

«Brasil no ven sabates, ens en compren»

En un moment que les importacions de calcer brasiler s'han fet amb una considerable part de la quota de mercat, Josep Ma. Carrasco, peça clau d'aquest comerç internacional, analitza el pes de la indústria sabatera carioca i n'avalua les possibles conseqüències al País Valencià. Per a ell, el perill per al calcer valencià no prové de Brasil, sinó de Portugal.

Pedro J. Navarro

Josep Maria Carrasco —valencià, 65 anys— va emigrar a Brasil en complir 27 anys. Va haver de tancar la seua petita empresa de calcer del cinturó industrial de València, i va trobar un nou país al qual va aportar els seus coneixements sabaters. Des d'aquell moment fins ara, ha viscut en persona el procés de creixement de la indústria sabatera brasilera, ha estat mestre dels modelistes carioques i va ser un dels primers que va viatjar a Europa i als Estats Units per a obrir canals comercials a la producció del Brasil. Col·laborador de nombroses publicacions especialitzades del sector, és professor d'economia en la Universitat de Novo Hamburgo, centre productor per excel·lència del calcer mulat. Assegura que l'estat espanyol no ha de témer aquesta competència, sinó que les zones sabateres han de mirar amb preocupació l'impuls de Portugal.

Quan Josep Maria Carrasco va arribar a Brasil, a la ciutat de Novo Hamburgo, es va trobar amb un nucli industrial important promogut des de finals del segle XIX per emigrants ita-

lians i, especialment, alemanys. L'esperit industrial europeu es va servir d'una mà d'obra barata, una immensa riquesa de primeres matèries i un estil de treball que no té res a envejar a l'esperit oriental del sud-est asiàtic.

—*En els sectors sabaters de l'estat espanyol hi ha una gran preocupació pel creixent desenvolupament de la indústria brasilera. ¿Representa Brasil un gran perill per a les zones productores del País Valencià?*

—He de respondre que no, malgrat la sensació que s'ha creat ací. Brasil és un país amb cent cinquanta milions de persones. Hi ha grans empreses de calcer, algunes de les quals arriben a produir vora el mig milió de parells diaris i, a més del mercat nacional, EUA ens compra el vuitanta per cent de les importacions. Brasil és autosuficient pel que fa a aquest producte, però no estem menjant-nos el món perquè ens falta agressivitat comercial. Nosaltres no venem sabates, sinó que són els altres països els que ens en compren. En aquesta transacció els transports són el principal problema amb què Brasil s'enfronta per a poder posar els seus productes a disposició d'Europa, cosa que no passa als EUA. En el cas de



«La figura de l'agent és clau per a la indústria brasilera».

l'estat espanyol, el perill principal li ve dels països de l'entorn com ara Itàlia, però, sobretot, Portugal. Aquesta proximitat és la que ha de preocupar els seus fabricants.

—*No obstant, no podrà vostè negar que les amenaces del calcer que prové dels països asiàtics o sud-americans no poden quedar sense resposta.*

—Bé, cal anar per parts, perquè hi ha diferències quan parlem d'aquests països. El fenomen Taiwan, amb sabates de plàstic molt econòmiques, no representa un gran problema perquè els joves empresaris no veuen un futur a curt termini a aquesta producció, i estan dirigint-se a la competència amb

Un agent especial

Josep Maria Carrasco va ser un dels primers agents brasilers —condició que defensa en tot moment malgrat haver nascut ací— que va viatjar a l'estranger per a conèixer de prop la situació dels mercats internacionals. A finals dels anys 60 va tornar a Espanya i va entrar en contacte amb els industrials del calcer d'Elda i Elx aprofitant les seues visites als certàmens de FICIA, a Elda. També va viatjar a altres països europeus i als EUA. Se sent molt orgullós de viure en el centre productor de calcer més important del món, en l'anomenat

Valle del Río de las Campanas. Aquest nucli concentra nou ciutats amb una mitjana de 100.000 persones en cadascuna. Aquesta vall produeix el 80% del calcer que exporta Brasil, amb un volum de vendes que es calcula en uns 1.600 milions de dòlars per al present any.

Aquest valencià ha realitzat en els darrers mesos diversos viatges a Elx, on manté contactes per a introduir el calcer brasiler a l'estat espanyol amb més força que l'actual. L'estat espanyol pot ser la punta de llança definitiva per a la resta d'Europa malgrat

els intents de la patronal europea d'establir una clàusula de salvaguarda per a les importacions de calcer. «Amb la vella Europa no es pot competir en moda, perquè per a això ja tenim Itàlia, però nosaltres no podem mantenir-nos al marge de la demanda que fins a Brasil arriba des d'ací», assegura. Profund coneixedor del món del calcer, participa en els fòrums internacionals on es tracta tot el que està relacionat amb el calcer, fa classes a la Universitat i conferències allà on se'l reclama, i se sent orgullós de la seua vida dedicada al calcer. □



«El problema de les empreses valencianes és la seua descapitalització».

Japó en el sector de l'electrònica. A Corea, les inversions han estat realitzades amb capital estranger aprofitant el sistema de treball oriental, i tampoc veig un gran risc en el fet que es mantinguen aquestes empreses. A l'Índia, que ja exporta calcer, el sistema de castes és un gran inconvenient per al desenvolupament productiu, perquè aquest treball està reservat a les castes més inferiors i les possibilitats de promoció exterior són molt limitades. A més, a penes disposa de capital.

—*¿I en el cas dels països de Llatinoamèrica?*

—Ací també cal fer diferències perquè cada un d'ells és un món a part. A Argentina, per exemple, compten amb els millors cuiros del món, i els seus governs han estat sempre predisposats a facilitar-ne l'exportació. Les empreses argentines, en canvi, estan concentrades en el cinturó del *gran Buenos Aires*, un cinturó estrangulat

que per ell mateix no permet cap tipus de futur desenvolupament expansiu. Paraguai o Uruguai no representen tampoc cap problema perquè el seu nivell tecnològic és molt baix. I Mèxic presenta una altra peculiaritat. Els seus empresaris tenen una mentalitat individualista que no accepta cap tipus de dependència exterior, per això no estan disposats a desenvolupar les seues indústries enfocades a les xarxes transnacionals del comerç. Aquest fenomen ha arribat a estrangular la seua producció, i s'estimen més dedicar les seues forces a uns altres objectius. Això no passa a Brasil.

—*Aleshores, ¿quin és el secret del calcer brasiler per a introduir-se en els canals del comerç internacional?*

—Vostès han de tenir clar que Brasil és eminentment una potència en la producció, però no ens demanen disseny o moda, perquè per a això ja hi ha Itàlia. Les empreses mitjanes no te-

nen estilistes, però per a corregir aquest fet, que podria ser un inconvenient, hi ha els agents. La figura de l'agent és molt peculiar perquè és el punt de contacte entre els importadors i les nostres fàbriques productores. El cercle comença quan l'importador es posa en contacte amb ell, li presenta el producte que vol comprar i li demana un preu mitjà. L'agent, que té el seu propi taller de fabricació de mostres, elabora les primeres sabates. Quan l'importador dóna el vist-i-plau, l'agent pren contacte amb les fàbriques productores que, aleshores, supervisen el producte. En la seua estructura interna es produeixen els canvis necessaris per a adaptar la nova producció, i és aleshores, i només en aquest moment, quan comença el desenvolupament de les fàbriques. Aquesta cadena es produeix de forma continuada i el contacte entre l'importador i el comprador és mínim. A partir d'aquest moment és quan entra en joc la mà d'obra —que a Brasil està molt ben preparada—, el factor decisiu de les primeres matèries i la profunda capitalització de les empreses.

—*¿Significa això que el calcer només pot estar reservat als països del Tercer Món, on es poden combinar aquests elements?*

—No només això, sinó que no es pot generalitzar, perquè tal com he comentat abans, hi ha molts països similars a Brasil que no poden competir amb nosaltres per diferents motius. La peculiaritat del sistema organitzatiu, amb la figura de l'agent, és el que caracteritza la nostra posició en el mercat internacional, però voldria deixar clar que nosaltres no busquem els mercats. Hi ha una gran preocupació per la falta d'agressivitat comercial, però és que a Brasil no li'n fa falta. Repetesc que nosaltres no venem, sinó que ens comprem, i aquesta és la diferència.

—*¿I no pot sorgir un altre país on es donen aquestes mateixes condicions i que, per tant, supose un perill per a vostès?*

—Nosaltres pensem que no. Les investigacions en aquest sentit auguren per a Brasil un futur sense problemes, almenys en quinze anys. Fins i tot en aquests moments no podem respondre a la demanda que dels nostres productes hi ha al món. Això sí, podem estar orgullosos dels empresaris brasilers, molt distints dels llatins, perquè l'empresa està per damunt de tot i no es descapitalitzen com passa a Itàlia o l'estat espanyol. La major part dels beneficis reverteixen en les mateixes indústries o en les auxiliars. □