

EMYDIO ROBERTO GAIO

**EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS E AS BARREIRAS ECONÔMICAS: O CASO
DO SETOR DE CALÇADOS**

Monografia apresentada como requisito parcial
à conclusão do Curso de Ciências Econômicas,
Setor de Ciências Sociais Aplicadas,
Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof.º Dr. Paulo Mello Garcias

**CURITIBA
2008**

TERMO DE APROVAÇÃO

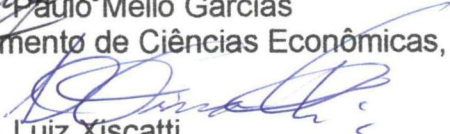
EMYDIO ROBERTO GAIO


EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS E AS BARREIRAS ECONÔMICAS: O CASO DO SETOR DE CALÇADOS

Monografia aprovada como requisito parcial à conclusão do Curso de Ciências Econômicas, Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Orientador:


Prof. Dr. Paulo Mello Garcias
Departamento de Ciências Econômicas, UFPR


Prof. Dr. Luiz Xiscatti
Departamento de Ciências Econômicas, UFPR


Prof. Emerson Leonardo Schmidt Iaskio
Departamento de Ciências Econômicas, UFPR

Curitiba, 02 de Dezembro de 2008.

SUMÁRIO

LISTA DE TABELAS	V
1. INTRODUÇÃO	1
1.1 Problema	2
1.2 Objetivos	3
1.2.1 Objetivo geral	3
1.2.2 Objetivos Específicos	4
1.3 Hipóteses	4
1.4 Justificativa	4
2. REFERENCIAL TEÓRICO	5
2.1 Teoria das vantagens comparativas	5
2.2 Modelo de Hecksher-Ohlin	6
2.3 Organização Mundial do Comércio	7
2.4 Principais princípios do comércio internacional	8
2.5 Blocos econômicos e regiões de livre comércio	8
2.6 Comércio internacional	9
2.7 Barreiras ao comércio internacional	10
2.7.1 Barreiras tarifárias	11
2.7.1.1 Subsídios	11
2.7.1.2 Excedente do consumidor e produtor	12
2.7.2 Barreiras não tarifárias	12
3. METODOLOGIA	13
4. PROCESSO PRODUTIVO DE CALÇADOS	14
4.1 A produção de calçados de couro	14
4.1.1 Controle de estoque	14
4.1.2 Custos de produção	15
4.2 Principais características da indústria de calçados	15
5. MERCADO DE CALÇADOS	16
5.1 Mercado mundial	16

5.2 O setor de calçados no brasil	21
5.2.1 As exportações brasileiras de calçados	27
6. BARREIRAS ECONÔMICAS NO SETOR DE CALÇADOS	33
6.1 Barreiras não-tarifárias ao comércio internacional	33
6.2 Barreiras não-tarifárias no mercosul	34
7. TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS PARA O SETOR.....	35
8. CONCLUSÃO	36
BIBLIOGRAFIA	38

LISTA DE TABELAS

TABELA 1: MAIORES EXPORTADORES DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES	17
TABELA 2: MAIORES CONSUMIDORES DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES.....	18
TABELA 3: MAIORES IMPORTADORES DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES E US\$	19
TABELA 4: PRODUÇÃO BRASILEIRA DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES	22
TABELA 5: MAIORES PRODUTORES MUNDIAIS DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES.....	23
TABELA 6: MAIORES PRODUTORES MUNDIAIS DE CALÇADOS – PARTICIPAÇÃO %	23
TABELA 7: BALANÇA COMERCIAL BRASILEIRA DE CALÇADOS – EM US\$ MILHÕES	25
TABELA 8: IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS – EM US\$.....	25
TABELA 9: IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS – PARTICIPAÇÃO EM US\$.....	26
TABELA 10: IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES.....	26
TABELA 11: IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS – 1998 A 2005, PREÇO MÉDIO	27
TABELA 12: EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS BRASILEIROS – SÉRIE HISTÓRICA	28
TABELA 13: EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, SEGUNDO O PAÍS DE DESTINO DE 2000 A 2008 EM US\$	29
TABELA 14: EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, PARTICIPAÇÃO % SEGUNDO PAÍS DE DESTINO DE 2000 A 2008 EM US\$	30
TABELA 15: EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, SEGUNDO O PAÍS DE DESTINO DE 2000 A 2008 EM PARES	31
TABELA 16: EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, SEGUNDO O PAÍS DE DESTINO DE 2000 A 2008 EM PARES – PARTICIPAÇÃO %	31
TABELA 17: PREÇO MÉDIO DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, SEGUNDO O PAÍS DE DESTINO – 2000 A 2008	32

RESUMO

Esta monografia apresenta o perfil da indústria mundial de calçados no período de 1996 até 2007 através da análise do comércio internacional entre os principais países, abordando a competitividade entre eles e analisando o perfil do setor. Será dado um enfoque sobre o desempenho do Brasil nesse setor, desde sua inserção no mercado internacional até as barreiras econômicas existentes. Para melhor compreensão da atividade calçadista, primeiramente analisou-se o setor como um todo em âmbito mundial e nacional, fornecendo informações referentes à cadeia produtiva, processo de produção, estrutura organizacional, padrão de concorrência, produção, mercado. A China é a maior produtora, exportadora e consumidora do mundo. O Brasil figura entre os cinco maiores produtores, com produção especializada em calçados de preços e qualidades médios, não competindo diretamente com os calçados sofisticados da Itália nem com os provenientes dos países asiáticos e de preço mais baixo. Além disso, é o quinto país em exportação mundial. As barreiras econômicas no setor calçadista são baixas e por esse motivo levam-se em conta principalmente requisitos como a diferenciação de produto através de *design*, qualidade, cumprimento de prazos de entrega, fixação de marcas e estratégias de *marketing*. Outro fator que importante refere-se à capacidade de logística e subcontratações de atividades mais intensivas em mão-de-obra nos países onde esses recursos sejam mais abundantes.

1 INTRODUÇÃO

A indústria brasileira de calçados é hoje uma das maiores do mundo. Esta posição no cenário internacional foi conquistada no fim da década de 60 e início da de 70, quando a indústria iniciou o processo de conquista do mercado internacional, ocupando o espaço no mercado que os produtores italianos e espanhóis em crise, não conseguiam atender: o de calçados de preço mais baixo. O setor calçadista brasileiro foi também um dos primeiros a exportar produtos manufaturados, na época do milagre econômico do início dos anos 70.

O setor de calçados atravessou a década de 80 com dificuldades: planos econômicos sucessivos e mudanças na política cambial. Entretanto, o mercado brasileiro vendia seus produtos tranqüilamente no mercado doméstico, sem enfrentar a concorrência internacional. No mercado externo, o crescimento da concorrência dos países asiáticos, em particular da China e Taiwan no segmento dos calçados de preço baixo, colocava as empresas brasileiras em risco, pois da mesma forma como as exportações brasileiras se deslocaram frente Espanha e Itália, na década de 70, as empresas asiáticas passaram a ameaçar a posição da indústria brasileira. A crise no setor viria a ocorrer na década de 90, com a abertura do mercado interno às importações de calçados, particularmente os chineses. As empresas do setor encontravam-se despreparadas para enfrentar uma concorrência que trabalhava com custos inferiores de mão-de-obra e de tecnologia superior. A abertura da economia brasileira no início desses anos, com a queda de barreiras tarifárias e não-tarifárias e a política de estabilização, que produziu valorização do câmbio e juros elevados, levaram a indústria calçadista a enfrentar um período de fechamento de empresas, eliminação de postos de trabalho e demanda por proteção.

Porém, nos últimos anos, o Brasil vem crescendo sua posição de produção e exportação de calçados. O país está atualmente entre as maiores economias nesse segmento. Entretanto, junto com o crescimento das exportações brasileiras, existe uma forte concorrência do mercado chinês, com produtos muito baratos e, além disso, o problema do protecionismo econômico de outros países.

Países da União Européia, e os Estados Unidos são os maiores parceiros comerciais do Brasil e impõem restrições econômicas como barreiras tarifárias, nesse caso picos tarifários, tarifas, quotas tarifárias para o setor de calçados em âmbito mundial, o qual será o objeto de estudo. A flexibilização ou redução das barreiras representa um importante caminho para a abertura do mercado e também para reduzir a quantidade de subsídios domésticos e aumentar exportações. As negociações internacionais são uma forma de reduzir os níveis de proteção impostos pelas barreiras tarifárias e, dessa forma, garantir maior acesso aos mercados internacionais.

Dentre as diversas formas de protecionismo, no caso para o setor de calçados, destacam-se barreiras tarifárias, que possui a função de garantir renda ao produtor doméstico, gerando baixo custo para o governo, pois esses custos da proteção são transferidos aos consumidores domésticos. As barreiras tarifárias são importantes, pois elas controlam a oferta e, dessa forma, acabam por manter os preços dos produtores em níveis satisfatórios para sua competitividade no mercado.

Este trabalho analisará o setor de calçados do Brasil junto aos principais mercados internacionais e que estão sujeitos a barreiras comerciais, avaliando o impacto da abertura de mercado, que pode ocorrer das negociações internacionais da economia brasileira para um setor voltado ao mercado internacional como o de calçados que é prioridade tanto para o setor privado, como para o governo brasileiro .

1.1 Problema

O Brasil é um grande produtor e exportador de calçados no cenário mundial. Os Estados Unidos e a União Européia são os grandes mercados compradores desse produto. Porém, esses países impõem restrições econômicas visando proteger seus mercados domésticos, principalmente com barreiras tarifárias, inibindo o aumento das exportações brasileiras e de seus concorrentes.

Além desse problema, temos ainda a concorrência acirrada do mercado chinês, que prejudica muito o desempenho da economia brasileira nesse setor, principalmente pela prática de preços muito baixos.

A competição no mercado de calçados não ocorre apenas através dos preços, pois ele se trata de um produto de moda, com vários modelos e estilos fabricados com diferentes materiais para atender a múltiplas finalidades de consumo. Nesse setor a qualidade final do produto depende diretamente do grau de qualificação da mão-de-obra. A tecnologia de máquinas e equipamentos de produção depende da estratégia de especialização produtiva. Uma maior sofisticação tecnológica é necessária caso a estratégia seja diferenciar o produto através de *design*, pois nesse caso a demanda por esse tipo de produto é de um público de maior poder aquisitivo, enquanto um grau de sofisticação tecnológica menor é suficiente para a fabricação de produtos padronizados a preços baixos. Dessa forma temos a concorrência no mercado internacional em segmentos diferentes de mercado.

Esses mercados poderiam importar mais calçados se não impusessem proteções aos seus mercados, como tarifas, quotas ou até mesmo se não houvesse países que competem no mercado mundial praticando preços baixos devido à mão-de-obra barata. Então é necessário fazer algumas perguntas para tentar responder nesse trabalho. Esse protecionismo influencia as exportações brasileiras? A competitividade de outros países nesse setor afeta às exportações brasileiras?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

A presente monografia abordará o comércio internacional do setor de calçados analisando a competitividade de outros países nesse setor frente ao Brasil e as barreiras impostas pelos seus principais parceiros comerciais . O objetivo geral será analisar o setor de calçados brasileiros, suas exportações e concorrentes internacionais no período da década de 90 até 2007.

1.2.2 Objetivos Específicos

1. Descrever o mercado exportador segundo países de origem e destino e os fatores determinantes de seu desempenho;
2. Identificar os principais concorrentes brasileiros nesse setor, bem como as políticas por eles utilizadas no comércio internacional;
3. Analisar os mecanismos de proteção tarifária imposta pelos principais parceiros comerciais do Brasil no setor de calçados e seus impactos sobre as exportações brasileiras e mundiais desse setor no período de 1996 até 2007.
4. Verificar as tendências para o setor de calçados

1.3 Hipóteses

A acirrada concorrência no setor de calçados prejudica as exportações brasileiras junto aos maiores importadores mundiais de calçados, além disso, os mesmos impõem barreiras econômicas contra as exportações mundiais. Diante desse cenário, serão trabalhadas as seguintes hipóteses:

1. Os países concorrentes no mercado externo prejudicam as exportações brasileiras, sendo a China, principal mercado produtor, exportador e consumidor de calçados o principal concorrente brasileiro;
2. A redução das tarifas e uma maior flexibilização das proteções econômicas desses países seriam uma importante solução para promover o crescimento das exportações brasileiras;

1.4 Justificativa

O presente trabalho visará, como já mencionado, estudar as exportações de calçados do Brasil, os efeitos da liberalização comercial e os impactos das barreiras econômicas sobre o setor a partir do ano de 1996. É importante verificar quais os

efeitos sobre o Brasil dos países que impõem essas barreiras, pois esse protecionismo reduz as exportações. Além disso, será estudado o desempenho no comércio internacional dos principais concorrentes, como o mercado chinês e italiano, pois após ocorrer um aumento das exportações em termos de valor e número de pares verificado nos primeiros anos da década de 90, de 1993 até o ano 2000 as exportações de calçados se reduziram (Abicalçados, 2008). Nesse mesmo período, várias empresas de pequeno e médio porte, fabricantes e exportadoras de calçados, foram fechadas com a concorrência dos produtos de origem chinesa nos Estados Unidos, que é o principal destino das exportações de calçados brasileiros, onde durante o período de 1990 a 2007 os chineses só aumentaram suas exportações tanto em nível mundial como nos Estados Unidos e as exportações de calçados brasileiros para os americanos vem diminuindo a cada ano.

Essa análise do setor de calçados brasileiro é de suma importância, pois trata-se de um dos maiores setores comerciais do Brasil, onde são gerados muitos empregos e riqueza através do grande volume produzido e exportado. Além disso, podemos verificar quem são os principais concorrentes e parceiros comerciais no mercado internacional, as estratégias adotadas por eles e algumas oportunidades de melhorias no desempenho comercial do Brasil.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico irá estabelecer as bases para a discussão dos principais aspectos envolvendo as exportações de calçados brasileiros e as barreiras econômicas no comércio entre países.

2.1 Teoria das vantagens comparativas

O economista inglês David Ricardo desenvolveu a abordagem do comércio internacional baseada nas diferenças internacionais de produtividade de trabalho, denominado Teoria das Vantagens Comparativas. A idéia desse modelo é que o

comércio internacional decorre das vantagens comparativas entre as diferentes nações, resultantes das diferenças de produtividade entre elas. Cada país se especializa naturalmente em bens que tem maiores vantagens, isto é, tornam-se eficientes com Custos Relativos de Produção baixos. Segundo RICARDO (1982) na divisão internacional de trabalho, cada país apresenta vantagens naturais (solo, clima) ou artificiais (capital acumulado, infra-estrutura) que determinam os produtos obtidos com menor custo. Posteriormente esses países beneficiam-se no comércio internacional com trocas de bens que não são produzidos de forma eficiente em seus mercados.

Os países devem exportar bens produzidos com trabalho interno de modo relativamente eficiente e importar bens produzidos pelo trabalho externo, de modo mais eficiente. O padrão de produção de um país é determinado pelas vantagens comparativas, que podem ser medidas pela diferença entre o valor percentual das importações e exportações totais do produto principal para cada país.

Segundo SALVATORE (1998) "de acordo com a Lei das Vantagens Comparativas, mesmo que uma nação seja menos eficiente do que outra (possua desvantagem absoluta) na produção de ambas commodities, existe ainda uma base para um comércio benéfico", ou seja, cada nação deve especializar-se na produção da commodity na qual sua desvantagem absoluta seja menor.

A Teoria das Vantagens Comparativas também tem sido utilizada para argumentar favoravelmente à divisão internacional do trabalho, a partir do livre comércio de mercadorias entre todos os países. Discussões teóricas e práticas entre livre-cambistas e protecionistas prosseguem até os dias atuais juntamente com diversas teorias do comércio internacional, porém o ponto de vista ricardiano continua sendo o ponto de partida clássico.

2.2 Modelo de Heckscher-Ohlin

Os economistas suecos Heckscher e Ohlin abordaram o comércio internacional entre países pelas suas diferenças na dotação de fatores de produção e na intensidade com que cada país os utiliza na produção de seus bens. Esse modelo é complementar

ao ricardiano. “Em termos gerais, uma economia tende ser relativamente mais eficaz na produção de bens que são intensivos no fator com o qual o país é relativamente bem dotado” (Krugman, 1999). Em um modelo idealizado, o comércio internacional leva à equalização de preços dos fatores de produção, por exemplo, mão-de-obra e capital na produção. Esta equalização ocorre quando a economia local e a economia estrangeira comercializam entre si, indiretamente trocando fatores de produção. A regra geral da teoria de Heckscher-Ohlin é de que “os países tendem a exportar bens cuja produção é intensiva em fatores com os quais eles são favorecidos em abundância”. (Krugman, 1999).

Entretanto no cenário atual, os preços dos bens/fatores de produção não são totalmente equalizados pelo comércio internacional, pois temos diferenças tecnológicas de produção entre os países. Portanto, a igualdade de preços dos fatores de produção depende da convergência completa dos preços dos bens. No mercado real, os preços desses bens não são totalmente equalizados pelo comércio internacional e essa falta de convergência ocorre além de fatores tecnológicos, também devido às barreiras econômicas (Krugman, 1999).

2.3 Organização Mundial do Comércio

O *General Agreement on Tariffs and Trade*, que ficou conhecido pela sigla – GATT – passou a ser uma espécie de grande acordo temporário entre países, que realizou ao longo dos anos, oito rodadas de negociações multilaterais. Diversos países aderiram ao acordo que serviu de base para as negociações, até o término da Rodada do Uruguai, em 1994, quando foi criada a Organização Mundial do Comércio que substituiu o GATT. As seis primeiras rodadas de negociações do GATT objetivaram, a diminuição dos níveis de proteção tarifária, deixando sempre de lado produtos agrícolas. (BNDES, 1996)

Na sétima rodada, conhecida por Rodada de Tóquio (1973-1979), foram incluídos outros temas, sendo celebrados vários acordos, entre os quais um Acordo

sobre Barreiras Comerciais. De 1986 a 1994 houve a Rodada do Uruguai, que ampliou muito o âmbito das negociações.

Os principais resultados desta rodada foram:

- Criação da Organização Mundial do Comércio;
- Compromisso de diminuição dos níveis tarifários para produtos industriais e agrícolas;
- Introdução do tema sobre direitos de propriedade intelectual
- Reforço de regras existentes no GATT relativas a temas como barreiras técnicas ao comércio e outros que deram origem a acordos e entendimentos específicos.

Participaram na Rodada do Uruguai cerca de cem países, dando origem a um conjunto de acordos e entendimentos. Com a criação da OMC, mantiveram-se os princípios básicos do comércio internacional que já eram adotados no GATT.

2.4 Principais princípios do comércio internacional

- Tratamento geral de nação mais favorecida: Proíbe a discriminação entre países que são parte do GATT (ou da OMC). Qualquer vantagem, relativa a direitos aduaneiros ou taxas, concedida a um país, deve ser imediatamente estendida aos demais países para produtos similares.
- Tratamento nacional: proíbe a discriminação entre produtos nacionais e importados.
- Transparência: obriga a publicação de todos os regulamentos relacionados com comércio.
- Eliminação de restrições quantitativas: proíbem restrições baseadas em quotas, licenças de importação e medidas similares.

2.5 Blocos econômicos e regiões de livre comércio

Um conjunto de países forma um bloco econômico quando agem juntos, no cenário econômico internacional. Dessa forma, existem padrões de integração

econômica entre países. O nível menor de integração econômica é o de uma região de livre comércio, onde os países baixam até zero as alíquotas dos respectivos impostos de importação para o comércio entre si, eliminando também quotas, que são limitações quantitativas à importação de certos produtos, mas podem mantê-las em relação a terceiros países (Bos, 2006).

Um grau maior de integração econômica é o das uniões aduaneiras. Neste caso, além de constituírem uma região de livre comércio, há a equalização das diferentes tarifas do imposto de importação com relação a terceiros países, estabelecendo uma tarifa externa comum. Existe ainda o mercado comum, que é um grau de integração mais profundo que o de união aduaneira. Para existir um mercado comum, deve-se ter a livre circulação dos fatores de produção entre os países membros.

Quanto maior o nível de integração, maior a necessidade de haver uma boa relação entre os países membros que formam o bloco. Este tipo de iniciativa é liderado pelos governos, em busca de aumentar o comércio entre os países envolvidos no movimento de integração econômica. O bloco econômico mais importante existente hoje é a União Européia (Bos, 2006).

2.6 Comércio internacional

O comércio internacional trata de compras e vendas de mercadorias entre países. As normas de comércio exterior são realizadas pelo governo de cada país através dos acordos da OMC. Existem hoje três grandes enfoques sobre o comércio exterior que são:

- **Protecionismo:** o protecionismo protege as indústrias locais da concorrência externa. Essa proteção pode ser feita através de imposição de tarifas, que tornam os produtos mais caros que os similares nacionais; pode ser através de quotas de importação; proibição de importações e sob a forma de restrição voluntária de importação.

- Livre comércio: corresponde ao intercâmbio ilimitado entre países na compra e venda de mercadorias. Ele busca assegurar que legislações trabalhistas, leis de defesa de consumidores, e leis ambientais de um determinado país não sejam executadas de forma a restringir empresas estrangeiras. O livre comércio fundamenta-se no princípio das vantagens comparativas, onde é explicado que um país deve-se especializar em bens que são produzidos de forma mais eficiente, para posteriormente trocá-los no comércio internacional com outros países que produzem bens de forma eficiente, mesmo essa produção sendo de bens similares.
- Comércio regulado: Os governos que praticam essa forma permitem um amplo comércio internacional, porém há práticas de tarifas, subsídios e algumas outras políticas que visam tornar produtos nacionais mais atrativos, incentivando as indústrias locais, a pesquisa e desenvolvimento nacional.

Embora as regras de comércio exterior sejam determinadas por cada país, geralmente eles seguem alguns parâmetros estabelecidos em acordos internacionais comerciais, regionais e bilaterais (Bos, 2006).

2.7 Barreiras ao comércio internacional

Na ampliação das fronteiras para a exportação, um determinado país trava batalhas com outros países, pois todos querem gerar riquezas e proteger os seus negócios. Essa situação gera reações ao comércio internacional e acaba produzindo conflitos, obstáculos e disputas. As regras vigentes na OMC têm o objetivo de diminuir estes obstáculos, visando a ampliação das transações comerciais. Dessa forma o comércio internacional desenvolve-se em um ambiente que ao mesmo tempo permite um intenso fluxo de bens e serviços e produz mecanismos de entraves e controles, algumas vezes justificáveis, conforme as regras internacionais, outras vezes não (Berto, 2004).

Estas dificuldades para as exportações são chamadas obstáculos, entraves ou barreiras ao comércio; estas últimas recebem ainda diversos qualificativos, como tarifárias, não tarifárias, técnicas e outras.

2.7.1 Barreiras tarifárias

São as barreiras criadas por incidência de tarifas para importação de produtos. Os diversos acordos internacionais prevêm o decréscimo gradual destas tarifas visando o aumento do comércio internacional.

A tarifa é um imposto cobrado quando importamos um bem, podendo ser fixas e/ou cobradas por unidade do bem importado (ad valorem). Nos dois casos o efeito da tarifa é o de elevar o custo dos bens importados. O resultado dessa variação de preços é a perda dos consumidores do país importador que diminuirão sua demanda por causa da alta de preços e um ganho do país que impõe a tarifa na forma de receita de imposto de importação (Berto,2004).

2.7.1.1 Subsídios

Um subsídio pode ser considerado um benefício a pessoas ou empresas, pagos pelo governo visando cobertura de prejuízos de empresas, financiamento de investimentos, preços baixos para consumidores, benefícios para produtores e vendedores mediante preços elevados como, por exemplo, a tarifa aduaneira (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2008).

Tratando-se de subsídios a exportação, o mesmo refere-se a um pagamento a uma empresa ou indivíduo que envia um bem para o exterior. Igualmente à tarifa, pode ser fixo ou ad valorem. Quando concedido, os exportadores irão exportar o bem até o ponto em que o preço local excede o preço estrangeiro pela quantidade subsidiada. Os efeitos provocados são contrários aos da tarifa quando se trata de preços. No país exportador os consumidores saem prejudicados, produtores ganham e o governo perde porque gasta seu dinheiro.

2.7.1.2 Excedente do consumidor e produtor

É a quantidade que o consumidor ganha em uma compra na forma da diferença entre o preço por ele pago e o preço que ele estaria disposto a pagar. No caso de importação, temos um excedente negativo e, no da exportação, um excedente positivo. O excedente do produtor é o ganho obtido, com um preço de recebido pelo produtor no mercado interno acima do preço esperado (Krugman, 1999).

2.7.2 BARREIRAS NÃO-TARIFÁRIAS

As barreiras não tarifárias são restrições comerciais a entrada de bens importados que não são realizadas através de tarifas aduaneiras. São utilizadas para a proteção dos consumidores, visando restringir a entrada de importações por meio de limitações quantitativas, medidas sanitárias e fitossanitárias, barreiras técnicas e outras proteções como padrões de segurança, políticas aduaneiras e de preços mínimos. Elas são utilizadas para encobrir medidas protecionistas ao fluxo de comércio.

Os tipos de barreiras não tarifárias existentes no mercado são (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2004):

- Quotas;
- Proibição total ou temporária;
- Salvaguardas (quotas de importação ou elevação de tarifas por questões de medida de salvaguardas);
- Impostos e gravames internos que discriminem produto nacional e importado;
- Preços mínimos de importação;
- Direitos antidumping aplicados;
- Direitos compensatórios aplicados;
- Subsídios às exportações praticados por terceiros países;
- Licenças de importação automáticas;
- Controles sanitários ou fitossanitários nas importações;

- Restrições impostas a determinadas empresas;
- Outros

Aprofundando um pouco mais sobre as quotas de importação, trata-se de uma restrição direta a quantidade de algum bem em que pode ser importada. Essa restrição normalmente é realizada através da emissão de licenças. Uma quota de importação sempre eleva o preço do local do bem que será importado. (Krugman, 1999). Já as Restrições Voluntárias às Exportações ocorrem quando um país importador induz uma outra nação a reduzir suas exportações, sob a ameaça de restrições comerciais mais elevadas, quando tais exportações ameaçam alguma indústria do país importador. Essas restrições implicam na criação de uma cota imposta pelo país exportador, ao invés de ser imposta pelo importador. Este tipo de barreira é criado geralmente por pedido do país importador e recebe apoio do exportador para evitar maiores restrições comerciais. Quando a imposição é bem sucedida, estas restrições produzem todos os efeitos das cotas de importação, exceto pelo fato de que são administradas pelo país exportador.

3. METODOLOGIA

Para atingir os objetivos propostos, será adotada a seguinte metodologia:

1. Identificar o processo produtivo de calçados;
2. Analisar o mercado mundial de calçados, através das estatísticas dos principais exportadores, importadores, consumidores e produtores;
3. Realizar uma análise histórica do setor de calçados brasileiro;
4. Analisar através de uma medição em termos de volume de exportação, importação, produção e preço médio de exportação o perfil do setor brasileiro de calçados e identificar seus principais parceiros comerciais.
5. Identificar os regimes de proteção nos principais parceiros comerciais do Brasil no setor de calçados. Os mesmos serão analisados a partir de legislações tarifárias vigentes, acordos realizados na OMC e das políticas voltadas aos produtores e do mercado do produto.

4. PROCESSO PRODUTIVO DE CALÇADOS

O setor de calçados tem na sua indústria a produção de bens de consumo, levando em conta a localização da produção em países que ofereçam salários baixos e mão-de-obra abundante, em um mercado bastante de grande concorrência (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2002).

A oferta de calçados em cenário mundial é bem diversificada, existindo um conjunto variado de produtos que se diferenciam tanto pelo mercado consumidor, como calçados masculinos, femininos, crianças e esportivos quanto pelas matérias-primas utilizadas, como couro, plástico ou combinados. Além disso, há a diferenciação de produtos por qualidade, marca e preços.

A competição no mercado internacional não acontece apenas através dos preços, pois se trata de um produto de moda, com modelos e estilos fabricados de diferentes materiais. Nessa indústria, a qualidade final do produto depende diretamente do grau de qualificação da mão-de-obra. A tecnologia de produção depende da estratégia de especialização produtiva. Uma maior tecnologia empregada é necessária quando o produto volta-se para o *design*, enquanto uma tecnologia menor é empregada para a fabricação de produtos a preços baixos (Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, 2002).

4.1 A produção de calçados de couro

O processo produtivo das empresas calçadistas tem como características o uso intensivo de mão-de-obra e descontinuidade do fluxo produtivo, dependendo do porte, sua especialização e público alvo.

4.1.1 Controle de estoque

Para o controle do estoque de forma eficaz, as empresas devem fazer um estudo de previsões de demanda, vendas e de produção. Entretanto, os fabricantes muitas

vezes não conhecem seus clientes, não fazem pesquisa de mercado e, nesse caso, adaptam sua produção a demandas imediatas e pontuais (Sebrae, 2005).

4.1.2 Custos de produção

No setor de calçados, o preço é um dos fatores competitivos de maior peso na concorrência mundial. Grande parte dos custos de produção estão nos salários. O percentual de custo de pessoal aumenta de acordo com o tamanho da empresa, por isso às empresas menores têm uma tendência a terceirizar mais as diversas etapas do processo produtivo. Uma forma de diminuir os custos de produção é com a mecanização e automação da operação (Sebrae, 2005).

4.2 Principais características da indústria de calçados

As empresas do setor calçadista podem ser classificadas em:

- Grandes empresas: atuam basicamente no mercado interno, com grandes investimentos em tecnologia e *marketing*;
- Médias empresas: têm atuação voltada para o mercado externo, apresentam níveis de tecnologia e gastos com marketing diferenciados;
- Micro e pequenas empresas: utilizam-se basicamente de processos artesanais.

A indústria de calçados é um dos setores de grande importância para a economia brasileira, pois ela gera um grande volume de divisas, principalmente com as exportações e gera empregos em cerca de quatro mil empresas (Abicalçados, 2008). No Brasil, existem dois grandes pólos industriais produtores de calçados: a região do Vale dos Sinos, no Rio Grande do Sul, e a cidade de Franca, no Estado de São Paulo. A região do Vale dos Sinos produz aproximadamente 25,0% da produção nacional, a região Sul é responsável por 33,7% da produção nacional, e Franca que produz 5,4% da produção nacional, sendo a região Sudeste responsável por 46,7% da produção nacional (Alves, 2002).

No processo produtivo, a figura 1 ilustra a cadeia produtiva da indústria de calçados de couro. Ela tem como principais fornecedores de matéria-prima as empresas químicas, indústrias de máquinas e componentes e os curtumes, que fornecem o couro em estágios distintos de processamento. Essa produção de calçados é exportada através de grandes empresas exportadoras, cadeias de lojas e atacadistas, e no mercado interno participam distribuidores domésticos, cadeias de lojas e lojas dos próprios fabricantes (Alves, 2002).

FIGURA 1: CADEIA PRODUTIVA DA INDÚSTRIA DE CALÇADOS DE COURO



Fonte: Fensterseifer & Gomes, 1976.

5. MERCADO DE CALÇADOS

5.1 Mercado mundial

Nas últimas décadas a produção de calçados se deslocou em direção às regiões menos desenvolvidas. Num primeiro instante, esse deslocamento ocorreu para países como Hong Kong, Coréia do Sul, Taiwan e Brasil. No início da década de 70, esses

países tinham uma baixa participação no comércio mundial, chegando ao final dos anos 80 com cerca de 1/3 das exportações mundiais. Entretanto, à medida que houve a industrialização desses países, houve um segundo deslocamento nos anos 80 em direção à China, Filipinas, Indonésia, Tailândia e a outros países com disponibilidade de mão-de-obra a baixo custo, conseqüentemente custos de produção baixos. (Anderson, 2001).

Esse movimento ocorre porque há necessidade de atender os segmentos de renda mais baixa nos países mais desenvolvidos, onde o preço é levado em conta. Para mercados de poder aquisitivo maior, há importância da qualidade, do design, preços e do prazo de entrega. Um outro fator que influencia o mercado é a moda, pois ela faz com que o calçado apresente grandes variações, muitas vezes até sazonais (Garcia, 2001).

O principal acontecimento da indústria mundial na década de 1990 foi a consolidação da Ásia, e em particular a China. A China se tomou a principal produtora de calçados, seguida pela Índia e pelo Brasil. Já os italianos são os maiores produtores europeus, com produtos de um nível de qualidade maior. A tecnologia, o baixo custo de materiais, como couro sintético, a qualidade e disponibilidade de mão-de-obra barata são os fatores que determinam a competitividade do setor no cenário mundial. Essa grande produção da China é dividida entre o seu mercado consumidor, com mais de 2 bilhões de pares anuais, e as exportações, que alcançaram mais de 39 bilhões de pares entre 1997 e 2005, com destaque para o ano de 2005 que atingiu a marca de quase 7 milhões de pares exportados, conforme tabela 1.

TABELA 1: MAIORES EXPORTADORES DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
China	2,996	3,086	3,426	3,867	3,961	4,300	5,026	5,885	6,914	39,461
Hong Kong	1,259	1,026	0,97	1,023	1,667	0,772	0,743	0,744	0,741	8,945
Itália	0,415	0,382	0,347	0,362	0,354	0,322	0,297	0,311	0,249	3,039
Vietnã	0,176	0,186	0,221	0,277	0,292	0,333	0,393	0,42	0,472	2,770
Indonésia	0,227	0,173	0,217	0,208	0,193	0,176	0,181	0,165	0,165	1,705
Brasil	0,142	0,131	0,137	0,426	0,171	0,164	0,189	0,212	0,217	1,789

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2007

Nota: Dados de 2006 e 2007 não disponíveis

A tabela 1 também mostra que entre os seis principais países exportadores, três são asiáticos: China, Hong Kong e Vietnã. No terceiro lugar, está a Itália com a participação em queda, associada à produção e exportação de calçados de elevado valor agregado. O Brasil ocupa o sexto lugar mundial, com as exportações em queda entre 1997 e 1999, um ano excelente em 2000 com mais de 200% de aumento em relação a 1999 e nova queda até 2002. A partir de 2003 a indústria começou sua recuperação. A competição do calçado chinês, principalmente no mercado norte-americano, foi um dos fatores responsáveis pela queda das exportações brasileiras nos últimos anos, pois cerca de 2/3 das exportações do Brasil são para os Estados Unidos conforme será visto na análise do setor brasileiro na próxima seção. Quanto ao consumo, o principal país consumidor mundial de calçados são os Estados Unidos, seguidos pela China, Índia, Japão e Brasil.

TABELA 2: MAIORES CONSUMIDORES DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
China	2,258	2,437	2,507	2,579	2,672	2,656	2,782	2,925	2,097	22.912
EUA	1,623	1,606	1,727	1,794	1,835	1,925	1,977	2,129	2,242	16.858
Índia	0,646	0,653	0,657	0,664	0,682	0,689	0,714	0,797	0,852	6.353
Japão	0,572	0,515	0,557	0,558	0,601	0,586	0,600	0,620	0,650	5.259
Brasil	0,427	0,401	0,369	0,426	0,445	0,483	0,481	0,552	0,555	4.139

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2007

Esses dados mostram uma característica da configuração do setor produtivo de calçados: Alguns países, como China e Brasil, são ao mesmo tempo grandes exportadores e consumidores mundiais de calçados. Em outros países, como o caso dos Estados Unidos e do Japão, o elevado consumo está muito associado às importações, já que a produção de calçados nesses países é muito baixa.

TABELA 3: MAIORES IMPORTADORES DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES E MILHÕES US\$

Países	2001		2002		2004		2005	
	Pares	US\$	Pares	US\$	Pares	US\$	Pares	US\$
EUA	1,784	16,009	1,895	16.159	2,124	17,403	2,252	18,906
Hong Kong	1,717	5,159	0,808	5,030	0,780	4,959	0,866	5,384
Japão	0,467	3,044	0,471	2,935	0,519	3,260	0,556	3,582
Alemanha	0,338	4,180	0,343	4,117	0,412	5,232	0,464	5,179
Reino Unido	0,299	3,278	0,315	3,544	0,375	4,574	0,424	4,768
França	0,278	2,940	0,290	3,351	0,344	4,431	0,379	4,736
Itália	0,203	2,747	0,224	3,066	0,311	4,264	0,331	4,488
Outros	2,032	20,575	3,484	21,038	3,815	25,351	3,600	24,540

Fonte: Abicalçados, 2007

Nota: Dados de 1996 a 2000 e 2006 e 2007 não disponíveis

Os dados das importações norte-americanas explicam essa configuração do setor no mercado mundial. Os EUA são os maiores importadores mundiais de calçados mas as importações da União Européia, no conjunto, superam as americanas. Os americanos não impõem grandes barreiras à importação de calçados, pois a sua produção no mercado internacional é pequena.

De acordo com a Abicalçados (2007), as importações de calçados chineses nos Estados Unidos representa 73% das compras externas. Em seguida, os principais exportadores de calçados para os Estados Unidos são Itália (6%) que focaliza no *design*, inovação e alta qualidade dos componentes utilizados e no acabamento do produto. Depois aparecem o Vietnã (5%) e Brasil (4%). Essa diferença está explicada no preço do médio dos pares, onde os italianos apresentam U\$ 40,88, os calçados brasileiros U\$ 13,66 e os calçados chineses U\$ 6,82.

Já na União Européia, existem grandes restrições tarifárias que dificultam a entrada de calçados de países que não fazem parte do bloco. Dessa forma, existe a maior participação dos fabricantes europeus no seu próprio mercado. Porém, a China tem grande participação na União Européia, com quase 50% das suas exportações de calçados. Por causa dessa grande participação chinesa, houve na Europa a criação de tarifas para a importação de calçados vindos da China e do Vietnã de, 16,5% e 10%, respectivamente (Abicalçados, 2007). Esse assunto será abordado novamente com mais clareza na seção das barreiras econômicas.

O avanço dos países asiáticos no mercado internacional de calçados mostra algumas características importantes na forma de produção e comercialização do setor. No caso da China, o maior mercado exportador de calçados para os Estados Unidos, esse grande volume de vendas está aliado a um preço médio reduzido, onde o mercado ocupado é o de calçados simples e baratos, de valor agregado menor. Entretanto, as exportações chinesas para os Estados Unidos incluem também calçados de valor mais alto, como o segmento esportivo. Esses produtos são produzidos por grandes empresas como Nike e Adidas que contratam as atividades de manufatura em regiões de baixos custos de trabalho (Campos, 2007). Além dessas vantagens com o custo da mão-de-obra, a indústria chinesa também possui outros fatores que explicam o crescimento das exportações de calçados. Um deles é o atendimento a grandes lotes de pedidos a custos baixos, pois a indústria da China apresenta grandes manufaturas e economias de escala. Um outro fator é a política cambial do governo chinês, que vem mantendo desvalorizada a taxa de câmbio da moeda chinesa em relação ao dólar. Esse fator é importante para a análise das exportações de calçados, pois a relação de câmbio e salário explica os fluxos de comércio.

Já a Índia é outro país que cresceu e ganhou espaço mundial. O baixo preço é a sua principal característica. O baixo custo da mão-de-obra, a existência de uma extensa base produtiva instalada e do maior rebanho bovino do mundo são fatores que impulsionam também essa performance.

Analisando ainda a partir das importações dos Estados Unidos, o segundo maior exportador de calçados é a Itália. Comparando o comércio italiano e o chinês, o volume exportado pela Itália é bem menor, porém o preço médio dos calçados italianos é bem maior. Dessa forma, a indústria italiana atua em faixas superiores de mercado, com produtos de maior valor agregado, com preços mais altos e volumes menores, diferente da China e de outros países asiáticos que atuam nos segmentos de mercado de preços mais baixos e grandes volumes de produção. A atuação nesses segmentos de mercado superiores está relacionada à capacidade de desenvolvimento de produto e *design*, tomando-a como fonte de lançamento de produtos e de moda. Dessa forma, a indústria italiana pratica níveis mais elevados de preço. Com esse diferencial, a Itália é o primeiro

lugar nas exportações para a União Europeia e o segundo país nas exportações para os EUA (Assintecal, 2006).

Já no caso da China e outros países asiáticos, a forma de atuação está associada aos baixos custos de trabalho e também aos grandes volumes produzidos. Uma das vantagens competitivas é o atendimento de grandes volumes de pedidos, a custos baixos. Na maioria das vezes, os volumes de exportação estão relacionados a relações de subcontratação, onde os produtores locais são subordinados às estratégias de comercialização e de distribuição de grandes compradores internacionais.

A indústria brasileira ocupa a faixa intermediária de mercado, com os produtos não atingindo o mesmo grau de sofisticação e os preços dos calçados italianos, mas não concorrendo também diretamente com o calçado chinês. Porém, os produtores brasileiros têm produtos no mercado internacional fornecidos com custos mais baixos em comparação aos similares italianos e com elevados padrões de qualidade. Além disso, a indústria brasileira tem outro ponto positivo que é a sua flexibilidade, pois os produtores são capazes de atender a volumes baixos de pedidos. Diante dessas situações de mercado, os países atuam de formas diferentes e ocupam espaços distintos no mercado mundial (Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial, 2008).

5.2 O setor de calçados no Brasil

Até o final da década de 60, a indústria brasileira era exclusiva para o mercado interno, com a produção dependendo do crescimento da população. No final desta década e início da década de 70, houve uma grande evolução da indústria brasileira com a entrada no mercado externo, especialmente no mercado norte-americano, exportando principalmente calçados de couro femininos. Com o aumento ocasionado pelo volume dos pedidos dos importadores na década de 70 houve o processo de modernização e mecanização da produção, com melhora da qualidade do calçado. Esse impulso externo concedeu à indústria uma expansão da produção e das exportações. Nos anos 70 e 80, a produção para o mercado externo foi quintuplicada e

as vendas foram concentradas no mercado norte-americano, com mais de 2/3 das exportações brasileiras (Fernandes, 2002).

Com essa expansão da produção e das exportações, na década de 80 houve a consolidação dos produtores calçadistas brasileiros no mercado internacional. Esse crescimento permitiu que a indústria brasileira ocupasse uma posição de destaque nesse mercado. No entanto, no final dos anos 80 com a crise da economia brasileira aliada a dificuldades competitivas do setor no mercado internacional, acaba ocorrendo uma desaceleração da produção. Na década de 90, a abertura econômica e o Plano Real proporcionaram impactos na produção nacional, que apresentou um bom desempenho, com exceção dos anos de 1998 e 1999, observando-se que a produção caiu de 544 milhões de pares em 1997, para 516 milhões em 1998 e 499 milhões em 1999, enquanto a produção mundial cresceu aproximadamente 10% (Abicalçados, 2007). No ano de 2000, esse cenário melhora, com aumento da produção para 580 milhões, chegando a 642 milhões em 2002. Nos últimos anos, com o bom desempenho e aquecimento da economia a produção brasileira bateu *recordes* de produção, com uma quantidade de 755 milhões de pares no ano de 2004, o qual foi o de maior produção. No ano de 2005 este valor caiu para 725 milhões de pares, uma queda de aproximadamente 4% em relação a 2004, mas mesmo assim, muito superior a quantidade produzida na década de 90.

TABELA 4: PRODUÇÃO BRASILEIRA DE CALÇADOS DE 1990 A 2005 – MILHÕES DE PARES

Ano	Pares	Varição Percentual
1990	509	-
1991	468	-8,05
1992	530	13,25
1993	583	10,00
1994	541	-7,20
1995	543	0,37
1996	554	2,02
1997	544	-1,80
1998	516	-5,14
1999	499	-3,29
2000	580	16,23
2001	610	5,17
2002	642	5,25
2003	665	3,58
2004	755	13,53
2005	725	-3,97

Fonte: Adaptado de Abicalçados , 2007

Atualmente, o Brasil ocupa o posto de terceiro maior produtor mundial de calçados, atrás apenas da China e da Índia, conforme tabelas 5 e 6 dos maiores produtores de calçados.

TABELA 5: MAIORES PRODUTORES MUNDIAIS DE CALÇADOS – MILHÕES DE PARES

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
China	5,25	5,520	5,930	6,442	6,628	6,950	7,800	8,800	9,000	62.322
Índia	0,68	0,685	0,700	0,715	0,740	0,750	0,780	0,850	0,909	6.809
Brasil	0,54	0,516	0,499	0,580	0,610	0,642	0,665	0,755	0,725	5.536
Indonésia	0,52	0,316	0,507	0,499	0,488	0,509	0,511	0,564	0,580	4.501
Vietnã	0,20	0,213	0,241	0,303	0,320	0,360	0,417	0,445	0,525	3.029
Outros	3,74	3,728	3,548	3,540	3,434	3,111	3,091	2,158	2,787	29.142
Total	10,95	10,97	11,42	12,07	12,22	12,32	13,26	13,57	14,52	111.340

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2007

A tabela 6 mostra que em termos de participação percentual, a China corresponde por mais de 50% da produção mundial. O Brasil tem aproximadamente 5%.

TABELA 6: MAIORES PRODUTORES MUNDIAIS DE CALÇADOS – PARTICIPAÇÃO %

Países	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
China	47,95	50,28	51,90	53,33	54,24	56,40	58,81	64,84	61,96	55,97
Índia	6,21	6,24	6,13	5,92	6,06	6,09	5,88	6,26	6,26	6,12
Brasil	4,97	4,70	4,37	4,80	4,99	5,21	5,01	5,56	4,99	4,97
Indonésia	4,81	2,88	4,44	4,13	3,99	4,13	3,85	4,16	3,99	4,04
Vietnã	1,88	1,94	2,11	2,51	2,62	2,92	3,14	3,28	3,61	2,72
Outros	34,19	33,96	31,05	29,31	28,10	25,25	23,30	15,90	19,19	26,17

Fonte: Elaboração Própria a partir de Abicalçados

Quanto à segmentação de mercado ocupado, o Brasil está situado em uma posição intermediária no mercado internacional, especializando-se em calçados de preço e qualidade médios. Dessa forma, o Brasil não compete diretamente com o calçado italiano, que produz calçados de elevada qualidade e alto preço. Também não compete diretamente com os países asiáticos como China, Índia e Vietnã que ocupam um mercado de calçados mais baratos (Garcia, 1996).

A segmentação de mercado é uma das principais características da indústria calçadista, pois através dela são diferenciados os tipos de produto. Além da segmentação pelo preço, existe a segmentação de mercado por sexo e tamanho

(masculinos, femininos e infantis), por tipo de material utilizado (calçados de couro, de material sintético e de tecido) e por atividades (calçados esportivos, sociais, entre outros). Assim, a concorrência entre as empresas não ocorre em torno de um mercado geral e sim em seus segmentos específicos (Frassetto, 2006).

A indústria brasileira no mercado internacional está praticamente associado às exportações de calçados de couro. Primeiro porque existe uma grande quantidade de matéria-prima comercializada a preços baixos. Segundo, a produção de calçados de couro possui caráter artesanal e algumas das etapas do processo produtivo exigem mão-de-obra de um trabalhador (Frassetto, 2006).

Verificando o desempenho exportador da indústria calçadista brasileira durante a década de 90 até 2007, o mesmo apresentou grande variações conforme tabela 7 da balança comercial de calçados na página seguinte. A performance das exportações e a auto-suficiência no mercado interno proporcionaram uma balança comercial favorável ao setor durante esses anos no mercado externo, contribuindo também para o saldo do balanço de pagamentos do país.

A abertura econômica no começo da década de 90 proporcionou um crescimento do comércio brasileiro de calçados. As importações de calçados, de acordo com a tabela 7, em 1993, foram de US\$ 32 milhões e em 1997 já alcançaram, US\$ 206 milhões, registrando um aumento de mais de 500%. Apesar deste crescimento, as importações diminuíram a partir de 1998 caindo 50% em comparação ao ano anterior e em 1999, registraram também uma queda acentuada, principalmente em decorrência da desvalorização do Real ao dólar comparando o mês de janeiro do ano anterior. Somente a partir de 2004 a indústria brasileira voltou ao crescimento das importações.

TABELA 7: BALANÇA COMERCIAL BRASILEIRA DE CALÇADOS – EM US\$ MILHÕES

Ano	Exportação	Variação(%)	Importação	Variação(%)	Saldo	Variação(%)
1990	1.107	-	26	-	1.081	-
1991	1.177	6,32	40	53,84	1.137	5,18
1992	1.409	19,71	19	-52,50	1.390	22,25
1993	1.846	31,01	32	68,42	1.840	32,37
1994	1.537	-16,73	89	178,00	1.448	-21,30
1995	1.414	-8,00	211	137,00	1.203	-16,92
1996	1.567	10,82	212	4,74	1.438	19,53
1997	1.523	-2,80	206	-2,83	1.388	-3,48
1998	1.330	-12,67	117	-43,20	1.270	-8,50
1999	1.278	-3,90	55	-52,99	1.287	1,33
2000	1.547	21,05	49	-10,90	1.559	21,13
2001	1.617	4,52	56	14,28	1.399	-10,26
2002	1.451	-10,26	50	-10,71	1.399	-
2003	1.552	6,96	54	8,00	1.495	6,86
2004	1.814	16,88	65	20,37	1.742	16,52
2005	1.892	4,30	115	76,92	1.770	1,60
2006	1.863	-1,53	141	22,60	1.722	-2,71

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2007

O segmento de mercado que mais foi afetado pela abertura comercial foi o de calçados esportivos e de material plástico. Essa importação de calçados esportivos responde por aproximadamente a metade das importações totais do setor no mercado brasileiro (Abicalçados, 2007). Com a abertura comercial, as empresas passaram a importar dos países asiáticos.

TABELA 8: IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS – EM US\$

Países Origem	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
China	39,0	16,3	19,0	17,5	25,5	30,5	46,0	79,0
Argentina	35,0	9,5	0,5	0,4	0,3	0,5	0,2	0,4
Indonésia	13,5	10,7	6,5	5,0	3,0	3,0	4,5	6,0
Vietnã	6,0	3,9	5,0	4,0	4,0	5,0	5,0	17,2
Outros	23,5	14,6	18,0	29,1	17,2	15	9,3	12,4
Total	117	55	49	56	50	54	65	115

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2007

Nota: Dados de 2006 e 2007 não disponíveis

Nos últimos anos, a China se consolidou como o principal fornecedor externo de calçados, respondendo por mais de 50% das importações totais desde 2002, conforme tabela 8. Esse crescimento está ligado à compra de calçados esportivos de grandes marcas internacionais, que tem concentrado sua manufatura nos países asiáticos, especialmente China e, em menor escala o Vietnã. Até um passado recente, as

grandes empresas internacionais de calçados esportivos licenciavam a fabricação de seus produtos para empresas nacionais. Essa prática ainda ocorre no Brasil, especialmente pela existência de tarifas de importação para a maioria dos produtos que se enquadram como calçados esportivos (Garcia, 2001).

TABELA 9: IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS – PARTICIPAÇÃO (%) EM US\$

Países	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
China	33,33	29,64	38,78	31,25	51,00	56,48	70,77	68,70
Argentina	29,91	17,27	1,02	0,71	0,60	0,93	0,31	0,35
Indonésia	11,54	19,45	13,27	8,93	6,00	5,56	6,92	5,22
Vietnã	5,13	7,09	10,20	7,14	8,00	9,26	7,69	14,96
Outros	20,09	26,55	36,73	51,96	34,40	27,78	14,31	10,78
Total	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Elaboração Própria a partir de Abicalçados, 2007

Nota: Dados de 2006 e 2007 não disponíveis

Os calçados são importados da China, Indonésia, Argentina, Vietnã e Hong Kong. As importações diminuíram consideravelmente nos últimos anos. Em 1999, conforme tabela 10, as importações caíram 50% em comparação ao ano anterior, principalmente pela desvalorização do Real frente ao Dólar em janeiro do ano anterior. No ano de 1999, as importações foram somente de 7 milhões de pares, contra 16,1 milhões em 1998. Entre os anos 2000 e 2003 o patamar de importações praticamente ficou na média entre 5 e 6 milhões de pares, até alcançar praticamente 9 milhões de pares em 2004. Em 2005 o volume de calçados importados, 16,9 milhões de pares, aumentou 92% em relação a 2004. Em termos de valores, houve um crescimento de 77%, U\$ 115,2 milhões contra U\$ 65 milhões.

TABELA 10: IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, EM MILHÕES DE PARES

Países	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
China	9,5	3,8	3,2	3,0	3,5	4	7,2	13,8
Argentina	1,6	0,5	0,04	0,03	0,04	0,05	0,02	0,05
Indonésia	1,2	1,0	0,5	0,4	0,3	0,3	0,4	0,5
Vietnã	0,5	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,3	1,1
Outros	3,2	1,30	1,46	0,07	0,86	0,55	0,98	1,45
Total	16	7,0	5,6	6,5	5,0	5,2	8,9	16,9

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2007

Nota: Dados de 2006 e 2007 não disponíveis

A China foi o principal fornecedor, com participação de 68% ao preço médio de U\$ 5,72. Um outro destaque na análise de importações brasileiras vai para a Argentina, que teve seu volume reduzido drasticamente entre 1998 e 1999, ano de desvalorização do Real frente ao Dólar

TABELA 11: PREÇO MÉDIO DAS IMPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS – 1998 A 2005

Países	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005
China	4,11	4,29	5,94	5,83	7,29	7,63	6,39	5,72
Argentina	21,88	19,00	12,50	13,33	7,50	10,00	10,00	8,00
Indonésia	11,25	10,70	13,00	12,50	10,00	10,00	11,25	12,00
Vietnã	12,00	9,75	12,50	1,33	13,33	16,67	16,67	15,64
Outros	7,34	11,23	12,33	415,71	20,00	27,27	9,49	8,55
Total	7,31	7,86	8,75	8,62	10,00	10,38	7,30	6,80

Fonte: Elaboração Própria

Nota: Dados de 2006 e 2007 não disponíveis

5.2.1 As exportações brasileiras de calçados

Analisando a balança comercial brasileira de calçados na tabela 12, um dos principais fenômenos ocorridos na indústria brasileira nos anos 1990 foi a grande oscilação das exportações. No ano de 1993, antes do Plano Real e da sobrevalorização da taxa cambial, as exportações alcançaram o valor de US\$ 1,8 bilhão. Um dos fatores que explica esse grande valor, foi uma forte demanda por um tipo de calçado feminino, as chamadas “sandálias trançadas” no Estados Unidos, onde o principal fornecedor era o Brasil. Outros fatores que contribuíram para esse bom desempenho brasileiro foram os problemas de prazos de entrega e de qualidade da China e o comportamento dos calçados como bens inferiores no mercado norte-americano, ou seja, o consumo aumentando nas épocas de recessão (Gorini e Siqueira, 1997). Já para os anos de 1994 e 1995 houve uma queda das exportações, relacionada à valorização do real frente ao dólar, contribuindo para que as empresas produzissem para o mercado interno. Em 1996, as exportações de calçados voltaram a subir, devido ao esforço desenvolvido pelas empresas quanto à melhoria da qualidade de seus produtos, o que permitiu reconquistar o mercado.

Em 1999 com a desvalorização cambial do início do ano, as exportações tiveram uma pequena queda. Outro fator que influenciou o setor calçadista foi a política de

abertura comercial, que diminuiu tarifas de importação no Brasil e eliminou as barreiras não-tarifárias às compras externas. Outros fatores que acabaram fazendo que as exportações caíssem foi a redução do preço médio do calçado italiano no mercado internacional em razão da subcontratação de empresas em países de mais baixo custo salarial, desvalorização cambial da lira italiana da década de 90 e o avanço das indústrias espanhola e portuguesa sobre o segmento de mercado ocupado pelos produtores brasileiros, especialmente na Europa por meio de estratégias de marketing e promoção de vendas no mercado internacional.

Essa redução das exportações a partir de 1994 representou uma grande perda de demanda para as empresas brasileiras, pois elas não conseguiram compensar com vendas no mercado interno. Muitas dessas empresas adotaram a estratégia de alocar a produção para as exportações e não se preocuparam com outros aspectos como a construção de marcas e canais próprios de comercialização e distribuição.

TABELA 12: EXPORTAÇÕES DE CALÇADOS BRASILEIROS – SÉRIE HISTÓRICA

Ano	US\$ Milhões	Variação %	Milhões de Pares	Variação %	Preço Médio US\$	Variação %
1990	1.107	-	143	-	7,74	-
1991	1.177	6,32	133	-7,00	8,85	14,34
1992	1.409	19,71	158	18,80	8,91	0,67
1993	1.846	31,01	201	27,21	9,16	2,81
1994	1.537	-16,73	171	-14,92	8,97	-2,07
1995	1.414	-8,00	138	-19,30	10,25	14,27
1996	1.567	10,82	143	3,62	10,98	7,12
1997	1.523	-2,80	142	-0,70	10,69	-2,64
1998	1.330	-12,67	131	-7,74	10,16	-4,96
1999	1.278	-3,90	137	4,58	9,33	-8,17
2000	1.547	21,05	163	18,98	9,52	2,04
2001	1.617	4,52	171	4,91	9,44	-0,84
2002	1.451	-10,26	164	-4,91	8,83	-6,46
2003	1.552	6,96	189	15,24	8,21	-7,02
2004	1.814	16,88	212	12,17	8,53	3,90
2005	1.892	4,30	190	-10,38	9,97	16,88
2006	1.863	-1,53	180	-5,26	10,33	3,61
2007	1.911	2,58	177	-1,67	10,80	4,55

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2007

Diante desse cenário, houve uma tendência à redução das exportações brasileiras de calçados, pois as empresas do setor voltaram sua produção para atender o mercado doméstico. O avanço das exportações brasileiras para países da América do

Sul com destaque para Argentina, Paraguai, Chile, Peru e Bolívia, representou uma diversificação dos mercados de destino das vendas externas. A Argentina, por exemplo, que no início da década de 90 tinha uma baixa participação no destino das vendas externas brasileiras de calçados, em 1998 já representava 5,6% do total exportado.

TABELA 13: EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, SEGUNDO O PAÍS DE DESTINO DE 2000 A 2008 EM US\$

Países	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Estados Unidos	1.079.243	1.105.035	1.024.186	996.795	974.965	948.798	853.602	717.492	301.347	8.001.463
Reino Unido	100.662	94.399	100.788	105.605	120.653	179.463	200.775	229.884	149.895	1.282.124
Argentina	123.385	132.834	15.780	72.258	93.061	112.777	125.212	166.448	101.399	943.154
Canadá	33.512	30.246	37.289	36.391	48.237	51.102	53.793	45.576	22.960	359.106
México	9.301	21.685	38.540	50.370	67.668	57.705	44.004	37.602	22.158	349.033
Itália	1.197	2.061	2.244	4.604	13.873	40.358	55.050	83.507	96.189	299.083
Espanha	2.000	5.093	7.042	18.543	31.585	52.530	52.832	57.500	39.919	267.044
Venezuela	12.168	25.674	18.233	3.627	12.854	21.514	36.014	66.580	40.689	237.353
Chile	20.425	19.693	20.207	25.457	30.202	33.409	34.283	31.227	20.418	235.321
Holanda	9.182	7.762	13.205	18.151	15.487	29.200	32.399	36.915	34.519	196.820
Alemanha	12.404	7.440	9.097	13.991	21.076	22.059	32.917	35.733	16.642	171.359
Paraguai	21.288	19.660	10.341	12.582	16.898	18.335	21.750	27.530	17.497	165.881
Bolívia	17.546	15.718	12.602	13.049	17.622	19.148	18.682	24.115	15.863	154.345
Austrália	12.179	10.358	10.125	10.641	12.890	15.924	17.192	16.737	14.999	121.045
Porto Rico	8.678	9.166	11.025	13.014	19.128	17.607	10.601	10.336	5.666	105.221
Uruguai	12.727	12.113	6.886	8.041	12.419	14.760	13.666	13.639	6.324	100.575
Outros	71.412	98.265	113.382	148.955	191.322	256.869	260.346	310.929	237.687	1.689.167
Total	1.547.309	1.617.202	1.450.972	1.652.074	1.699.940	1.891.558	1.863.118	1.911.750	1.144.171	14.678.094

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2008

Nota: Os países foram ordenados de acordo com o total exportado pelo Brasil no período

Entretanto, mesmo com o crescimento das vendas a outros países sul-americanos, os Estados Unidos ainda são o principal destino dos calçados brasileiros exportados, representado por mais de 50% do volume em US\$. Em seguida, temos o Reino Unido e a Argentina.

TABELA 14: EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS - PARTICIPAÇÃO % SEGUNDO PAÍS DE DESTINO DE 2000 A 2008 EM US\$

Países	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Estados Unidos	69,75	68,33	70,59	64,22	57,35	50,16	45,82	37,53	26,34	54,51
Reino Unido	6,51	5,84	6,95	6,80	7,10	9,49	10,78	12,02	13,10	8,73
Argentina	7,97	8,21	1,09	4,66	5,47	5,96	6,72	8,71	8,86	6,43
Canadá	2,17	1,87	2,57	2,34	2,84	2,70	2,89	2,38	2,01	2,45
México	0,60	1,34	2,66	3,25	3,98	3,05	2,36	1,97	1,94	2,38
Itália	0,08	0,13	0,15	0,30	0,82	2,13	2,95	4,37	8,41	2,04
Espanha	0,13	0,31	0,49	1,19	1,86	2,78	2,84	3,01	3,49	1,82
Venezuela	0,79	1,59	1,26	0,23	0,76	1,14	1,93	3,48	3,56	1,62
Chile	1,32	1,22	1,39	1,64	1,78	1,77	1,84	1,63	1,78	1,60
Holanda	0,59	0,48	0,91	1,17	0,91	1,54	1,74	1,93	3,02	1,34
Alemanha	0,80	0,46	0,63	0,90	1,24	1,17	1,77	1,87	1,45	1,17
Paraguai	1,38	1,22	0,71	0,81	0,99	0,97	1,17	1,44	1,53	1,13
Bolívia	1,13	0,97	0,87	0,84	1,04	1,01	1,00	1,26	1,39	1,05
Austrália	0,79	0,64	0,70	0,69	0,76	0,84	0,92	0,88	1,31	0,82
Porto Rico	0,56	0,57	0,76	0,84	1,13	0,93	0,57	0,54	0,50	0,72
Uruguai	0,82	0,75	0,47	0,52	0,73	0,78	0,73	0,71	0,55	0,69
Outros	4,62	6,08	7,81	9,60	11,25	13,58	13,97	16,26	20,77	11,51
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2008

Nota: Os países foram ordenados de acordo com o total exportado pelo Brasil no período

De acordo com a tabela 14, a exportação para os EUA diminuiu nos últimos anos. Em compensação, a participação de outros países aumenta ao longo dos anos. A elevação do volume exportado para países como Reino Unido e Itália mostra que o mercado europeu está buscando alternativas no Brasil. O Reino Unido de acordo com a tabela analisada é o segundo maior cliente em valores de vendas e o terceiro em volume.

No início da década de 2000, os Estados Unidos eram responsáveis por 70% da demanda total de calçados e essa participação vem caindo ao longo de toda a década até atingir 38% em 2007 (Abicalçados, 2007). Essa queda mostra os efeitos da forma de organização do setor de produção e da participação dos produtores brasileiros. O crescimento da China e os problemas cambiais mudaram a localização da produção de calçados, já que os grandes compradores mundiais passaram a encomendar mais produtos da China, e de outros países asiáticos, e reduziram suas compras no Brasil.

Analisando as exportações nos últimos anos, de acordo com a Abicalçados (2006), as exportações nacionais em 2005 bateram recordes, tanto em valor exportado como no preço médio do par: U\$ 1.891 bilhão exportado ao preço médio de U\$ 9,97. Já em termos de quantidade de pares, houve uma queda de 11% entre 2005 e 2004: 189 contra 211 milhões respectivamente. Apesar da redução no volume de calçados, houve

um aumento em valor, ou seja, o calçado brasileiro pode estar ganhando um pouco de status no exterior com um produto de maior valor.

TABELA 15: EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, SEGUNDO O PAÍS DE DESTINO DE 2000 A 2008 EM PARES

Países	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Estados Unidos	99.062	98.095	102.588	103.952	100.645	75.495	65.393	49.095	26.769	721.094
Argentina	18.946	20.828	2.316	11.695	12.774	14.169	15.096	18.264	7.129	121.217
Reino Unido	6.943	6.676	7.170	7.679	9.536	10.769	11.334	12.196	6.611	78.914
Paraguai	8.354	9.247	7.059	8.100	9.359	7.947	9.874	11.461	6.335	77.736
México	1.375	2.739	5.134	9.514	13.738	10.923	8.657	6.941	4.005	63.026
Venezuela	1.820	4.059	3.343	1.314	3.367	4.671	7.020	9.693	5.431	40.718
Canadá	3.465	2.690	3.562	3.868	5.451	4.318	4.101	2.985	1.679	32.119
Bolívia	3.163	3.141	2.614	2.431	2.952	3.989	4.160	4.758	3.295	30.503
Espanha	490	868	1.405	2.618	5.393	5.901	5.099	5.347	3.153	30.274
Chile	2.276	2.308	2.685	3.323	3.353	3.300	2.917	2.200	890	23.252
Itália	220	359	536	848	2.322	2.984	4.131	5.493	5.158	22.051
Austrália	1.258	1.334	1.418	1.859	2.490	3.277	3.639	3.011	3.205	21.491
Uruguai	1.817	1.901	1.126	1.720	2.083	2.217	1.890	1.725	647	15.126
Alemanha	1.380	700	884	1.507	2.529	1.316	1.833	1.997	1.241	13.387
Holanda	794	614	1.013	1.229	1.454	1.628	1.859	1.848	1.735	12.174
Porto Rico	1.097	1.223	1.390	1.618	2.268	1.735	811	716	355	11.213
Outros	10.125	14.548	19.900	25.677	31.720	35.033	32.621	39.322	25.609	234.555
Total	162.586	171.330	164.143	188.952	211.434	189.672	180.435	177.052	103.247	1.548.860

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2008

Nota: Os países foram ordenados de acordo com o total exportado pelo Brasil no período

Em números de pares exportados, ocorre a consolidação dos Estados Unidos no primeiro lugar e há uma inversão no segundo lugar entre Argentina e Reino Unido se a comparação for realizada em termos de valores. Dessa forma, o preço médio do calçado Argentino é mais caro que do Reino Unido.

TABELA 16: EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, SEGUNDO O PAÍS DE DESTINO DE 2000 A 2008 EM PARES – PARTICIPAÇÃO %

Países	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Estados Unidos	60,93	57,26	62,50	55,02	47,60	39,80	36,24	27,73	25,93	46,56
Argentina	11,65	12,16	1,41	6,19	6,04	7,47	8,37	10,32	6,90	7,83
Reino Unido	4,27	3,90	4,37	4,06	4,51	5,68	6,28	6,89	6,40	5,10
Paraguai	5,14	5,40	4,30	4,29	4,43	4,19	5,47	6,47	6,14	5,02
México	0,85	1,60	3,13	5,04	6,50	5,76	4,80	3,92	3,88	4,07
Venezuela	1,12	2,37	2,04	0,70	1,59	2,46	3,89	5,47	5,26	2,63
Canadá	2,13	1,57	2,17	2,05	2,58	2,28	2,27	1,69	1,63	2,07
Bolívia	1,95	1,83	1,59	1,29	1,40	2,10	2,31	2,69	3,19	1,97
Espanha	0,30	0,51	0,86	1,39	2,55	3,11	2,83	3,02	3,05	1,95
Chile	1,40	1,35	1,64	1,76	1,59	1,74	1,62	1,24	0,86	1,50
Itália	0,14	0,21	0,33	0,45	1,10	1,57	2,29	3,10	5,00	1,42
Austrália	0,77	0,78	0,86	0,98	1,18	1,73	2,02	1,70	3,10	1,39
Uruguai	1,12	1,11	0,69	0,91	0,99	1,17	1,05	0,97	0,63	0,98
Alemanha	0,85	0,41	0,54	0,80	1,20	0,69	1,02	1,13	1,20	0,86
Holanda	0,49	0,36	0,62	0,65	0,69	0,86	1,03	1,04	1,68	0,79
Porto Rico	0,67	0,71	0,85	0,86	1,07	0,91	0,45	0,40	0,34	0,72
Outros	6,23	8,49	12,12	13,59	15,00	18,47	18,08	22,21	24,80	15,14
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2008

Também ocorreu um crescimento da participação de outros mercados, como citado anteriormente, nas exportações totais brasileiras, principalmente para os outros países sul-americanos. Essa participação cresceu e atingiu em 2007, quase 50% das vendas externas totais. Esse cenário mostra que a redução das vendas para os Estados Unidos e as variações do mercado interno estimularam as empresas brasileiras a buscar novos mercados. O destaque vai para a Argentina, o terceiro maior destino das exportações brasileiras em termos de valores e o segundo destino em número de pares. No início da década de 90, os argentinos possuíam uma participação quase nula no destino das vendas externas brasileiras de calçados. Na análise do período, ela obteve comportamento mais variável. Primeiro houve uma grande importação de 20,8 milhões em 2001 US\$132,8 milhões em 2001. Em 2002, a grave crise econômica derrubou as compras para apenas 2,3 milhões de pares. A partir de 2003 ela recuperou suas compras em 11 milhões de pares, até fechar 2007 com pouco mais de 18 milhões de pares. O mesmo fenômeno, em menores proporções, ocorreu em países como Bolívia, Paraguai e Chile. O mercado boliviano mostrou-se decadente em quantidades, valores e preços, perdendo metade de sua importância relativa. O Chile dobrou suas compras no período, mas a preços decrescentes e a valores quase constantes.

TABELA 17: PREÇO MÉDIO DOS PARES DAS EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, SEGUNDO O PAÍS DE DESTINO – 2000 A 2008

Países	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Total
Reino Unido	14,50	14,14	14,06	13,75	12,64	16,66	17,71	18,85	22,67	16,11
Holanda	11,56	12,64	13,04	14,77	10,65	17,94	17,73	19,98	19,89	15,36
Alemanha	8,99	10,63	10,29	9,28	8,33	16,76	17,96	17,89	13,40	12,61
Canadá	9,67	11,24	10,47	9,41	8,85	11,83	13,12	15,27	13,67	11,50
Estados Unidos	10,89	11,26	9,98	9,59	9,69	12,57	13,05	14,61	11,26	11,43
Chile	8,97	8,53	7,53	7,66	9,01	10,12	11,75	14,19	22,92	11,19
Porto Rico	7,91	7,49	7,93	8,04	8,43	10,15	13,07	14,44	15,95	10,38
Itália	5,44	5,73	4,18	5,42	5,97	13,52	13,33	15,20	18,65	9,72
Argentina	6,51	6,38	6,81	6,18	7,29	7,96	8,29	9,11	14,22	8,08
Espanha	4,08	5,87	5,01	7,08	5,86	8,90	10,36	10,75	12,66	7,84
Uruguai	7,00	6,37	6,12	4,68	5,96	6,66	7,23	7,91	9,77	6,86
Austrália	9,68	7,76	7,14	5,72	5,18	4,86	4,72	5,56	4,68	6,14
México	6,76	7,92	7,51	5,29	4,93	5,28	5,08	5,42	5,53	5,97
Venezuela	6,69	6,33	5,45	2,76	3,82	4,61	5,13	6,87	7,49	5,46
Bolívia	5,55	5,00	4,82	5,37	5,97	4,80	4,49	5,07	4,81	5,10
Paraguai	2,55	2,13	1,46	1,55	1,81	2,31	2,20	2,40	2,76	2,13

Fonte: Adaptado de Abicalçados, 2008

Nota: Os países foram ordenados de acordo com o total exportado pelo Brasil no período

Um destaque referente ao preço médio está no Reino Unido, onde as exportações alcançam o maior preço médio de vendas, cerca de 16 dólares o par de

calçados na média do período analisado. A valorização do euro frente ao dólar torna os produtos brasileiros muito competitivos no mercado europeu. Outro destaque do calçado brasileiro exportado vai para o Paraguai, décimo segundo país em termos de valor exportado e último colocado em termos de preço médio de exportações, com US\$ 2,76/par.

Definidas essas considerações gerais sobre o setor brasileiro de calçados na década de 90, será analisado às barreiras econômicas existentes.

6 BARREIRAS ECONÔMICAS AO COMÉRCIO DE CALÇADOS

6.1 Barreiras tarifárias ao comércio internacional de calçados

Fernandes (2002) afirma que o Brasil apresenta vantagens competitivas no setor de couro e calçados por causa da sua capacidade instalada. Países como China, Itália, Rússia, Índia e Argentina adotam medidas protecionistas como a saída do seu couro na forma *wet-blue*¹, com a aplicação de alíquotas de exportação ou cotas de retenção. Além desse tipo de medida protecionista, Itália e China sobretaxam importações de produtos acabados. Já as exportações de matérias-prima brasileiras para esses e outros países produtores não sofrem taxaço.

Para se ter idéia em valores, o imposto de exportação praticado por China, Itália, Rússia, Índia e Argentina vigorou entre 2000 e 2003 em 9% até cair para 7%. Em 2006 o valor já era 0%. Entretanto com a pressão no mercado por esse imposto ter acabado, a programação foi revista e a alíquota retomou para 7% até dezembro de 2006 (Campos, 2006).

No segmento de calçados, alguns países têm outras formas de impor barreiras. No caso para os calçados brasileiros, o México, por exemplo, aplica cotas anuais a serem importadas e tarifas alfandegárias elevadas para valores acima dessa cota em até 30%. No Canadá, além de ser aplicado as tarifas, ainda temos cotas de exportação.

¹ O Couro na forma *wet-blue* está na forma semi-acaba do produto para produção

No Japão, é definido uma quantidade de pares permitidos para entrar no país que é de 2 milhões anuais.

A União Européia impôs nos últimos anos barreiras tarifárias sobre as importações para calçados de couro vindos da China e Vietnã. Essa decisão foi tomada para vigorar por dois anos e aprovada por grande parte dos países que formam o bloco econômico. Os valores das tarifas foram de 16,5% para calçados chineses e 10% para os calçados vindos do Vietnã, vigorando a partir de 07/10/06. Os países que possuíam indústria de calçados foram os mais interessados na aplicação das tarifas fixas, pois a concorrência asiática na visão deles era desleal. Já alguns países como Alemanha e Reino Unido foram contra a tarifa, pois eles temiam prejuízos às empresas distribuidoras de calçados (Bos, 2006).

Após essa decisão ser tomada, a expectativa foi de uma redução dos calçados chineses e vietnamitas, pois só em 2005, de acordo com a Abicalçados (2007), a China exportou 1,25 bilhão de pares para o mercado europeu, representando a metade do consumo regional. O Vietnã exportou 165 milhões de pares. Entre 2001 e 2005 a exportação de calçados chineses para a União européia aumentou mais de 1.000% e do Vietnã, 95%. Nesse mesmo período o preço médio caiu em 28%, a produção comunitária caiu 30% e houve o fechamento de 40 mil postos de trabalho, motivos que levaram os europeus a aplicarem a tarifa.

6.2 Barreiras não-tarifárias no mercosul

No comércio de calçados brasileiros com Uruguai e Paraguai não há identificação de nenhuma barreira existente, além daquelas comuns a todos os países do Mercosul, como a exigência de conteúdo regional (Anderson,2001). Entretanto, no comércio Brasil-Argentina existem várias barreiras às exportações brasileiras de calçados como: exigência de etiqueta com características diferentes das exigidas por outros países importadores do Brasil; certificação das etiquetas expedidas pelo Instituto de Tecnologia Industrial da Argentina; emissão de licença prévia de importação, depois de cumpridas as etapas de etiqueta e certificação pelo Instituto de Tecnologia

Argentino; inspeção prévia à expedição das mercadorias realizadas por empresas nomeadas pelo governo argentino e dificuldades em trâmites aduaneiros.

Uma outra grande barreira existente entre Brasil e Argentina está nas cotas de exportação. O limite que existia até 2006 era para um volume de 13,5 milhões de pares de calçados por ano. Naquela época o Brasil negociava o aumento para 15,3 milhões de pares por ano e juntamente, um bônus equivalente ao crescimento da economia Argentina, alcançando um volume de 16 milhões pares anuais. Porém a grande dificuldade encontrada é que a participação chinesa aumenta cada vez mais na Argentina. A participação brasileira vem em queda, representando em 2006 a 65% das importações. Uma redução considerada grande se compararmos com o ano de 2003, onde a participação era de 87% (Anderson, 2001).

7 TENDÊNCIAS E PERSPECTIVAS PARA O SETOR

As tendências do setor calçadista, de acordo com o Instituto de Calçados Britânicos *Satra*, baseado no estudo *Global Footwear 2010* diz que haverá (Bos, 2006):

- Predominância asiática como principal produtor de calçados com destaque para a China;
- A marca do calçado será fator de competitividade, privilegiando calçados produzidos nos países desenvolvidos;
- Influência de empresas ligadas à pesquisa e à distribuição na produção de calçados;
- Mudança no padrão de compra e no tipo de calçado, com consumidores mais exigentes e críticos, dando importância ao conforto e qualidade;
- Aumento das preocupações ambientais;
- Desenvolvimento de novos materiais que apresentem alta performance e qualidade visando baratear o produto.

8 CONCLUSÃO

O mercado mundial de calçados teve um movimento de mudança de localização e de divisão da produção na década de 90 em busca de regiões que ofereceram mão-de-obra abundante e barata. A Ásia aumentou sua participação na produção mundial, principalmente em países como Indonésia e Tailândia. Porém, o destaque vai para economia chinesa, nesse caso, responsável por mais de 50% da produção mundial, exportação e consumo. A hipótese de maior concorrente do Brasil é confirmada, principalmente se for analisado o maior mercado importador de calçados brasileiros, os Estados Unidos.

O Brasil é uma das maiores economias mundiais no setor de calçados e ainda possui potencial para crescer mais. Em termos produtivos, a indústria tem uma posição de destaque no mercado externo, situando-se entre os cinco primeiros produtores mundiais. No mercado interno, há praticamente a auto-suficiência, ocorrendo importações apenas no segmento de calçados esportivos de grandes empresas internacionais. Já em termos de exportações, o Brasil exporta calçados para dezenas de países. Entretanto, a grande concentração das vendas é dirigida a um principal comprador: os Estados Unidos.

Na concorrência do setor, a indústria brasileira tem dois segmentos de calçados diferentes: o de baixo preço, com produtores chineses e indonésios que possuem mão-de-obra a custos baixos, fabricando calçados a um nível de preço que dificulta a competitividade para os demais países. No segmento de calçado de maior qualidade e *designs*, os países desenvolvidos têm concentrado esforços objetivando não perder esses mercados. Um exemplo nesse caso é a Itália.

Juntamente com a concorrência internacional, o Brasil enfrenta barreiras econômicas que poderiam aumentar o volume de exportações, porém no principal mercado de exportação, os Estados Unidos, não há aplicação das mesmas e mesmo assim o país vêm perdendo volume para a China. Além disso, o Brasil também perde muito mercado com a exportação de couros para os seus maiores concorrentes no

mercado internacional, transferindo vantagem competitiva, enquanto esses países protegem a matéria-prima em benefício aos produtores domésticos.

A grande concorrência internacional no mercado de calçados, especialmente com o avanço das exportações chinesas com produtos de baixo valor, exigem maiores investimentos em desenvolvimento de produto e *design*, agregando valor ao preço dos calçados. O futuro da indústria no Brasil está associado à capacidade dos produtores de diferenciar produto e do país buscar a voltar parcelas da produção ao mercado interno e mercados externos em potencial crescimento para não ficar restrito apenas aos Estados Unidos

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AGÊNCIA BRASILEIRA DE DESENVOLVIMENTO INDUSTRIAL. **Relatório de Acompanhamento Setorial Couro e Calçados**. Volume I, 2008. Disponível em: <http://www.abdi.com.br/?q=system/files/Cal%C3%A7ados_Primeiro+Relat%C3%B3rio+Setorial_mar%C3%A7o_2008_com+capa.pdf>. Acesso em 25 Set.2008.

ALVES, S.A. **A indústria de calçados de couro no Brasil: uma descrição a partir do modelo de Porter**. 2002. Disponível em: <http://www.abepro.org.br/biblioteca/ENEGEP2001_TR72_0317.pdf>. Acesso em 13 Ago. 2008.

ANDERSON, PATRÍCIA. **Barreiras não tarifárias às exportações brasileiras no Mercosul: O Caso de calçados**. 2001. Disponível em: <http://papers.ssm.com/sol3/Delivery.cfm/SSRN_ID292950_code011216100.pdf?abstractid=292950&mirid=1>. Acesso em 27 Ago. 2008.

ASSINTECAL. **Estudo de Mercado: China / Componentes para couros, calçados e artefatos**. Disponível em: <http://www.assintecal.org.br/assintecal/arquivos/EM_China_2007.pdf>. Acesso em 01 Out.2008.

ASSINTECAL. **Estudo de Mercado: Itália / Componentes para couros, calçados e artefatos**. 2006 Disponível em: <http://www.assintecal.org.br/assintecal/arquivos/EM_Italia_2007.pdf>. Acesso em 01 Out.2008

ABICALÇADOS. **Resenha estatística, vários números**. Disponível em: <<http://www.abicalcados.com.br>>. Acesso em 17 Out. 2008.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL. **Do Gatt à OMC: O que Mudou, como Funciona e para onde Caminha o Sistema Multilateral de Comércio**, 1996. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/revista/gatt.pdf>>. Acesso em 12 set.2008.

BERTO, ANDRÉ. **Barreiras ao comércio internacional**. 2004 Disponível em: <<http://www.convibra.com.br/pdf/65.pdf>>. Acesso em 01 Out. 2008.

BOS, ALEXANDRE. **Barreiras Técnicas ao comércio internacional de couros e calçados**. São Paulo, 2006. Disponível em: <http://santafe.ipt.br/tede/tede_busca/arquivo.php?>>. Acesso em 07 Ago.2008.

CAMPOS, SILVIA. **Nova configuração do mercado internacional de calçados e os impactos sobre a indústria calçadista gaúcha.** Disponível em: <<http://www.pucrs.br/eventos/eeg/trabalhos/estudos-setoriais-sessao1-3.doc>>. Acesso em 25 Set. 2008.

CAMPOS, SILVIA. **A indústria de couros no Brasil: desempenho superior ao da indústria calçadista em 2006.** Porto Alegre: Fundação de Economia e Estatística, 2006. Disponível em: <http://www.fee.tche.br/sitefee/download/indicadores/34_02/6_parte.pdf>. Acesso em 25 Set. 2008.

Fensterseifer & Gomes, **O Complexo calçadista em perspectiva: Tecnologia e competitividade.** Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1976.

FERNANDES, C.M. **Complexo coureiro-calçadista – uma indústria promissora.** 2002. Disponível em: <<http://www.sindicaljau.com.br/index.php?module=Publicador&tvpe=file&func=get&tid=8&fid=arquivo&pid=13&download=1>>. Acesso em 13 Ago.2008.

FRASSETO, LÍDIA. **A indústria de calçados de São João Batista (SC): caracterização do sistema de produção.** Florianópolis, 2006. Disponível em: <http://www.cse.ufsc.br/gecon/coord_mono/2006.1/Lidia%20Lic%EDnio%20Frassetto.pdf>. Acesso em 03 Out.2008.

FUNCEX. **Barreiras externas às exportações brasileiras.** Disponível em: <<http://www.funcex.com.br>>. Acesso em 03 Mai. 2008.

KRUGMAN, P.R.; OBSTEFELD, M. **Economia Internacional: teoria e política.** São Paulo, Makron Books, 1999.

GARCIA, RENATO., **Aglomerções setoriais ou distritos industriais: um estudo das indústrias têxtil e de calçados no Brasil.** Campinas, 1996

GARCIA, RENATO. **Vantagens competitivas de empresas em aglomerações industriais: Um estudo aplicado à indústria brasileira de calçados e sua inserção nas cadeias produtivas globais.** Campinas, 2001.

GORINI, A.P.; SIQUEIRA, S. (1997). **Complexo Coureiro-Calçadista.** BNDES Setorial. Disponível em: <<http://www.bndes.gov.br/conhecimento/Bnset>>. Acesso em 20 Set.2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR. **Barreiras externas e informações comerciais: barreiras não tarifárias.** Brasília,

MDIC, 2004. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br>>. Acesso em 28 Set. 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR.
Couro e calçados: Diagnóstico. Disponível em: <<http://www.desenvolvimento.gov.br>>. Acesso em 10 Out. 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR.
Subsídios. Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/sitio/interna/interna.php?area=5>>. Acesso em 10 Out. 2008.

MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO, INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR.
Estudo da competitividade de cadeias integradas no Brasil: impactos das zonas de livres comércio – Cadeia: Couro e Calçados. Campinas, dezembro, 2002.
Disponível em: <http://www.mdic.gov.br/arquivos/dwnl_1201201516.pdf>. Acesso em 03 Out. 2008.

RICARDO, David. **Princípios de Economia Política e Tributação.** São Paulo, Abril cultural, 1982.

SALVATORE, D. **Economia Internacional**, sexta edição. Rio de Janeiro, LTC, 1998.

SEBRAE. **Perfil do Setor de Calçados.** 2005. Disponível em: <<http://www.biblioteca.sebrae.com.br>>. Acesso em 10 Out. 2008.