

Sapatos

O segredo do sucesso português não está nos preços baixos

Design, qualidade de fabrico e marcas próprias: estas foram as receitas do sector do calçado para sair da crise em que se encontrava há uma década. Nos sapatos, o "made in Portugal" vende e aos preços mais elevados

Samuel Silva

Se o calçado é hoje uma das raras histórias de sucesso da indústria portuguesa foi porque soube passar por cima das suas próprias tormentas. Há pouco mais de uma década, o sector vivia em clima de crise, ameaçado pela saída de Portugal de alguns gigantes europeus e pela debanda de encomendas para países com mão-de-obra mais barata. Hoje, cresce a nível global, mesmo num cenário económico difícil, no país e no mundo.

Em poucos anos, o sector do calçado reagiu às dificuldades, percebeu as suas próprias limitações e deu-lhes resposta, modernizando-se. Hoje, o triunfo dos sapatos portugueses baseia-se num triân-

gulo: qualidade, design e relação de confiança com os clientes. "O design português tem procura mundial", valoriza Ute Windhausen-Kiss, codirectora da GDS, uma das maiores feiras mundiais do sector que decorreu, na primeira semana do mês, em Dusseldorf, na Alemanha. Segundo a especialista, apenas a Itália ultrapassa Portugal a nível de procura.

Windhausen-Kiss considera que esse reconhecimento internacional se justifica por dois factores: a "qualidade do produto português", há muito reconhecida no meio, e uma aposta em marcas próprias "que permitem reconhecer esse sucesso" a nível global. Na feira de Dusseldorf, Portugal esteve representado por 74 e lançou três novas marcas para o mercado, reforçando uma aposta que, nos últimos anos, tem trazido maior reconhecimento aos sapatos nacionais.

Foi o que fez a Marisport, uma empresa de grande tradição no sector, que começou há 25 anos, em Fel-

gueiras, a criar calçado desportivo e de segurança. Na GDS, apresentou a Neosho, uma marca que quer aliar o "espírito urbano e algum estilo *vin-tage*", explica o administrador Adriano Marinho. A empresa factura 14 milhões de euros por ano a trabalhar para outras marcas, mas quer acrescentar os seus próprios sapatos à sua produção, como forma de diversificar a oferta e proteger-se das variações do mercado de encomendas. "Em três a quatro anos, esperamos que a Neosho possa valer 20% da facturação da empresa", antecipa o responsável.

Na mesma feira, o grupo Joia apresentou a Cloud, a sua nova marca, disposta a entrar no segmento do calçado urbano confortável, mostrando algum atrevimento dos empresários portugueses, mesmo em tempo de crise internacional.

A importância dada ao design e à criação de marcas próprias foi um ponto de viragem no calçado português. A essas duas apostas, juntou-se

uma modernização tecnológica, a qualificação da mão-de-obra e uma maior abertura aos mercados internacionais, colocando os sapatos portugueses em destinos cada vez mais longínquos. Os outros "trunfos" do sector já estavam há muito nas mãos dos industriais portugueses. A qualidade dos sapatos feitos em Portugal já era reconhecida, sobretudo na Europa, há décadas.

"Quando se pega num produto dos nossos pode ver-se que há uma mão que sabe fazer o sapato", ilustra José Machado, administrador da Macosmi, empresa de Santo Tirso que detém as marcas Atelier do Sapato e CoqueTerra. Os clientes reconhecem esse saber-fazer e exigem o selo "made in Portugal" nos seus produtos. "Isso diferencia", defende Ruben Avelar, da Profession Bottier.

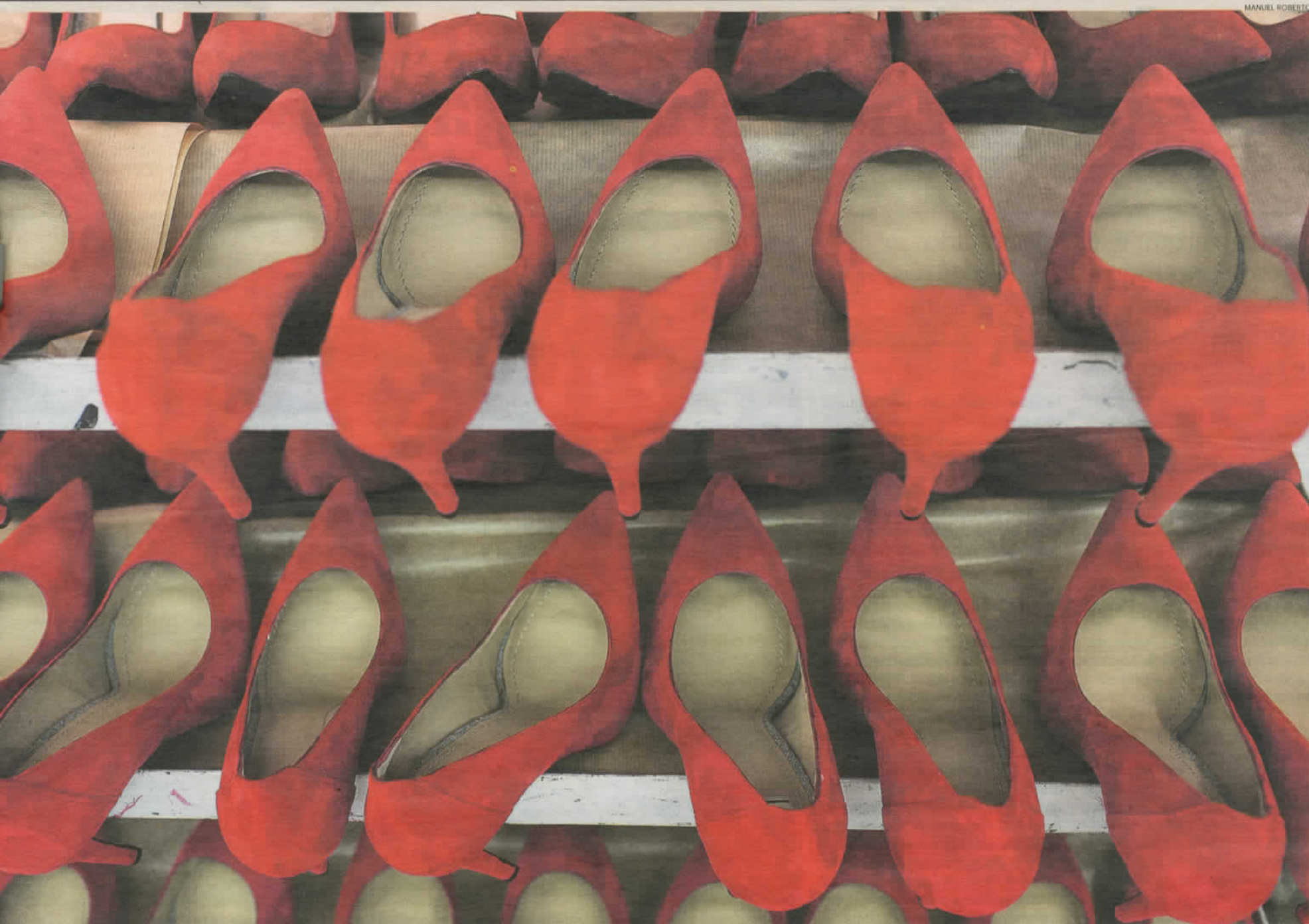
A realidade internacional também ajuda Portugal. A nível global, o sector começou a recordar-se que a qualidade é mais importante do que os baixos preços. E actualmente

há clientes que tinham optado por países de mão-de-obra mais barata, abandonado as empresas portuguesas, que começam a voltar a fazer encomendas em Portugal.

Para isso muito contribui a "credibilidade e o serviço" que os portugueses são capazes de prestar, acrescenta Miguel Abreu, administrador da Goldmud. "Portugal é hoje o único país da Europa em que a maior parte da sua produção é feita internamente. Os compradores têm a confiança de saber que quem lhes está a vender vai depois ser capaz de lhes dar uma resposta", explica. A directora de marketing da Dkonde acrescenta outra explicação: o cumprimento dos prazos de entrega. "Parece uma coisa óbvia, mas no mundo dos sapatos não é", garante.

A história de sucesso do calçado tem agora um novo capítulo. No último ano, os sapatos feitos em Portugal passaram a ser os segundos mais caros do mundo, deixando para trás a França. Cada par destinado à ex-





MANUEL ROBERTO

portação sai das fábricas nacionais a um preço médio de 32 dólares (cerca de 24 euros), um valor que é apenas ultrapassado pela Itália (45,32 dólares).

Os produtores nacionais conseguiram aumentar em cinco euros o valor médio de cada par face ao ano anterior, mostra o estudo "World Footwear 2012 Yearbook", lançado pela Associação Portuguesa dos Industriais de Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos (APIC-CAPS) durante a última feira GDS.

No ano passado a indústria portuguesa foi a 11.ª maior exportadora mundial, apesar de ser apenas o 22.º maior produtor do mundo do sector. Portugal vende sobretudo para o exterior a maioria da sua produção, tendo fabricado 70 milhões dos 21 mil milhões de pares de sapatos produzidos em todo o mundo em 2011.

Mesmo num cenário de crise, no ano passado o sector conseguiu um crescimento das exportações de 16%. Os bons resultados do calçado

português continuam este ano. Na primeira metade do ano, o sector exportou 32 milhões de pares de sapatos, no valor de 747 milhões de euros, o que representa um acréscimo de 3,1% relativamente ao período homólogo.

Os sapatos portugueses continuam a ter um contributo positivo para a balança comercial do país. A indústria portuguesa de calçado exporta, actualmente, mais de 95% da sua produção para 132 países, nos cinco continentes. Nos primeiros seis meses do ano, tiveram um contributo positivo para o saldo comercial de 528 milhões de euros.

Esta realidade contrasta com a que se vivia há menos de uma década, com o sector baseado ainda sobretudo nas encomendas de marcas internacionais e na existência em território nacional de grandes unidades de empresas europeias. Isso tornava-o mais exposto às deslocalizações das grandes empresas europeias que nos anos anteriores se instalaram no

24

Valor médio, em euros, do par de sapatos exportado por Portugal, o segundo preço mais elevado no mundo, a seguir à Itália

528

Contributo positivo, em milhões de euros, do sector do calçado para a balança comercial portuguesa no primeiro semestre deste ano

país. Um dos casos mais mediáticos foi o do encerramento da Clarks, em Castelo de Paiva, no início de 2003. A firma alemã fechou em Portugal a sua produção quatro anos mais cedo do que o prometido, lançando 588 trabalhadores no desemprego.

Hoje o tecido produtivo é mais versátil e é constituído sobretudo por empresas de média dimensão, que subcontratam unidades mais pequenas nas suas regiões de origem nas fases de maior trabalho e para as etapas da produção mais exigentes do ponto de vista da mão-de-obra. Isso torna a indústria do calçado menos exposta às variações das encomendas.

A viragem valeu-lhe um prestígio internacional que pode ser comprovado, por exemplo, na feira de Dusseldorf. No pavilhão 4, estava instalada a área "White cubes", uma área exclusiva em que os espaços de venda são habitualmente fechados. Nesta zona, as empresas só entram por convite da organiza-

ção, que lhes cobra um preço de aluguer do stand que é o dobro do praticado no resto da feira. Aqui encontramos duas marcas portuguesas, Atelier do Sapato e Catarina Martins. No pavilhão 3, onde estão as principais marcas de moda do sector, a presença portuguesa é impressionante. Ao lado da Converse ou da Desigual, Portugal coloca alguns dos seus principais ponta-de-lança, casos da Cubanas, Dkode, Goldmund ou Fly London.

Depois de Dusseldorf, os industriais do calçado voaram para Milão onde, a partir de hoje e até quarta-feira, vão estar presentes na MICAM, a maior feira internacional do sector. Entre 1600 expositores, de 50 países, Portugal faz-se representar com 101 marcas. Estes números fazem desta a maior participação de sempre da fileira portuguesa no certame e a segunda maior delegação estrangeira na feira deste ano, apenas superado pela Espanha.