

O Sector dos Curtumes encontra-se posicionado entre dois outros importantes sectores, a montante a fileira Agro-Industrial de onde provém as peles (matéria-prima do sector) e a jusante o sector do calçado (principal consumidor de pele). No sector transforma-se um subproduto da fileira Agro-Industrial num produto nobre, com características de conforto, adaptabilidade e qualidade únicas. Para o bom posicionamento do sector do calçado a nível internacional muito tem contribuído a qualidade e as características do couro nacional.

O Sector dos Curtumes é constituído na sua totalidade por PME's, tendo actualmente cerca de 70 empresas dedicadas à actividade produtiva de curtumes, e cerca de 90 empresas na fileira do couro, considerando neste caso empresas que se dedicam ao comércio de produtos químicos exclusivamente para as empresas de curtumes e as empresas que comercializam couros e exclusivamente artigos de couro. Neste âmbito mais alargado, o sector emprega cerca de 2.500 pessoas, tem um Volume de Negócios que ronda os 200 Milhões de euros, dos quais 32% são exportados directamente. Nos últimos 20 anos o esforço de promoção da actividade exportadora tem sido uma realidade e só nos anos de 2001 e 2007 é que o peso das exportações não aumentou.

Em termos de Pontos Fortes do sector podemos referir a Flexibilidade – tratam-se de pequenas empresas -, Concentração Geográfica – o know-how está localizado e existe um cluster de bens e serviços especializados -, Posicionamento Tecnológico e Produtividade – ao nível dos principais países europeus -, Proximidade Geográfica do Mercado Europeu – condição natural que o sector tem aproveitado -, Posicionamento nos Segmentos Elevados quer no mercado Nacional quer Internacional. Este último ponto, que actualmente é considerado um ponto forte mas que era há cerca de 10 anos apenas uma Oportunidade, é talvez o mais revelador da estratégia seguida pelo sector nos últimos anos, que tem visado essencialmente a colocação de valor acrescentado no seu produto final, incorporando componentes como Design, Moda e Inovação nos seus produtos, algo que conjugado com uma estratégia de internacionalização consertada e abrangente tem permitido ao sector aumentar as exportações e posicionar-se face à concorrência de países como a China e Índia. No entanto, importa referir que este esforço carece de continuidade e de maior mobilização sectorial.

O Decréscimo dos níveis de actividade – fecho de várias empresas –, a Necessidade de uma Imagem dos Curtumes única e reconhecida, a reduzida qualificação e formação dos recursos humano e o Baixo nível de Investimento em I&D são pontos fracos do sector, que terão que ser combatidos pelas empresas, mas para os quais são necessários apoios.

Num contexto de Economia Globalizada, existem várias Oportunidades que devem ser transformadas em Pontos Fortes e o aumento da competitividade das empresas do sector passa em boa medida pela capacidade de aproveitamento das potencialidades criadas pela globalização. É necessário que se efectue uma Gestão Pró-Activa dos Produtos Nacionais – cabe em boa medida ao Estado defender os produtos nacionais, bem como às associações empresariais promover continuamente os produtos nacionais -, Reforço das Marcas de Valor acrescentado – é essencial manter-se esta estratégia tentando se possível e de forma adequada incorporá-la nas empresas mais tradicionais -, Incorporação da Componente Moda/Design no produto Final – por um lado para valorizar o produto, por outro para que possam ser maiores as probabilidades de inverter o funcionamento do

canal comercial. Como foi já referido, o sector do calçado é o principal cliente do sector dos curtumes, a pele continua a ser a principal matéria-prima do calçado, por isso é de extrema relevância que as empresas do sector consigam estar cada vez mais próximas das principais marcas e estilistas mundiais, conseguindo que sejam as próprias marcas ou estilistas a escolher as peles, atribuindo assim uma mais-valia considerável às peles, possibilitando maior margem de negociação junto das empresas produtoras de calçado. Para isso existe a necessidade de promover a imagem dos Curtumes Nacionais como um produto de qualidade, existe a necessidade de consolidar o processo de presença em Feiras da Especialidade, existe a necessidade de aumentar o investimento em I&D criando produtos com maior diferenciação. A competitividade das empresas do sector está em boa medida relacionada com esta capacidade de antecipação quer na cadeia comercial (face aos produtores de calçado), quer na incorporação de Moda/Design e Inovação nos seus produtos.

Constituem-se como principais Ameaças do sector a Deslocalização das grandes produções para mercados fornecedores mais competitivos, a Instabilidade do preço da matéria-prima – que tem necessariamente a ver com a escassez de matéria-prima, o Dumping Social, Ambiental e Comercial – países como China e Índia não são cumpridores dos mesmos requisitos Sociais, Ambientais e Comerciais a que as empresas nacionais estão sujeitas, o que cria obviamente uma situação de concorrência desleal –, Concorrência de Produtos Alternativos.

Paralelamente às Ameaças mencionadas existem ainda algumas contingências com que as empresas se debatem e que sendo ultrapassadas poderão redundar num acréscimo de produtividade e competitividade das empresas do sector dos Curtumes. Medidas como Maior Facilidade de Acesso ao Crédito – actualmente as empresas deparam-se com dificuldades de acesso ao crédito, se a esta realidade se acrescentar a escassez e a volatilidade do preço de matéria-prima, facilmente se entende que a situação de tesouraria é fortemente penalizada –, maior Flexibilidade/Adaptabilidade Laboral – readaptando o código laboral às necessidades e ciclos de trabalho actuais –, Facilidade de Instalação de Empresas (ZI's) – nomeadamente em matérias como licenciamento –, Dificuldade de Acesso ao QREN – principalmente projectos de I&DT onde são exigidas competências técnicas muitas vezes difíceis de evidenciar pelo facto das estruturas das empresas serem diminutas –, Maior Flexibilidade no QREN – nomeadamente na abordagem e classificação do conceito de Inovação e também na possibilidade de contemplar investimentos como Construção de Instalações, obviamente com legislação regulamentar –, Possibilidade de Inserção no Eixo 1 do Proder dos principais CAE's (15111 e 15113) do sector de Curtumes – numa lógica de ser uma indústria transformadora de um resíduo da fileira Agro-Industrial (contemplada), possibilitando assim maior afluência a programas de apoio –, o Incentivo ao Fomento da Pecuária poderia também ser um factor competitivo interessante para o sector do curtumes.

Este documento teve como principais intervenientes na elaboração a APIC – Associação das Indústrias de Curtumes, o CTIC – Centro Tecnológico das Indústrias do Couro, como entidades representativas do sector, e ainda o contributo de vários empresários cujas opiniões não podiam deixar de ser tidas em conta.