



Do algodão regenerativo ao tingimento com microrganismos: empresas portuguesas investem em inovação sustentável e reinventam indústria da moda

Num contexto marcado pela pressão crescente para tornar a moda mais sustentável, **a indústria têxtil e do vestuário portuguesa está a afirmar-se como um polo de inovação**, reforçando a competitividade de um setor estratégico para a economia nacional. Segundo os dados mais recentes, de 2024, **o setor representa cerca de 1,7% do PIB, 7,8% das exportações portuguesas e 17,3% do emprego da indústria transformadora**. Em 2024, existiam em Portugal **quase 12 mil empresas dedicadas ao fabrico de têxteis e vestuário, responsáveis por mais de 118 mil postos de trabalho e um volume de negócios superior a 8,2 mil milhões de euros**. A forma como a indústria portuguesa está a responder aos desafios da sustentabilidade, através da inovação e da criação de valor, é o foco do estudo [«Sustentabilidade na Moda: Inovação e Competitividade em Portugal»](#), da **Fundação Francisco Manuel dos Santos**.

Com um impacto ambiental relevante, **a indústria global da moda é responsável por 2% a 8% das emissões mundiais de gases com efeito de estufa**, dependendo das estimativas, e enfrenta o desafio de reduzir o consumo de recursos, minimizar os resíduos têxteis e adaptar-se a novas exigências regulatórias, que procuram acelerar a transição para modelos de produção mais circulares e reduzir a dependência da *fast fashion*. Da autoria de Céline Abecassis-Moedas, Laure Leglise e Mariana Pereira Silva, **o estudo analisa sete casos de inovação desenvolvidos em Portugal e conclui que a colaboração entre produtores e marcas é determinante** para desenvolver materiais e processos mais sustentáveis e reforçar a competitividade internacional da indústria portuguesa.

Os casos analisados incluem **inovações como algodão regenerativo** (cultivado com práticas agrícolas que procuram melhorar a saúde do solo e promovem a biodiversidade), **poliéster reciclado com tratamento repelente**, **fibras de ácido polilático (PLA)**, **têxteis de liocel**, **tingimento com microrganismos** e **processos de acabamento com menor consumo de água**.

Ao contrário da perceção de que são as marcas que lideram a inovação na moda, o estudo mostra que **são, frequentemente, os produtores que impulsionam o desenvolvimento de novas soluções sustentáveis**. Enquanto **os produtores contribuem com conhecimento técnico, capacidade industrial, investimento em tecnologia e assumem grande parte do risco associado à inovação**, as marcas fornecem conhecimento do mercado, visão estratégica e acesso aos consumidores. Os fornecedores portugueses estão a evoluir de



fabricantes para parceiros estratégicos das marcas, oferecendo não apenas produtos, mas também serviços como rastreabilidade, reciclagem, desenvolvimento conjunto de materiais e apoio técnico.

A investigação demonstra também que a **proximidade geográfica e as relações de longo prazo são decisivas para acelerar a inovação e transformar processos produtivos, reduzindo consumos de água, energia e produtos químicos, bem como as emissões de carbono**. A concentração da indústria têxtil e do vestuário no Norte de Portugal constitui uma vantagem competitiva relevante para as empresas do setor, num contexto marcado por cadeias globais complexas e fragmentadas.

O estudo destaca que a competitividade internacional da indústria portuguesa assenta hoje em **quatro vantagens principais: mão de obra qualificada, capacidade tecnológica, concentração geográfica de empresas especializadas e forte investimento em sustentabilidade**. Entre 2010 e 2021, **o número de empresas do setor têxtil e do vestuário que investiram em investigação e desenvolvimento (I&D) aumentou 153%**, passando de 64 para 162 empresas. O investimento empresarial em I&D atingiu cerca de 43 milhões de euros.

Apesar dos progressos, persistem **desafios como os custos da inovação, as dificuldades de financiamento das pequenas e médias empresas, a escassez de recursos humanos especializados e a adaptação à nova legislação europeia em matéria de sustentabilidade**. O estudo **recomenda um reforço dos mecanismos de apoio ao investimento em inovação, uma maior colaboração entre empresas, universidades e centros tecnológicos, o apoio à adaptação às novas exigências regulatórias e uma estratégia mais ambiciosa de promoção internacional da indústria portuguesa**.

As autoras sublinham que em muitos mercados internacionais, a etiqueta “*made in Portugal*” já é sinónimo de qualidade e de sustentabilidade. O desafio passa agora por consolidar essa reputação através do investimento contínuo em inovação, talento e colaboração, afirmando internacionalmente a marca “*sustainably made in Portugal*”.

Para mais informações e contactos de media:

Manuel Louro | manuel.louro@kreab.com | 91 888 11 24