A indústria de calçados na América Latina: o caso brasileiro

Armen Mamigonian
Universidade de São Paulo (USP) / Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) – Brasil

1

No século XIX a América Latina importava grande quantidade de calçados estrangeiros, sobretudo da Europa. Aos poucos e principalmente após a crise mundial de 1929 o processo de substituição de importações tornou a indústria de calçados importante em nossos países e em alguns casos ela passou a exporta, como no Brasil.

Entretanto a imposição de políticas neoliberais, sobretudo após 1980, provocou destruições em massa, como por exemplo na Argentina: o grupo GATIC, que teve mais de 10 mil empregados e foi o maior produtor de tênis Adidas fora da Alemanha, desapareceu nos anos 90 em decorrência da supervalorização do peso. (E. Bakchelian: *Así se destroza um país*, Galena, 2004.)

Nos últimos anos a China e outros países asiáticos tornaram-se grandes produtores e exportadores. Em 2008 a China exportou US$ 28 bilhões e os EUA, o grande importador, gastou US$ 20,1 bilhões, tornando-se os dois grandes pólos do comércio mundial de calçados. A invasão de calçados chineses na América Latina começou a ser contida nos anos recentes. Na Argentina, por conta de política cambial protecionista após a crise de 2002 que permitiu o renascimento da indústria calçadista em Buenos Aires, Córdoba e outras cidades. No caso brasileiro houve uma taxação às importações chinesas em 2010, que permitiu imediata recuperação dos negócios. Em 2008 o Brasil foi o 3º maior produtor mundial de calçados em volume (4,8%), muito abaixo da China e da Índia, e pequeno exportador (1,6%) e importador (0,5%).

2

Como chegamos a situação acima descrita? É preciso iniciar pela gênese da indústria de calçados no Brasil.

É comum afirmar que a industrialização da periferia capitalista, como é o caso da América Latina, começou por um processo de substituição de

importações de mercadorias provenientes do exterior. Mas, na verdade, também ocorreu um outro processo, o das substituições de produção natural que acontecia no interior dos latifúndios, onde operava um setor artesanal de auto-suficiência, como era o caso das chamadas “fazendas mineiras”, localizadas em Minas Gerais, com a decadência do ciclo do ouro. (I. Rangel: *Economia: milagre e anti-milagre*, Zahar, 1985)

De qualquer modo a industrialização da periferia se fez por etapas, iniciando-se pelos bens de consumo simples, passando pelos materiais de construção e assim por diante, até alcançar nos grandes países (Brasil, por exemplo) a produção de bens de equipamento, a indústria mecânica, inclusive a pesada.

Ora, o setor industrial de bens de consumo, por ser a primeira etapa da industrialização, se encontra difundido por todos os países latino-americanos, mesmo os menores: tecidos e confecções, móveis, cervejas e refrigerantes, cigarros e naturalmente calçados. No Brasil alguns destes ramos, o têxtil por exemplo, nasceu nas últimas décadas do século XIX em grandes estabelecimentos (300, 500, 1000 operários) ligados aos capitais comerciais dos grandes portos de exportação e importação (Rio de Janeiro, Recife, São Luiz, etc). Na mesma época se expandiu a produção de calçados, mas como se tratava de indústria de baixa composição orgânica do capital, vale dizer de mão-de-obra intensiva, ela nasceu disseminada em centenas de pequenos estabelecimentos.

Deve-se dizer que nas fazendas de café no século XIX enquanto dominou o trabalho escravo dos africanos e seus descendentes o uso dos calçados era restrito aos senhores, o que foi alterado com a presença dos trabalhadores imigrantes europeus, que usavam as chamadas “botinas rigideiras”, confeccionadas por sapateiros igualmente imigrantes, em dezenas de artesanatos e pequenas manufaturas no interior de São Paulo, sendo que algumas delas se transformaram depois em grandes indústrias, sobretudo na cidade de Franca (A. Mamigonian: *A industrialização de S. Paulo*, BPG n° 50, 1976). Também no Sul do Brasil a imigração européia de fins do século XIX deu origem a estrutura de pequenas propriedades rurais, acopladas a inúmeros artesanatos, inclusive de calçados, que se transformaram em indústria em inúmeros casos. Mais antigos que estes pequenos estabelecimentos de São

Paulo cafeeiro e do Sul de pequenas propriedades policultoras eram os artesanatos e manufaturas de couro das regiões pecuárias do interior do Brasil (Sertão e agreste do Nordeste, Brasil central pecuário e pampa gaúcho), que produziam montarias de cavalos, roupas de couro ou de lã e calçados, como por exemplo as famosas alpargatas de couro nordestinas.

3

Ao longo de sua evolução a indústria brasileira de calçados passou por várias etapas históricas quanto à localização territorial, à concentração de estabelecimentos e à inserção internacional dos seus produtos.

No início do século XX os maiores estabelecimentos fabris de calçados se localizavam no Rio de Janeiro (Clark, Souto, etc) e em São Paulo (DNB, Órion, etc), tirando proveito dos dois maiores mercados consumidores nacionais. Além disto escoavam parte da produção para várias regiões brasileiras, usando viajantes que recolhiam pedidos nas lojas de calçados ou como no caso da Clark, nascida no século XIX de imigrantes escoceses, estabeleceu, nos anos 20 e 30, rede de lojas próprias por todas as grandes praças litorâneas brasileiras, de Belém do Pará até Porto Alegre. O sistema de filiais varejistas próprias foi usado nos anos 60 e 70 pela Samello, de Franca-SP, adotando o modelo europeu da fábrica Bata, que, aliás, fabrica calçados e tem múltiplas filiais varejistas na Bolívia atualmente.

Entre parênteses, deve-se notar que o sistema de filiais varejistas vinculadas às fábricas nunca foi forte no Brasil: a rede Clark acabou desaparecendo com o fim da fabricação própria, assim como ocorreu com a Samello. Atualmente as redes varejistas, em expansão lenta, encontram-se desvinculadas da fabricação, sendo um fenômeno de concentração puramente comercial e assim mesmo não muito importante, em grande parte porque a composição orgânica do capital é pequena tanto na fabricação quanto na distribuição comercial. Diferentemente, o setor de confecções integra muitas vezes fabricações com sede própria de varejo, como é o caso em Santa Catarina da Hering (Blumenau) e Daymiller (Criciúma) com dezenas de lojas próprias ou franqueadas em todo o território brasileiro e também em países vizinhos.

Voltando a temática da localização industrial é preciso assinalar um corte radical entre a primeira e a segunda metade do século XX. A localização nas duas maiores metrópoles urbanas brasileiras, Rio de Janeiro e São Paulo, foi se mostrando inviável após a 2° guerra mundial, pois os custos industriais eram bem mais baixos em Franca-SP e em Novo Hamburgo-RS, que foram se tornando os grandes centros calçadistas nacionais, respectivamente em calçados masculinos e em calçados femininos, enquanto Birigui-SP foi se especializando em calçados infantis. Franca e Novo Hamburgo se aproveitam da longa tradição coureira nascida na primeira metade do século XIX. Novo Hamburgo abastecia o Rio Grande do Sul, então fortemente pecuário, em utensílios de couro para montaria a cavalo, da mesma forma que Franca, que ficava no caminho de São Paulo para Goiás, trilhado por tropas de animais e por vaqueiros. Nos dois casos outras vantagens foram aproveitadas: os curtumes, os plantios de acácia negra nos arredores de Porto Alegre-RS, para obtenção de tanino, além do nascimento de uma poderosa indústria de máquinas para calçados em Novo Hamburgo, sobretudo.

É interessante observar que tanto em São Paulo imigrante, como no Rio Grande do Sul imigrante a industrialização se acelerou no pós-guerra (1939-1945), mais do que em outras regiões brasileiras, estimulando por sua vez o desenvolvimento do capitalismo na agricultura a partir dos anos 50 e 60. Assim, não só Franca e Novo Hamburgo se tornaram os grandes calçadistas brasileiros, como Limeira-SP e arredores e Passo Fundo-RS e arredores se tornaram os grandes centros industriais de máquinas agrícolas no Brasil.

4

Nos anos 1970 do século XX estava consolidada a nova situação da indústria calçadista brasileira: 1) as fábricas do Rio de Janeiro e São Paulo praticamente haviam desaparecido; 2) as indústrias de Novo Hamburgo-RS e de Franca-SP tornaram-se gigantescas e dominaram todo o mercado nacional e começaram a alcançar o mercado externo; 3) as exportações brasileiras, iniciadas modestamente em 1970-71 já alcançavam US$ 387 milhões em 1980.

Assim sendo, as décadas de 1970 e 1980 foram brilhantes para a indústria calçadista brasileira, que aumentou sua participação no mercado externo, como ocorreu em outros setores econômicos brasileiros (confecções e

móveis entre os bens de consumo simples até setores sofisticados, como eletrodomésticos, motores elétricos, aviões, etc). A partir de exportações iniciais de US$ 8 milhões em 1970 e de US$ 29 milhões em 1971, os totais foram aumentando velozmente para US$ 907 milhões em 1985 até alcançarem a cifra de US$ 1.846 bilhões em 1993.

Estes aumentos extraordinários foram estancadas com a imposição do neoliberalismo pelo governo FHC: o combate a inflação foi o pretexto para impor a chamada "âncora cambial", com as moedas estrangeiras baratas, prejudicando as exportações e facilitando as importações em toda a economia brasileira. Em 1995 as exportações declinaram para US$ 1.414 bilhões e continuaram a declinar para US$ 1.278 bilhões em 1999, quando os déficits comerciais nacionais se tornaram insustentáveis, como já havia ocorrido no México em 1994 e ocorreu depois na Argentina em 2001, e assim o real sofreu grande desvalorização.

O enorme crescimento da produção de calçados brasileiros até 1990-93 permitiu a ampliação do horizonte dos mercados consumidores nacional e internacional, mas também a ampliação do horizonte geográfico das matérias-primas. Assim, a indústria de Novo Hamburgo, que se abastecia de couros de curtumes gaúchos até 1950-60, passou nas décadas seguintes a adquirir couros dos curtumes do Centro-oeste brasileiro (Goiás, Mato Grosso, etc), onde se instalaram e cresceram grandes frigoríficos bovinos (A. Barcelos da Costa et.alli: *A indústria calçadista no Rio Grande do Sul*, Ed. Unisinos, 2004).

5

Com a vitória do neoliberalismo no Brasil a indústria de calçados, como todas as outras, passou por grandes dificuldades, sobretudo no período 1994-99, por causa da política cambial desfavorável e da contração da economia nacional. Com a diminuição dos negócios, muitas empresas de Novo Hamburgo e de Franca desapareceram e estes dois pólos calçadistas diminuíram de tamanho.

A reação à crise consistiu em concentrações industriais e na migração de inúmeras unidades fabris para a região Nordeste. Por exemplo, a fusão Vulcabras / Azaléia resultou na maior empresa produtora de calçados e material esportivo da América Latina, empregando em 2010 mais de 39 mil

pessoas em 26 unidades (Bahia, Ceará, Sergipe, Rio Grande do Sul e Argentina), com escritório em São Paulo, controlando as marcas Azaléia, Dijean, Funny, Olympikus, Opanka e botas Vulcabras, com 15% da produção exportada para mais de 30 países (*Brasil calçados 2010*, Relatório da Abicalçados).

A enorme presença industrial de Novo Hamburgo e de Franca até 1990 foi substituída, não só no caso Vulcabras / Azaléia, mas em outros casos pela ascensão do Nordeste brasileiro. Considerando o total de 302 mil empregados no setor em 2007 em todo o Brasil, o Rio Grande do Sul continuava em primeiro lugar, empregando 112 mil pessoas e São Paulo vinha em terceiro, após o Ceará, empregando 52 mil pessoas, com respectivamente 37% e 17,2% do total nacional, somando os dois estados 54,2%. Mas o Ceará alcançava 17,2% do total de empregados, a Bahia 9,3% e a Paraíba 4,2%, somando 30,7%, sem contar Sergipe (1%), Pernambuco (0,5%) e Rio Grande do Norte (0,5). Minas Gerais aparecia expressivamente com 8,2% dos empregados. Na verdade, as novíssimas fábricas instaladas no Nordeste são de grande porte e usam mão-de-obra mais barata. (MDIC/SECEX)

Assim como a produção de calçados passou por grande dispersão geográfica, igualmente as exportações passaram pelo mesmo processo. Em 2009 o Rio Grande do Sul exportou 28,1% do número de pares de calçados brasileiros, mas representando valor de 56,3% das exportações; o Ceará veio em segundo lugar, exportando 39,3% dos pares e 21,6% do valor; São Paulo veio em terceiro, exportando 5,8% dos pares e 8,7% do valor; a Bahia veio em quarto lugar, exportando 5,7% dos pares e 5,1% do valor. Estes percentuais deixam claro que a dispersão geográfica da produção também se manifestam na dispersão das regiões exportadoras.

6

No último meio século a produção mundial de calçados foi desaparecendo do centro do sistema capitalista, com raras exceções (Itália, etc), mas cresceu enormemente nas últimas duas décadas na Ásia, onde a China representou 58,1% do volume mundial e a Índia 11,9% em 2008, além do Vietnã com 4%, a Indonésia com 3,3% e a Tailândia com 1,5%. Neste

cenário tempestuoso o Brasil com 4,8 está em terceiro lugar, produzindo 816 milhões de pares, em posição significativa, mas instável.

O neoliberalismo, que nos foi imposto com força máxima de 1994 a 1999, provocou grandes estragos que não foram totalmente corrigidos. O câmbio de 2000 a 2004 aliviou as pressões, mas voltou a se manifestar de maneira negativa nos últimos anos. Assim, a produção brasileira que alcançou 916 milhões de pares em 2004 entrou em queda até os 813 milhões de 2009. As exportações declinaram de 190 milhões de pares em 2005 para 127 milhões em 2009, enquanto aumentaram as importações de 1,7 milhão para 30 milhões de pares em 2009 (*Brazilian Footwear Magazine*, 2010, Abicalçados).

Deve-se observar que a China não só aumentou rapidamente sua produção, como também suas exportações, diferentemente da Índia que produz basicamente para seu próprio mercado. Como a China destina 76% da sua produção para o exterior não surpreende que nossas importações sejam principalmente chinesas (74,4%), além de vietnamitas (13,4%). Na verdade, a China está ocupando os mercados no mundo inteiro, começando pelos EUA e a Europa e nos últimos anos alcançaram o próprio Mercosul. Felizmente, no início de 2010, as importações chinesas foram limitadas no Brasil por decisão antidumping governamental. Para dar uma idéia da instabilidade dos mercados internacionais assinale-se que os EUA, nosso maior comprador, adquiriu 75,3 milhões de pares de calçados brasileiros em 2005, declinando ano após ano para os 28 milhões de 2009. (*Brasil calçados 2010*, Abicalçados)

De qualquer modo é positiva a diversificação geográfica dos nossos mercados, pois além nosso maior comprador individual, o Brasil vende em primeiro lugar para a Europa ocidental (Reino Unido, Itália, França, Espanha, Alemanha, etc), mas também para a América Latina (Argentina, Venezuela, Bolívia, Paraguai, México, etc), além de muitos outros mercados (Rússia, Austrália, Canadá, Angola, Filipinas, Emirados Árabes, etc).