍS

No ano de 2020 a ITV, à semelhança de todos os setores da economia portuguesa, está a ser desafiada com a pandemia

Neste cenário, são muitas as empresas que já estavam bem preparadas tendo investido e implementado soluções tecnológicas nos seus processos. Este investimento tecnológico propicia uma capacidade de reinvenção fantástica destas indústrias, tanto nos processos internos a serem executados em segurança como na produção de material hospitalar.

Como sabemos, a ITV tem uma grande importância na economia portuguesa. Em 2019 as atividades ligadas à indústria da moda geraram um volume de negócios de 15 mil milhões de euros e representam 11% das exportações efetuadas pelo país (PESO NO PIB).

No panorama europeu, o setor tem grande importância representando 7% do volume de negócios



A ITV sempre foi bastante capaz de reinventar-se em momentos de crise, e neste momento é necessário efetuar mudanças. Segundo a AICEP e a ATP, várias empresas diversificaram a direção da sua produção para o fabrico de equipamentos de proteção individual (EPI). Esta reinvenção é uma oportunidade para a indústria, pois possuem maquinarias para a execução de máscaras sociais e fardamento hospitalar, por exemplo. A exportação destes artigos pode ser visualizada como uma oportunidade, já que existe uma elevada procura das mesmas e esta procura vai-se manter por algum tempo. A Adalberto é um exemplo disso mesmo, conseguindo reinventar-se e produzindo máscaras sociais que inativam a covid-19. Até ao momento, além da produção, a empresa conseguiu garantir parceiros estratégicos decisivos para ter sucesso, empresas como a MO, marca de retalho da Sonae Fashion, do iMM, do CITEVE e da Universidade do Minho. A cooperação entre organizações é algo bastante relevante para o setor, para crescer em conjunto e para que o país continue a ser uma referência mundial.

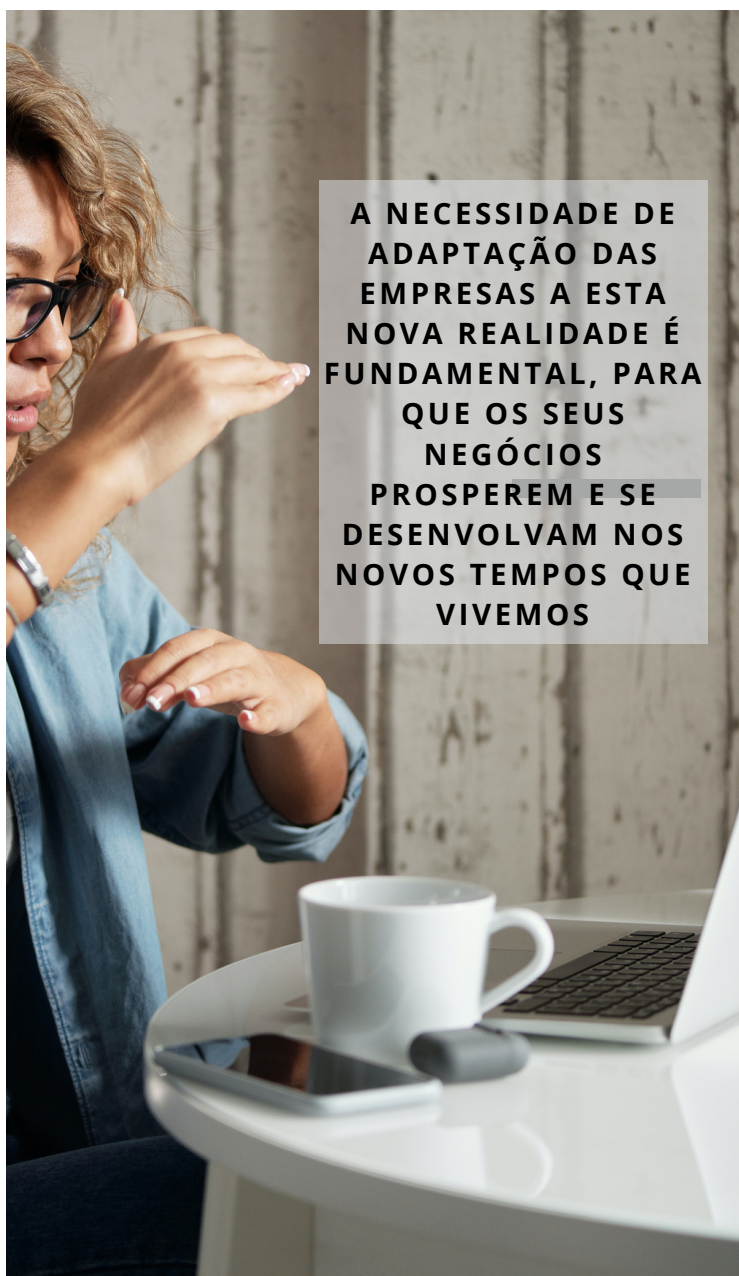


AS NECESSIDADES ATUAIS DA ITV IMPÕEM UMA ALTERAÇÃO DOS PROCESSOS INTERNOS PARA QUE O DISTANCIAMENTO SEJA CUMPRIDO.

Neste momento existem soluções para que a maquinaria consiga ser **controlada à distância** e os **dados da fábrica** registados automaticamente, sendo possível visualizá-los em qualquer local. Além desta necessidade de manter a distância, já era possível identificar algumas fragilidades que as empresas do setor sentem. Mesmo com os avanços tecnológicos, é notório que ainda são muitas as empresas em que os processos são efetuados de forma manual, o que leva a uma menor **precisão da informação** e a impossibilidade de sincronizar a informação de toda a organização. Este tema leva-nos à gestão da produção, que é a resposta para que as empresas consigam obter melhores resultados. Este conceito pode ser definido como um conjunto de 4 atividades, **o planeamento, a execução, o controlo e a monitorização**.

O controlo de custos vem na sequência deste tema, já que é importante para as empresas obter informação atualizada do **peso dos custos de cada seção** da fábrica para que possa optar pela melhor estratégia.

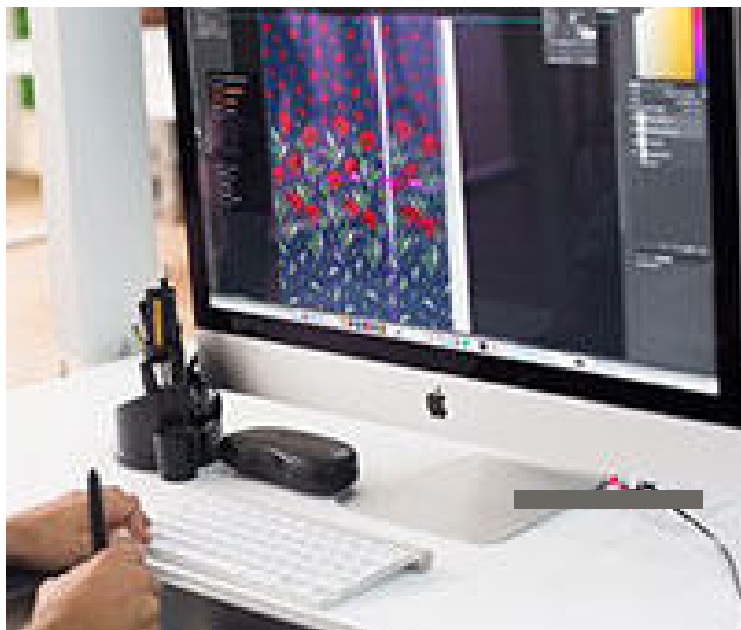
A **subcontratação da produção** é uma estratégia em que as empresas podem obter bastante sucesso, já que é possível dividir encomendas e expertise com parceiros da mesma área e por isso mesmo, as propostas acabam por ser eficientes para além de conferirem capacidade de resposta á demanda do mercado. A gestão eficiente da subcontratação é fundamental para as empresas que necessitam de soluções para que a informação seja unificada.



A NECESSIDADE DE ADAPTAÇÃO DAS EMPRESAS A ESTA NOVA REALIDADE É FUNDAMENTAL, PARA QUE OS SEUS NEGÓCIOS PROSPEREM E SE DESENVOLVAM NOS NOVOS TEMPOS QUE VIVEMOS



Regenerar o Setor Ganhar o Futuro



**ACEDA AO DIAGNÓSTICO
CLICANDO AQUI**

EXISTEM VÁRIAS INICIATIVAS E PROJETOS DESENVOLVIDOS EM PARCERIA COM A ATP, CITEVE E GOVERNO PARA AJUDAR AS EMPRESAS

De modo a ajudar o setor nestas mudanças, a ATP desenvolveu um projeto para “Regenerar o setor: ganhar o futuro”. Neste projeto é possível visualizar que a digitalização será um dos pontos decisivos para conseguir recuperar o setor. A digitalização é uma das prioridades do setor têxtil nacional já que “estamos num momento desafiante: a indústria 4.0 e o desafio digital, que vai introduzir a robotização e a Inteligência Artificial são uma oportunidade para os trabalhadores da nossa indústria”, citando Mário Jorge Machado, presidente da ATP.

Além deste projeto, também foi desenvolvida a iniciativa DigiTVC. Por parte do país luso, fazem parte o CITEVE e o município de Vila Nova de Famalicão. O programa abordará o desafio da digitalização em três linhas de ação: diagnóstico das necessidades críticas de digitalização da cadeia de valor têxtil; colaboração com startups para o desenvolvimento de soluções tecnológicas; e o desenvolvimento e sistematização de protocolos de digitalização.

As plataformas digitais estão a ganhar cada vez mais importância para as ITV. Os marketplaces estão a conquistar cada vez mais adeptos, e com isto poderá ser importante para as empresas começarem a analisar a oferta existente no mercado. A forma como este tipo de plataformas pode ajudar a ITV encontra-se no potencial de proximidade com o cliente que é possível obter, em qualquer ponto do mundo. Existem de momento marketplaces generalistas e alguns mais específicos para o setor do têxtil e vestuário. No caso do mercado B2B, os marketplaces possuem ferramentas que conseguem facilitar as negociações e as condições de pagamento, por exemplo.