

NEGÓCIOS E EMPRESAS/PME

PAULO GONÇALVES, DIRETOR DE COMUNICAÇÃO DA APICCAPS, CONSIDERA

Subida de salários superior à retirada competitiva às empre

Os aumentos de salários bem superiores aos da produtividade estão a provocar uma perda de rentabilidade e competitividade nas empresas, afetando as exportações portuguesas – afirma Paulo Gonçalves, diretor de comunicação da APICCAPS – Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos.

Só conseguindo repercutir no preço esse aumento de custos as empresas conseguirão sobreviver. O setor do calçado é constituído por aproximadamente 1864 empresas e emprega cerca de 40 mil pessoas.

RAFAELA OLIVEIRA
Aluna do 12.º ano, do curso com Plano Próprio de Contabilidade e Gestão, via tecnológica, do Colégio Internato dos Carvalhos.

Vida Económica - Qual a sua opinião e visão para o futuro do calçado?

Paulo Gonçalves – Espero que seja risonho. Acredito muito que a indústria portuguesa do calçado tenha um caminho para percorrer, mas, naturalmente terá futuro. A nível internacional, vamos seguramente ver um conjunto de alterações, eu espero é que o nosso país possa estar na linha da frente e possa ser vanguardista e uma referência internacional no setor do calçado.

VE - Como tem evoluído a indústria do calçado em Portugal nos últimos 20 anos?

PG - Do ponto de vista meramente qualitativo, a indústria portuguesa do calçado perdeu peso nos últimos 20 anos. A título de exemplo, o setor perdeu 400 empresas e perdeu mais de 15 mil postos de trabalho, se ficássemos por aí, era uma análise profundamente negativa.

Há 20 anos, nós tínhamos 20 empresas multinacionais no nosso país, alemãs, francesas, inglesas. Por via da en-

trada do China na Organização Mundial do Comércio (OMC), essas empresas multinacionais deixaram de produzir em Portugal.

O país foi confrontado com esta equação: ou procurávamos ser competitivos por via do preço, ou procurávamos migrar os nossos produtos, as nossas produções para segmentos de maior valor acrescentado e procurávamos competir com, nomeadamente, a Itália. E nós claramente optamos pela segunda opção.

Se nós tivéssemos tido a tentação, há 20 ou 30 anos, de ser competitivos por via do preço, hoje, provavelmente, não existiria



“Acreditamos que no futuro a indústria possa ser mais atrativa, nomeadamente para as pessoas mais novas”, afirmou Paulo Gonçalves, durante o encontro com os alunos do Colégio Internato dos Carvalhos.

setor do calçado em Portugal, porque no limite existe sempre alguém que produza mais barato.

Hoje, a indústria é mais madura, mais internacionalizada e o produto é consideravelmente melhor.

Necessidade de captar uma nova geração para as empresas**VE - Quais as principais ameaças que o setor enfrenta?**

PG - No final do ano passado, apresentámos o nosso Plano Estratégico para a próxima década. Neste documento são referidas três grandes ameaças e eu acrescentaria uma outra. A primeira tem que ver com a emergência de novos concorrentes, do ponto de vista do preço, é o caso da Turquia, que é um “player”. A segunda tem que ver com o aumento generalizado dos custos: dos salários, das matérias-primas, dos transportes, etc., que cria dificuldades adicionais às empresas. O terceiro tem a ver com as diferenças ao nível do perfil do consumidor e ao nível dos produtos propriamente ditos, isto é, Portugal é altamente especializado na produção de calçado em couro, 85% do que nós fazemos é calçado em couro e é especializado no calçado clássico ou semi-clássico, vou-lhe chamar assim, são duas tipologias de produto que estão relativamente colocadas em causa, para não dizer ameaçadas.

A quarta ameaça é a necessidade de o setor captar uma nova geração para as nossas empresas.

VE - Qual é o papel e importância da APICCAPS no e para o setor do calçado nacional?

PG - Eu costumo dizer isto às empresas, que a APICCAPS é o que as empresas querem que seja. Nós temos cerca de 400 associados de toda a fileira e as necessidades são diferentes de empresa para empresa.

A APICCAPS é a entidade que representa o setor em Portugal e no estrangeiro, somos o intermediário das empresas junto governo português, dos bancos ou a Comissão Europeia, em Bruxelas.

Falamos a uma voz só, com uma estratégia única para que possamos todos em conjunto construir um futuro mais competitivo para as nossas empresas. Além disso, damos um conjunto de apoios, desde a área comercial à área jurídica, entre outros.

VE - Que desafios enfrenta o calçado português pós Covid-19 na sua internacionalização?

PG - O impacto da pandemia foi muito forte na indústria do calçado a nível internacional, a quebra do consumo foi superior a 20%. O que se deixou de vender em 2020 é o equivalente a 70 anos de produção de calçado em Portugal.

Felizmente, o setor recuperou em 2021 e em 2022 e, do ponto de vista das exportações, atingimos o melhor resultado de sempre.

Faltam marcas de relevância em Portugal

VE - Como é que uma marca portuguesa (Made in Portugal) se pode afirmar a nível internacional face à forte concorrência no mercado mundial?

PG - Como país, Portugal pode afirmar-se como um produtor de calçado de exce-

Aumento dos custos de produção pode levar à deslocalização ou subcontratação de parte da produção

lência, que vende a preços justos e que, no final, respeita as convenções internacionais e os direitos humanos, em contraponto a 88% dos sapatos que são feitos no continente asiático.

No entanto, não existem marcas portuguesas de relevância em praticamente nenhum setor de atividade em Portugal, incluindo no setor do calçado. Eu conheço uma, chama-se Cristiano Ronaldo. Não conheço outra.

Os nossos setores de atividade não têm marcas por falta de visão, por falta de estratégia, por falta de dimensão, por falta de recursos humanos, por falta de investimento financeiro. Até agora, tem-nos faltado um bocadinho de tudo. Tem-nos faltado, em primeiro lugar, dimensão. Quando falo de dimensão, é uma empresa robusta, do ponto de vista financeiro, que tenham recursos humanos qualificados para trabalharem na marca e, depois, é preciso ter ambição, saber que naturalmente é um investimento sem retorno a curto prazo.

VE - Quais são as maiores dificuldades das empresas em aceder a novos mercados?

PG - Temos de afinar a nossa estratégia, porque irmos à procura de novos mercados, fazemos investimentos muito significativos e, depois, no final, se o resultado for pouco expressivo, se calhar, não vale a pena.

VE - Qual considera ser a feira mais importante do setor a nível internacional e porque?

PG - Atualmente é a MICAM. As feiras são muito importantes, porque permitem-nos contactar com os nossos clientes tra-

atividades

dicionais e com novos clientes, alguns deles vêm visitar as nossas empresas.

Gostávamos que as empresas tivessem uma atividade promocional extensa, seja visitar os clientes, seja a participar em feiras.

Subida de salarios desfasada do aumento de produtividade

VE - Em que medida o aumento contínuo do salário mínimo em Portugal ameaça a competitividade externa da indústria do calçado?

PG - Se os aumentos dos salários forem muito superiores aos aumentos da produtividade, as empresas estão a perder rentabilidade e competitividade. Isso implica que as empresas tenham de procurar outro tipo de clientes, passarem dos segmentos médios para segmentos mais elevados e optar por outras vias.

Aquilo que nos diz o nosso Governo é que o salário mínimo nacional vai continuar a aumentar. Portanto nós temos de procurar outras alternativas, ou conseguimos aumentar os preços ou conseguimos substituir os clientes por outros clientes disponíveis para pagar preços que nós consideramos mais justos ou reduzimos os custos produtivos, deslocalizando ou subcontratando uma parte da produção, há várias vias, sabendo que, diante disso, os custos vão continuar a aumentar.

VE - Qual o impacto do aumento dos preços dos fatores de produção na indústria do calçado português?

PG - É significava porque nós não estamos a conseguir repercutir no preço final do calçado todos esses aumentos significativos, alguns deles são nossos e é com esses que nos temos de preocupar mais. Estou a falar, nomeadamente, do aumento dos custos salariais, só o salário mínimo nos últimos seis ou sete anos aumentou mais de 40%. Naturalmente, que temos consciência que os salários em Portugal são baixos, em todo o caso aquilo que nos ensina a teoria económica é que aumentos dos salários superiores ao aumento da produtividade colocam em causa a competitividade externa dos setores, nomeadamente a exportadora.

E aquilo que tem acontecido nos últimos anos no nosso setor é aumentos dos salários bem superiores aos da produtividade. E associado a isso, os outros custos, matérias-primas, seja das peles, das solas ou mesmo dos transportes preocupam-nos, mas aí são idênticos ao aumento dos custos dos nossos concorrentes italianos, espanhóis, portanto temos de conviver com eles, temos é que conseguir ter a ginástica suficiente para repercutir no preço final do calçado esses custos, porque de outra forma, tal como com o aumento dos salários, as empresas perdem competitividade.

VE - Qual a estratégia para combater a falta de mão de obra que o setor enfrenta?

PG - Nós temos de melhorar as condições nossas empresas, nós vamos ter de acolher melhor os trabalhadores, nomeadamente, as gerações mais novas.

As nossas fábricas têm de ser mais atrativas, o ambiente tem de ser menos hostil, porque, às vezes, os ambientes nas fábricas são hostis.

E, ainda, passará sempre pela questão de alguma tecnologia. Os próprios equipamentos têm de ser mais ágeis, mais ativos, nomeadamente, para as pessoas mais jovens. Nós esperamos que, no segundo se-

meire deste ano, podemos fazer algumas ações nas zonas de forte concentração na indústria do calçado. Nós queremos, de facto procurar ir às escolas e combater alguns dogmas que existem. Porque durante

muito tempo as fábricas eram vistas como de trabalhos rotineiros, ambientes pesados. Acreditamos que no futuro a indústria possa ser mais atrativa, nomeadamente, para as pessoas mais novas.

PUE