



**Porque sobem
os preços das
matérias-primas**
Quatro sectores vistos
à lupa a partir de Guimarães

Destaque, 6 a 10

Especulação, falta de matéria-prima? Porque sobem os preços

Quatro sectores vistos à lupa, a partir do concelho de Guimarães, para tentar arranjar uma explicação (ou várias) para o aumento do preço dos materiais, que não pára por aqui

Num ano de recuperação das economias mundiais, a escassez de matérias-primas que começou a ser sentida durante o impacto inicial da pandemia, em 2020, agravou-se. O consumo e a produção aumentaram, e à maior procura aliou-se uma crise nas cadeias logísticas que tem contribuído para uma inflação que preocupa tanto empresários como consumidores.

O PÚBLICO esteve em reportagem no exemplar concelho de Guimarães para perceber de que forma os atrasos nas cadeias logísticas e a escassez de produtos estão a afectar o funcionamento de empresas de

quatro sectores diferentes: têxtil, calçado, papel e madeira.

Os motivos podem variar de uma indústria para a outra, mas a situação tem provocado constrangimentos no funcionamento da esmagadora maioria dos sectores, que se vêem confrontados com custos crescentes e falta de resposta à procura. Além disso, os custos de transporte são mais altos do que nunca, com incumprimentos de prazos constantes. O Natal pode ser afectado. E não há sinais de que a escalada de preços fique por aqui.



Preços e prazos: um lençol de problemas no têxtil

Reportagem

José Volta e Pinto

O ano de 2021 está a ser mais um ano de crescimento para a Joafil. Mesmo em (mais um) ano de pandemia, o negócio familiar de roupa de cama e de banho voltou a aumentar a facturação, e os dois irmãos pensam em desenvolver ainda mais a empresa de 15 anos que dá sequência a uma marca com três décadas, criada pelos pais. Porém, os últimos meses têm trazido instabilidade a um ano de recuperação, com um rápido crescimento do custo das matérias-primas a pôr em causa a retoma e a colocar interrogações

nos planos de um futuro próximo.

Com projecto para inovação produtiva pré-aprovado e agora em fase de avaliação final, está prevista mudança de instalações para albergar uma nova dimensão da empresa. A nova unidade passará a incluir maquinaria para produção, um passo em frente face à actual estrutura em que a Joafil trata maioritariamente de recepção, expedição e distribuição do produto final.

O plano continua a ser o mesmo, mas a dificuldade de ter matérias-primas a tempo – e a custos muito mais elevados – traz receios e deixa Rui Dias, um dos irmãos à frente do negócio, reservado quanto ao que os espera. Nas instalações da empresa, um armazém a dez minutos do centro de Guimarães, rodeados de caixas

de tecido e embalagens de jogos de cama e toalhas, o empresário conta ao PÚBLICO que os problemas logísticos começaram a fazer-se sentir em Julho.

Depois de terem parado durante alguns meses numa fase inicial de encerramento do comércio, do qual a Joafil depende para escoar o seu produto, a recuperação começou a sentir-se quase de imediato, com uma procura “maior do que em 2019”. O principal mercado era e continua a ser o espanhol, abastecendo as fronteiras “de norte a sul”: “Começamos em Valença e acabamos em Vila Real de Santo António.”

A situação evoluiu paulatinamente até meados deste ano, altura em que a empresa até

teve de criar novos postos de trabalho para responder ao aumento do negócio, um “boom total” em Junho e Julho.

Alteração de rotas marítimas

A Joafil depende do que é feito em vários cantos do continente asiático para obter os produtos de cama e banho que comercializa: o poliéster vem da China e o algodão do Paquistão. Por alturas do aumento da procura, surgiu, paralelamente, a dificuldade de abastecimento, principalmente em relação aos artigos de Inverno, provenientes da China.

“É um produto que trabalhamos durante quatro, cinco meses do ano. Não é o nosso principal produto, mas temos tido essa dificuldade porque, ao efectuarmos as compras, os

fornecedores estão logo a falar-nos de novo aumento de preço”, explica Rui Dias. A subida é “sustentável” até certo ponto, mas há limites para o aumento a que os clientes finais corresponderão. E, ao mesmo tempo, a própria empresa perde capacidade de negócio pela diminuição do poder de compra.

Rui Dias refere já estarem para lá de “segundos e terceiros aumentos” num período de meses, com subidas consecutivas a rondar os 12% e os 15%. “Isto para não falar do cartão e do plástico, de que também precisamos para o produto acabado, que ainda subiram mais”, sublinha.

O motivo também está ligado à falta de contentores e de navios devido à redução dos cargueiros em circulação e à alteração das



Dois problemas: escassez e custos

A conjuntura actual dos mercados tem sido sentida a diferentes ritmos e em diferentes fases do último ano, mas tem acabado por atingir todas as indústrias. O presidente da Associação Empresarial de Portugal (AEP), Luís Miguel Ribeiro, dá uma perspectiva holística do fenómeno da inflação.

Se, por um lado, há um alavancar dos preços devido à escassez da matéria-prima, por outro existe também o aumento dos custos logísticos associados à deslocação dos produtos. Estas questões verificam-se também na comercialização de bens de consumo intermédio e até do produto final. Acresce a isto o facto de alguns países tirarem partido da situação, “restringindo a produção” como estratégia para “criar uma política inflacionista”, dando o exemplo da China.

O gestor avança ao PÚBLICO que, no inquérito de Outubro da AEP sobre os entraves à recuperação da actividade empresarial, a totalidade dos inquiridos da área da indústria (40% da amostra) apontou a escassez de matérias-primas e o aumento dos custos associados como as principais preocupações.

Sendo este um problema global, Luís Miguel Ribeiro

considera que as circunstâncias mostram a dependência que a economia europeia tem em relação a outros mercados, colocando a descoberto a necessidade que a Europa — e Portugal — tem de apostar na “reindustrialização”.

“Precisamos da exploração dos recursos endógenos que o país tem para nos tornarmos menos dependentes de outros mercados, outros países e outros continentes. É a grande lição que temos de tirar desta situação que estamos a viver”, diz, em relação a Portugal.

A pandemia veio “potenciar e expor” fragilidades já existentes e inevitáveis: “Estamos a ser surpreendidos com tudo aquilo de que já estávamos à espera”, refere. A incerteza face à evolução da situação epidemiológica faz com que Luís Miguel Ribeiro não arrisque previsões quanto à normalização da situação. Ainda assim, mais cedo ou mais tarde os preços “tenderão a normalizar-se”, até porque, “perante problemas, se vão criando soluções” — como a

Europa já está a fazer em relação a semicondutores e *chips*. Para combater estas dificuldades, o presidente da AEP entende ser necessário que a Europa pense se quer “agir como um bloco económico”.



rotas durante a pandemia, em função de adaptações à procura, rentabilidade e portos abertos. Com base nas perspectivas dos fornecedores, Rui Dias antevê que a tendência se mantenha pelo menos durante o primeiro trimestre de 2022, mas não há garantias de que a situação, ainda que provavelmente temporária, tenha fim à vista.

“Esperemos que os transitários tenham noção de que isto é insuportável para todos. Há situações em que custa mais o transporte do contentor do que a própria mercadoria que lá vem dentro”, comenta, sem esconder a indignação. “Este tipo de artigo”, diz, apontando para embalagens de edredões, “é supervolumoso, é poliéster. Um contentor traz dois mil jogos de cama, se vier



Esperemos que os transitários tenham a noção de que isto é insuportável para todos. Há situações em que custa mais o contentor do que a mercadoria

Rui Dias
Empresário (sector do têxtil)

embalado, e o preço de venda acaba por ser inferior ao preço de custo. É insuportável”, queixa-se.

No final da cadeia, aponta para uma subida total dos custos “na ordem dos 50%, 60%”, no mínimo. “Quando anteriormente comprava um jogo de cama por dez euros, agora pode ficar-me a 18 [80% de aumento]”, exemplifica. Em alguns casos, devido a uma escassez resultante do transporte diminuto, Rui Dias observa que teve até de recorrer a Espanha, em fornecedores de menor qualidade, para conseguir responder a encomendas. “Até aqui, isto nunca tinha acontecido...”

A instabilidade reflecte-se nos preços feitos para os clientes. “Fazendo sucessivas compras, vamos ter de ir aumentando...”, reconhece.

Matéria-prima da madeira aumentou 300% e ninguém sabe quando vai parar

Reportagem

José Volta e Pinto

O preço da madeira de bétula triplicou desde o início do ano e não se sabe com que valores contar no momento das encomendas

A o fundo das escadas dos escritórios da Castro & Filhos, Fernando Monteiro de Castro interrompe o caminho que leva à zona da fábrica para contextualizar os 50 anos de actividade do negócio iniciado pelo pai. O que começou por ser uma pequena serração dedicada à produção com matéria-prima local evoluiu para uma empresa que exporta pavimentos acabados para mais de 40 países, produzidos com madeira 100% importada. Foi-se “transformando de acordo com as exigências do mercado”.

Não é por isso difícil de adivinhar que a conjuntura actual teve impacto no negócio da Castro & Filhos. Desde o início do ano, a empresa tem sofrido com a redução da matéria-prima disponível, enquanto assiste a uma escalada sem precedentes dos preços.

“Os fornecedores dizem que não têm matéria-prima suficiente. Ou seja: há uma queda muito grande, no nosso caso os stocks caíram 30% a 40%. E, além disso, acaba por

haver especulação no custo das matérias-primas, porque os produtores, ao aperceberem-se disso, subiram os preços”, explica Fernando Monteiro de Castro.

A subida é especialmente acentuada no contraplacado importado da Rússia, que corresponde a cerca de 50% da matéria-prima consumida e cujo preço triplicou.

Em frente a uma parede com amostras de algumas das 600 referências de pavimentos que a Castro & Filhos tem registadas, Fernando Monteiro de Castro diz que a redução da madeira em stock nunca afectou a produção devido à logística da empresa. Isto porque, além da unidade de produção em Guimarães, a Castro & Filhos tem uma base na Hungria onde armazena a madeira que compra, permitindo que nunca falte matéria-prima cá. Em Guimarães, há sempre material para trabalhar durante, no mínimo, quatro meses.

A maior parte da produção é exportada, com destinos que vão da China aos EUA, passando por Israel ou França. Os pavimentos podem ser encontrados em unidades hoteleiras de luxo – algumas em território nacional – ou em várias lojas Louis Vuitton, Lacoste ou Montblanc no estrangeiro.

Questionado sobre o principal impacto da situação vivida, Fernando Monteiro de Castro não precisa de muito tempo para pensar: “O impacto maior é o bloqueio dos investimentos. Os que

estavam previstos vão ser atrasados, dada a insegurança que há em encontrar matéria-prima para trabalhar.”

A insegurança e a incerteza tornam cada mês imprevisível. “Oxalá mude rapidamente, senão tem um impacto muito grande. Podemos chegar a uma situação de ter de despedir pessoal”, avisa, sobre um eventual retraimento do negócio. Por agora, Fernando Monteiro de Castro entende poder esperar-se uma regularização da situação a partir de Março. Apesar de ser improvável que se volte à situação pré-pandemia, acredita que os preços se vão estabilizar e podem até ver “uma pequena descida”, com base nas impressões com que tem ficado de reuniões com os fornecedores.

Em relação à madeira de bétula



O impacto maior é o bloqueio nos investimentos. Os que estavam previstos vão ser atrasados

Fernando Monteiro de Castro
Empresário (sector das madeiras)

A Castro & Filhos está no mercado há 50 anos

importada da Rússia, que serve para fazer o contraplacado usado como base nos pavimentos de outras madeiras, o empresário explica que só tem recebido as encomendas porque tem contratos anuais assinados com os fornecedores. Caso contrário, dificilmente conseguiria ver atendidas as necessidades da empresa, que retira mais lucro das encomendas norte-americanas.

A solução não poderá passar, então, por procurar outros fornecedores? O empresário vimaranense diz que há países da União Europeia (UE) que têm o produto que procuram, como a Finlândia, mas que a diferença de custos não compensa – nem quando se consideram as sanções aplicadas pela UE à Rússia.

As restantes variedades de madeira consumidas pela empresa – as madeiras nobres que servem para fazer as partes visíveis e envernizadas dos pavimentos – não têm estado tão difíceis de obter, ainda que note o aumento dos custos dos contentores. No entanto, Fernando Monteiro de Castro lamenta a importação destas madeiras por outros motivos. “A madeira que compramos nos EUA podia ser madeira nacional”, afirma, relativamente ao castanheiro e à noqueira, que ao fim de pouco tempo têm a vantagem de também dar castanha e noz que ajudam a amortizar o investimento. “Mas não há reflorestação nenhuma” em Portugal, lamenta.



Calçado de mãos atadas com custos

Reportagem

José Volta e Pinto

Toda a produção da AMF Safety Shoes, na freguesia de Tabuadelo, concelho de Guimarães, decorre em Portugal, mas está dependente de componentes provenientes do continente asiático. Não tardou, por isso, que a empresa de calçado de segurança começasse a sentir dificuldades em manter a produção.

Os primeiros problemas logísticos começaram a sentir-se bem cedo, quando a Índia entrou, em finais de Março de 2020, num período de confinamento que durou dois

meses. Face ao corte do fornecimento das gáspeas (a parte dianteira do calçado) importadas daí, os sócios Albano Fernandes e Domingos Almeida viram-se obrigados a suspender a produção durante quatro semanas.

A situação acabou por se normalizar nos meses seguintes, mas os problemas não ficaram por aí. Da dificuldade de obtenção dos componentes, saltou-se para o custo associado ao seu transporte. Sentados à mesa de uma sala de vendas da marca ToWorkFor, criada pelos dois sócios, Domingos Almeida diz ao PÚBLICO que um contentor de matéria-prima chega agora a custar “cinco, seis, sete vezes” o que era normal antes da pandemia.

As subidas desmedidas foram sendo atenuadas por ajustes da própria empresa quanto ao meio de transporte utilizado para os fretes. Se antes se dividiam em metade por via marítima e metade por via aérea, agora a fatia maior da importação é feita mais pela terceira via, mas nem assim se resolvem todos os problemas: “O custo por par [dos carregamentos por via marítima] é quase o mesmo que o do aéreo na pré-pandemia.”

A subida de preços não tem uma razão isolada, mas Domingos Almeida observa que “já passou mais de um ano” desde o momento em que se falava da falta de contentores. Acontece que a menor capacidade, aliada a uma maior procura na retoma das economias,

leva as empresas responsáveis pelo transporte a subir preços e a preocupar-se menos com a reposição de mais barcos. “É um movimento especulativo de preço. Aconteceu e veio para ficar, nunca vai chegar a preços anteriores”, considera, sublinhando que “não é um mercado muito concorrencial”. “Se consigo fazer um frete com as pessoas a pagar seis ou sete mil euros, para que é que vou reduzir para os preços de antigamente?”, continua, colocando-se na pele dos transportadores.

Os sócios dizem que a situação ainda é mais crítica no caso de mercadorias vindas da China. Os preços são os mesmos, entre seis e sete mil dólares por frete, mas chega a acontecer pagar pelo

serviço da China e este nunca chegar a realizar-se – e, quando se realizam, têm tempos de trânsito superiores. O impacto desta instabilidade só não é maior para a AMF Safety Shoes porque a matéria-prima proveniente do mercado chinês corresponde a apenas 5% das gáspeas importadas.

Apesar da instabilidade de preços que se agravou nos últimos três meses, a empresa tem conseguido proteger-se da subida de custos em várias frentes – os contratos de energia só são renegociados em 2024, entre outros processos que a têm protegido de alguma da flutuação. Ajuda também que o preço das gáspeas nunca tenha aumentado. Mas para cada gáspea de um sapato tem de haver →

uma sola, e aí a situação é diferente.

Além da unidade em Guimarães, a empresa tem uma outra em Vila do Conde de produção de solas. Ainda que não represente uma fatia grande do custo de um par, o custo de produção de cada uma aumentou cerca de 25% nos últimos meses.

A razão principal é o aumento das matérias-primas, uma vez mais. Desde a Primavera, as borrachas subiram entre 30% e 40%, e nos termoplásticos as subidas já vão acima dos 60%. A escassez – provocada por níveis insuficientes de produção ou maior procura – é uma realidade, como no caso das

espumas EVA, que a empresa tem tido dificuldade em obter. Nesta equação entra ainda o aumento do gás, que já vai em 40%, com três aumentos só este ano.

“Muitas vezes temos dificuldades em perceber qual será o preço da próxima compra. Antigamente, tínhamos tabelas que duravam seis meses, um ano, e neste momento não existem. Temos de fazer pedidos de cotação mediante encomendas. E muitas vezes os fornecedores até dizem que a cotação de uma encomenda que possa sair em Fevereiro, Março, terá de ser dada nesse momento apenas”, explica Domingos

Almeida. “Cria-nos bastantes problemas, não conseguimos ter tabelas fixas, e gostamos de ter relações duradouras com os clientes”, observa.

A empresa aumentou em 3% os seus preços em Setembro, e Domingos e Albano calculam que vá aumentar outros 3% em novo reajuste de Janeiro, contando com aumentos das gáspeas e a subida dos salários (que a empresa até antecipou para Novembro). Contas feitas, é uma subida de 6%, e “6% já é muito alto”.

As preocupações vividas pela AMF Safety Shoes assemelham-se ao grosso do sector do calçado em

“

Muitas vezes temos dificuldades em perceber qual será o preço da próxima compra

Domingos Almeida
Empresário (sector do calçado)

Portugal. Segundo os inquéritos de conjuntura trimestrais da Associação Portuguesa dos Industriais do Calçado, Componentes, Artigos de Pele e seus Sucedâneos (Apiccaps), o aumento do custo e a dificuldade de abastecimento afiguram-se como as duas grandes preocupações do sector.

“Quase diria que são dificuldades generalizadas. Estamos a falar de diversas matérias-primas que encareceram de forma expressiva nos últimos meses e que criaram dificuldades ao sector”, diz ao PÚBLICO Paulo Gonçalves, director de comunicação da Apiccaps.



As gáspeas, que são a parte da frente do sapato, são um bem escasso



Filipe Caldas é dono de uma papelaria e livraria com mais de 40 anos

“Especulação” faz disparar preço do papel

Reportagem

José Volta e Pinto

A menos de um quilómetro do imponente Castelo de Guimarães, em pleno coração do centro histórico da cidade, a Livraria Ideal – que, além de livraria, é também papelaria – mantém actividade há mais de 40 anos. Abriu portas em 1979, então propriedade de Luís Caldas e Eduardo Coutinho. É o filho do primeiro, Filipe Caldas, que recebe o PÚBLICO ao início da tarde, numa altura de menor movimento na loja em que aproveita para avançar com as decorações de Natal.

À conversa no segundo andar da livraria, o proprietário queixa-se de que o sector de papelaria começou a sentir aumentos nas últimas semanas, a um ritmo “brutal” e em vários materiais que comercializa. As principais subidas foram notadas nos produtos transformados de papel – desde o papel de fotocópia a

cadernos ou pastas de arquivo.

“No fim de Setembro, princípio de Outubro, começámos a ser bombardeados com *emails* de fornecedores nossos a informarem-nos de que as coisas iriam ter um acréscimo de 5%”, começa a contar. A este incremento de 5% nas compras de Novembro, rapidamente se sucedeu outro mais acentuado: “Passadas duas semanas, recebemos outro *email* a dizer-nos que ia haver um acréscimo de 7% a partir de Dezembro.”

“Também sentimos aumentos em tudo o que são matérias feitas com ferro e derivados – cliques, agrafos, etc.”, acrescentou. O principal problema que resulta das constantes alterações é o facto de tal “não permitir ter um relacionamento sério” com clientes de negócios fora do balcão. “Damos um orçamento a uma empresa e esta compra-nos durante o ano todo, não há variações. Agora, por causa dos combustíveis, das matérias-primas, nunca se viu uma variação tão grande de preços no material de economato. E é sempre

para cima, nunca desce”, queixa-se.

Luís Caldas refere que as empresas justificam os aumentos com os custos das matérias-primas, da energia, combustíveis e, consequentemente, dos transportes – queixas de fornecedores semelhantes às de outros produtores com quem o PÚBLICO falou para esta reportagem.

O empresário mostra-nos dois *emails* enviados por fornecedores diferentes, com um mês de diferença entre eles (um a 15 de Setembro, outro a 15 de Outubro). Um começa por referir “os tremendos impactos económicos em todo o mundo” da pandemia, enquanto outro refere “a conjuntura actual de sucessivos aumentos” nos preços de produtos – neste caso, de papel térmico e autocopiável. Uma das comunicações enviadas refere também “uma manifesta escassez e atrasos no fornecimento” de matérias-primas “estruturais”.

Entendendo os motivos apresentados pelos seus fornecedores, Luís Caldas não deixa de referir que nem todos os

aumentos fazem sentido, entendendo tratar-se também de “especulação” provocada por toda a “incerteza”: “É tudo uma bola de neve”, desabafa.

Para lá da escalada de preços, Luís Caldas também relata problemas devido à crise logística nos transportes marítimos. Para o Natal, a Ideal costuma comercializar alguns itens para as festas, como “mochilas, outros livros e jogos diferenciados que não são produzidos em Portugal”. A encomenda seguiu, mas o empresário já foi informado de que “difícilmente” vai receber os produtos a tempo do Natal. “E temos de cancelar”, refere.

O impacto da situação não acontece só a curto prazo. Luís Caldas conta-nos que tem em andamento para a Ideal um investimento que passará por “transformar o conceito do livro, misturando com cultura”, que combine o negócio com uma abordagem mais intimista. Se a pandemia veio resfriar os ânimos, as subidas de preços e dificuldades de

abastecimento vieram trazer ainda mais cautela e “condicionam” a visão do futuro. “Será que vamos ter retorno? E se vierem mais vagas? E ainda temos a subida de preços, que se reflecte nos materiais para as obras. Não sabemos. Vamos com calma, um dia de cada vez”, suspira.

Os problemas apresentados por Luís Caldas abrangem muitas outras áreas da indústria e do comércio, não só do concelho de Guimarães. Cristina Faria, presidente da Associação do Comércio Tradicional de Guimarães, atribui a maior parte da culpa à crise logística da falta de contentores e transporte marítimo, com preços mais elevados e entregas irregulares. A situação agrava-se ainda mais quando os comerciantes e empresários procuram reabastecer-se para o Natal e têm os fornecedores a informar que “não vão conseguir entregar a mercadoria atempadamente” ou a apontar para entregas demasiado tardias. “Muitos entregam na última semana de Dezembro ou depois do Natal”, salienta.