

CARACTERIZAÇÃO DO COMPLEXO CALÇADISTA BRASILEIRO E AS CAUSAS DA QUEDA DE SEU DESEMPENHO NA ÚLTIMA DÉCADA

Eduardo Zingano¹

Júlio Cesar de Oliveira²

RESUMO

O presente artigo tem como objetivo verificar as razões da queda no desempenho do setor calçadista brasileiro no mercado internacional na última década. Ao longo deste artigo é examinado o comportamento da produção nacional de calçados, do emprego e das exportações e importações por origem e destino. Deste modo foi possível a observação de um forte crescimento das exportações de calçados oriundos de países asiáticos, assim como o aumento da competição desses países por importantes mercados como o norte-americano.

Palavras-chave: Cadeias produtivas, complexo calçadista brasileiro, competição asiática.

1 INTRODUÇÃO

O Brasil se destaca internacionalmente no setor de calçados, sendo o terceiro maior produtor, sexto maior exportador e quinto maior consumidor de calçados, em termos mundiais. A indústria brasileira de calçados é composta por aproximadamente 8,2 mil empresas, que geram em torno de 348 mil empregos (Abicalçados, 2014). Tais dados revelam a importância desta atividade para a economia brasileira, tanto para a geração de empregos quanto para a geração de divisas, por se tratar de um setor intensivo em mão-de-obra e superavitário na balança comercial.

O setor calçadista brasileiro tem suas origens no Rio Grande do Sul, mais precisamente no Vale do Rio dos Sinos, onde com a colonização alemã, por volta do ano de 1824, desenvolveu-se uma atividade artesanal de confecção de calçados.

Atualmente, tem-se um setor claramente caracterizado pela formação de polos produtivos em diversas regiões do país. Dentre estes, destacam-se os polos: do Vale dos Sinos (RS) e Franca (SP); Birigui e Jaú (SP); Nova Serrana e Belo Horizonte (MG); e ganhando força a partir da década de 1990, estados da região nordeste, como: Ceará, Paraíba e Bahia.

Atualmente, todavia, o setor passa por dificuldades. Analisando-se os últimos anos, observa-se um grande aumento nas importações, que crescem num ritmo acelerado, havendo uma retração no volume e valor exportado. Dois fatores ocorridos na década de 1990 – a abertura comercial e a valorização da moeda nacional em relação ao dólar – criaram um cenário favorável à importação de produtos do Sudeste asiático. Tal contexto leva ao aumento na concorrência externa e no mercado interno, o que exige redução de custos de produção e um fortalecimento da participação no mercado externo por parte das empresas nacionais.

O objetivo principal deste artigo consiste em caracterizar o setor calçadista brasileiro e verificar as causas que levaram à queda do seu desempenho no mercado externo na última década. O objetivo complementar consiste em analisar de que forma a intensificação da presença de países asiáticos no mercado internacional de calçados pode influenciar nesse desempenho da indústria calçadista brasileira.

O assunto estudado no artigo está abordado ao longo de três seções. Na primeira seção, realiza-se uma revisão teórica dos conceitos pertinentes ao setor, como cadeias produtivas, complexos industriais e *clusters* entre outros. A segunda seção é destinada à estrutura do setor calçadista brasileiro, passando pela cadeia produtiva das indústrias de calçados até os principais polos produtivos existentes na atualidade no país. Na terceira seção efetiva-se a análise da cadeia produtiva global de calçados, e o deslocamento das indústrias calçadistas para países que ofereçam menores custos de mão de obra. Será observado também o desempenho externo do setor calçadista brasileiro, na última década, avaliando-se a evolução das exportações e importações, por origem e destino. A análise foca-se ainda na competição pelo mercado dos Estados Unidos, principal importador de calçados do mundo.

2 COMPLEXOS INDUSTRIAIS E COMPETITIVIDADE

A presente seção objetiva a revisão dos conceitos relativos a cadeias produtivas, complexos industriais e *clusters*. Para tanto serão explorados os aspectos que influenciam na localização e competitividade das indústrias. A partir da revisão destes conceitos teóricos será possível a aplicação dos mesmos à análise do setor calçadista brasileiro. Isto facilitará a observação deste setor em um contexto de competição internacional.

2.1 Cadeias Produtivas e Complexos Industriais

A ideia de cadeia produtiva é originada de uma visão sistêmica do processo produtivo. Ela pode ser entendida como uma rede de inter-relações entre os participantes de um sistema industrial. As cadeias produtivas surgem de uma crescente divisão do trabalho e maior interdependência entre os agentes econômicos. De acordo com Kupfer e Hasenclever (2002, p. 36): “as cadeias são criadas pelo processo de desintegração vertical e especialização técnica e social”.

Em uma definição sucinta e abrangente, pode-se dizer que uma cadeia produtiva é o conjunto de etapas consecutivas de transformação e transferência dos insumos até a constituição do produto final e sua colocação no mercado. Da mesma maneira, Une e Prochnik (1999) afirmam que cadeia produtiva é uma sequência de etapas sucessivas pela qual passam e vão sendo transformados os diversos materiais.

O estudo das cadeias produtivas se mostra uma importante ferramenta para análises empresariais, estudos de tecnologia e planejamento de políticas locais de desenvolvimento, como explica Fensterseifer, “a noção de cadeia produtiva representa uma forma útil de descrever um sistema produtivo de maneira a servir de base para a análise estratégica” (1995, p. 23).

A análise de cadeias produtivas pode se dar em diferentes níveis. Em um nível mais agregado há cadeias produtivas setoriais, sendo que cada etapa representa um setor econômico e os intervalos são mercados entre setores consecutivos. Na observação em nível mais segmentado encontram-se cadeias produtivas empresariais, sendo cada etapa referente a uma empresa, ou conjunto de empresas participantes de um acordo de produção.

No que se refere à delimitação das cadeias produtivas, dependendo dos produtos considerados, pode-se ter a cadeia dos calçados de couro, ou simplesmente a cadeia de calçados. Enquanto a primeira compreende somente os calçados de couro, a segunda abrange todos os tipos de calçados, independentemente dos materiais utilizados.

Cadeias produtivas são consideradas concorrentes quando seus produtos finais atendem a um mesmo mercado, sendo elas relativamente independentes entre si. Deste modo, seus produtos são substitutos. O nível de desagregação de cadeias concorrentes geralmente se situa entre setorial e empresarial. Assim, a cadeia dos calçados de couro é diferente da cadeia de calçados de materiais sintéticos, mesmo que possam utilizar insumos comuns em determinados pontos da produção (KUPFER e HASENCLEVER, 2002).

De modo geral, uma cadeia produtiva é representada por uma série de nodos (etapas), que são ligados por diversos tipos de transações, como vendas ou transferências dentro da própria firma. A cada nodo consecutivo há uma adição de valor ao produto.

Tendo como exemplo a produção dos calçados de couro, Fensterseifer (1995) afirma que a cadeia produtiva desta atividade, interagindo com as cadeias tecnologicamente ligadas e atividades terciárias de apoio, como centros de treinamento, ensino e pesquisa, estabelece o Complexo Coureiro Calçadista. Segundo Kupfer e Hasenclever (2002), os complexos industriais são originados de redes de cadeias produtivas que se entrelaçam, se concentrando em conjuntos, ou blocos, de modo que o valor médio das transações entre os setores que constituem tal bloco seja maior do que o valor médio das transações destes setores com setores de outros blocos.

Complexos industriais são, portanto, uma ampliação do conceito de cadeias produtivas, compreendendo um conjunto de atividades fortemente interdependentes, que além da indústria-chave, sua montante e jusante, incluem cadeias e atividades auxiliares. Nas palavras de Kon (1994, p. 171), “A indústria motriz e as movidas compõem um complexo industrial, em que coexiste um regime não concorrencial e uma concentração territorial”.

2.2 Localização e Concentração Regional

O setor calçadista brasileiro é fortemente caracterizado pela concentração regional. No Brasil há diversos polos especializados na produção de calçados dentre os quais, destacam-se os estados do Rio Grande do Sul, São Paulo e Ceará. Isso se deve à força de atração e dinamismo que a indústria de calçados exerce sobre os setores com os quais se relaciona. Assim, com a proximidade das indústrias do complexo calçadista, são geradas economias de aglomeração.

A instalação de indústrias motrizes acarreta em crescimento e atração de atividades complementares, além de recursos humanos, levando à formação de um centro econômico gerador de externalidades positivas. Desta forma, um instrumento para o desenvolvimento de regiões pode ser o incentivo, por parte dos governos locais, à instalação dessas indústrias.

No Brasil, houve a consolidação da região nordeste como polo calçadista somente a partir da década de 1990. Isso ocorreu devido à realocação de grandes fábricas, que motivadas por menores custos de mão de obra e pelos incentivos fiscais oferecidos pelos governos estaduais, se transferiram ou criaram novas plantas na região. O estado da Bahia, por exemplo, ofereceu terrenos a preço incentivado e garantiu infraestrutura. Mais que isso, além de investimentos, proporcionou incentivos para as indústrias de calçados, como o adiantamento do Imposto Sobre Circulação de Mercadoria e Serviços (ICMS) devido e crédito de até 90% do imposto incidente de até 15 anos de produção (VIANA, 2006).

Conclui-se, portanto, que a localização é uma importante variável para o crescimento econômico, podendo conferir vantagens competitivas às indústrias do local. Assim, é válido observar como se dá o processo de decisão locacional e os benefícios que podem ser obtidos de uma escolha ótima.

Segundo Kon (1994), a escolha do local se dará após uma análise dos custos e benefícios referentes aos fatores encontrados em determinada localização. Mesmo que alguns destes fatores não sejam quantificáveis, eles influenciam na avaliação do local. O processo de decisão se divide em duas etapas. Na primeira, são examinados os aspectos da macrolocalização e na segunda, os aspectos da microlocalização.

A macrolocalização da indústria define a região mais ampla na qual será estabelecida a planta industrial, levando em conta razões de ordem econômica e

aspectos técnicos. Analisam-se e confrontam-se a redução do investimento inicial para a instalação da unidade e a eficiência operacional ao longo de sua vida útil.

De acordo com Kon (1994), os principais fatores analisados são: custos e eficiência dos transportes; áreas de mercado; disponibilidade e custos de mão de obra; custo da terra; disponibilidade de energia; suprimento de matérias primas; disponibilidade de água; eliminação de resíduos; dispositivos fiscais e financeiros; economias de aglomeração; além de outros elementos intangíveis.

A microlocalização da indústria se refere à escolha do terreno dentro da região já analisada na macrolocalização. Nesta fase predominam os aspectos técnicos relacionados às condições do terreno, como: características do relevo; qualidade do solo; vias de acesso e de comunicação; serviços públicos; capacidade de infraestrutura; situação legal da propriedade; outros dispositivos legais e existência de instalações.

Aglomerações industriais são agrupamentos geograficamente concentrados de empresas inter-relacionadas e instituições correlatas em determinada área, conectados por elementos comuns e complementares. O alcance geográfico varia, podendo abranger desde uma cidade ou estado, até um país ou uma rede de países vizinhos. Estes arranjos produtivos locais apresentam diferentes formatos, que variam conforme a complexidade e aprofundamento das relações entre suas partes.

De acordo com Porter os “*clusters*, são concentrações geográficas de empresas inter-relacionadas, de fornecedores especializados, de prestadores de serviços, de empresas em setores correlatos e de outras instituições específicas que competem, mas também cooperam entre si” (2009, p.213).

Conforme a definição de Kupfer e Hasenclever (2002), *clusters* são aglomerações industriais, em uma concentração geográfica e setorial de empresas, a partir das quais são geradas externalidades produtivas e tecnológicas, indutoras de um maior nível de eficiência e produtividade. Ao se apoiarem mutuamente, as empresas integradas a estes arranjos conferem vantagens competitivas ao nível industrial para uma região particular, permitindo explorar diversas economias de aglomeração.

A respeito do conceito de *cluster*, Une e Prochnik afirmam que “um *cluster* é uma concentração geográfica de empresas e instituições interligadas e dedicadas a uma atividade econômica” (1999, p.1). A importância das cadeias produtivas e *clusters*, segundo Une e Prochnik (1999, p.1) é dada pelas “sinergias geradas pelas

articulações entre agentes produtivos, destacadas pelo conceito de cadeia, e entre estes e os não produtivos, ressaltadas pelo conceito de cadeia produtiva”. Os efeitos resultantes destas interações podem ser “não intencionais” – como externalidades, efeito renda e multiplicador entre outros - ou “cooperativos intencionais” – como maior envolvimento e participação do trabalho, como nos métodos japoneses, redes e acordos de cooperação entre firmas, iniciativas de sindicatos patronais e políticas públicas. Tais efeitos não são independentes, visto que uma externalidade gera maiores efeitos quando a cooperação no *cluster* é mais intensa e vice versa.

No contexto atual de economias cada vez mais complexas, dinâmicas e baseadas no conhecimento, é fortalecido o papel da localização na obtenção de vantagem competitiva. A presença de arranjos produtivos locais indica que boa parte da vantagem competitiva se origina no exterior da empresa ou mesmo do setor, residindo, portanto, na localização das unidades de negócios.

3 O SETOR CALÇADISTA NO BRASIL

Nesta seção é realizada se realiza a análise da estrutura do setor calçadista brasileiro, com a caracterização da cadeia produtiva e dos principais polos produtores. Também é traçado o perfil da produção nacional, evidenciando os tipos de calçados fabricados no país.

3.1 Estrutura do Setor de Calçados no Brasil

A indústria de calçados brasileira, formada por aproximadamente 8,2 mil empresas, é responsável pela absorção de 348,7 mil empregos, resultando em 2010, na produção de 893,9 milhões de pares de calçados (ABICALÇADOS, 2011). O Brasil abriga um dos maiores *clusters* calçadista do mundo, na região conhecida como Vale do Rio dos Sinos, no Estado do Rio Grande do Sul. Ainda, o país concentra o maior rebanho comercial de bovinos do mundo.

A indústria brasileira de calçados é constituída quase totalmente por capital nacional e as empresas do setor calçadista são muito heterogêneas quanto ao estágio tecnológico. Grande parte dos estabelecimentos é de pequeno porte e de propriedade familiar. Em geral, apresentam reduzidos investimentos em tecnologia e em canais de comercialização. Segundo Gorini (1998), as grandes empresas

apresentam maiores investimentos em tecnologia e marketing, enquanto micro e pequenas empresas utilizam de métodos artesanais de produção.

Analisando o processo de produção de calçados de couro e a fabricação de calçados de plástico evidencia-se o contraste no que tange a mecanização das etapas. Enquanto a confecção do calçado de couro compreende etapas como modelagem, corte, costura, montagem e acabamento, montadas de forma artesanal, a fabricação dos calçados de plástico, segundo Brenner (1990, p.79), por ser muito mais simples de produzir, devido à intensa mecanização do processo, proporciona a produção em massa desses calçados, o que torna os custos muito menores do que na produção de sapatos de couro, Observa-se assim, que existe uma desigualdade tecnológica, variando de acordo com o tamanho da empresa e o tipo de calçado fabricado. As empresas menores têm grandes dificuldades em automatizar certas partes da produção, o que exige maior utilização de mão de obra, pressionando os custos (SILVESTRIN e TRICHES 2007).

Segundo Fensterseifer (1995) a indústria de calçados é intensiva em mão de obra, com um grande contingente de trabalhadores com baixo nível de qualificação, e apresenta baixos índices salariais, inferiores à média da indústria. Ainda, no setor há um índice de rotatividade relativamente elevado, utilizado como instrumento para reduzir os níveis de salários reais.

A Tabela 1 demonstra o crescimento do número de estabelecimentos, de empregos e da remuneração média da indústria de calçados no período analisado. De 2003 a 2010 houve uma expansão do emprego em 28% com a adição de 76.567 trabalhadores na atividade.

Tabela 1 – Número de empregos, empresas e remuneração média da indústria de calçados do Brasil, no período de 2003 a 2010

Ano	Número de empregados	Número de empresas	Remuneração média (R\$)
2003	272.124	6.853	482,21
2004	312.579	7.509	533,90
2005	298.659	7.971	554,75
2006	306.791	7.677	586,41
2007	316.508	7.830	618,66
2008	306.584	8.094	672,35
2009	319.174	7.865	719,39
2010	348.691	8.187	781,85

Fonte: Abicalçados (2011); elaboração própria.

A quantidade de empresas aumentou em 19%, com mais 1.334 firmas operando. A média de empregados por estabelecimento, que em 2003 foi de 39,7, em 2010 chegou a 42,5. A remuneração média do setor apresentou um crescimento de 62% no período, com um aumento de R\$299,64. O aumento anual em média foi de R\$42,80 (Tabela 1).

Em 2007, cerca de 39% da mão de obra do setor calçadista brasileiro estava empregada por grandes empresas. As médias empresas abrangiam em torno de 27% do total, enquanto 34% dos trabalhadores estavam em micro e pequenas empresas. O número de firmas de calçados do país era composto por uma parcela de 94% de micro e pequenas empresas, 5% de empresas médias e 1% de grandes empresas. A produção nacional em 2006 esteve concentrada nas grandes empresas, com 67% da quantidade total. Apenas 16% da quantidade produzida no país tiveram origem em micro e pequenas empresas, e 17% em médias empresas (FIESP, 2009).

3.1.1 A cadeia produtiva de calçados

Tradicionalmente, a indústria de calçados é considerada parte da cadeia couro/calçados, visto que o setor coureiro foi historicamente o principal fornecedor de matéria-prima para a produção de calçados. O surgimento de novas tecnologias e o desenvolvimento de novos materiais, principalmente sintéticos – como poliuretano, PVC, EVA, entre outros – exige uma ampliação dos limites da cadeia de calçados, compreendendo, por exemplo, a petroquímica como fonte de insumos plásticos (VIANA, 2006).

Tomando como exemplo a produção dos calçados de couro, a Figura 1 apresenta as etapas e indústrias compreendidas neste processo. A cadeia tem início na atividade pecuária e abatedouros, para obtenção do couro. A seguir, nos curtumes é efetuada a transformação desse material, para posterior montagem na indústria de calçados. Após a produção do calçado ocorre a etapa de distribuição, que direciona este produto aos consumidores.

Fenterseifer (1995) destaca a importância dos agentes de exportação e de importação ao facilitar a ligação da produção nacional ao comércio internacional e ao promover o desenvolvimento competitivo do setor calçadista no mercado externo. Devido a isto e ao grande volume de exportações, na cadeia dos calçados de couro

os fluxos destinados ao consumo se dividem para o mercado interno e para o externo.

Figura 1 – Cadeia Produtiva de Calçados de Couro



Fonte: Fensterseifer (1995).

Além das atividades citadas, esta cadeia abrange a produção de insumos, componentes e equipamentos. No Brasil existem mais de 700 empresas especializadas no curtimento e acabamento do couro, com uma capacidade produtiva anual de 42 milhões de couros crus (perto de 13% da produção mundial). O segmento de componentes para calçados conta com aproximadamente 2,5 mil indústrias no Brasil e exporta para mais de 160 países. O setor de máquinas e equipamentos reúne 132 empresas, que geram 3,5 mil empregos. A maior parte destas firmas é de pequeno porte e se localiza no Rio Grande do Sul e em São Paulo, segundo dados apresentados no Anuário do Calçado Brasileiro 2012.

Também está representado o fluxo de importação de couros, assim como o de exportação, e de outros destinos deste material, que não a indústria calçadista. Em 2010, o setor coureiro representou 8,2% do saldo da balança comercial do Brasil. Cada uma das etapas da cadeia produtiva de calçados apresenta características diversas, no que tange os processos produtivos, tecnológicos, as escalas e tipos de unidades produtivas. Cabe ressaltar que podem estar situadas em diferentes regiões ou países (SILVESTRIN e TRICHES, 2007).

A cadeia de calçados de couro interage com outras cadeias produtivas, chamadas de cadeias tecnologicamente ligadas. Estão incluídas nesse grupo as que produzem insumos ou equipamentos necessários nos diversos segmentos da cadeia. Segundo Fensterseifer (1995), a cadeia produtiva dos calçados de couro, associada às cadeias tecnologicamente ligadas e atividades terciárias de apoio, como centros de treinamento, ensino e pesquisa, estabelece o Complexo Coureiro Calçadista. A análise em nível de Complexo Calçadista deve incluir também os calçados fabricados com materiais sintéticos e têxteis.

Cabe ressaltar que a evolução da indústria de calçados em uma região gera efeitos também em outros ramos de atividades locais. De acordo com Brenner (1990), no Rio Grande do Sul, além de possibilitar o desenvolvimento socioeconômico de aproximadamente um milhão de pessoas (considerando 125 mil empregos diretos, 125 mil indiretos e 750 mil dependentes dos trabalhadores), o desenvolvimento da atividade calçadista acarretou a expansão da indústria de componentes para calçados e o surgimento de empresas da área financeira e de seguros. Ocorreu também o crescimento da construção civil e o aumento de investimentos em reflorestamento, agricultura e pecuária.

Tendo em vista a atração exercida pela atividade calçadista, uma característica deste setor é a existência de aglomerações de empresas localizadas geograficamente, principalmente nas regiões produtoras mais tradicionais, onde ocorre a formação de *clusters* (VIANA, 2006). No Brasil, por exemplo, são referência o Vale dos Sinos, no Rio Grande do Sul, e Franca, no estado de São Paulo. Na Região Nordeste, percebe-se que o polo de Campina Grande é o que apresenta características mais próximas de um *cluster*, contando com uma maior presença de empresas de menor porte, enquanto a indústria de calçados do Nordeste apresenta menor nível de aglomeração e integração, com uma maior presença de empresas de grande porte.

A migração de empresas de calçados, no Brasil, iniciado em meados da década de 1990, deslocou a produção das tradicionais regiões sul e sudeste para o nordeste brasileiro. Isto se deveu às políticas de atração de investimentos praticadas pelos governos nordestinos. Diversos benefícios fiscais foram concedidos às empresas calçadistas, que somados à vantagem de propiciar o emprego de mão de obra de menor custo e à maior proximidade física dos mercados importadores, causaram um movimento de realocação da cadeia produtiva, que consistiu no

deslocamento da produção de empresas do Sul e Sudeste para o Nordeste. Segundo Une e Prochnik (1999) as grandes empresas foram as primeiras a investir na Região Nordeste. Os principais critérios de localização usados por estas empresas foram incentivos estaduais e municipais e abundância de mão de obra.

Apesar disto, é interessante observar que no Nordeste a cadeia apresenta-se de certa forma incompleta, pois há uma escassez de fornecedores especializados locais, obrigando a compra de insumos, componentes e máquinas de outras regiões. Segundo Viana (2006), os componentes sintéticos – colas, tintas e outros – tem origem na Região Sudeste, enquanto os componentes e insumos de couro, mesmo que possam utilizar o couro cru fabricado no nordeste, são enviados à Região Sul para beneficiamento.

3.1.2 Principais polos calçadistas no Brasil

Apesar de existirem empresas calçadistas na maioria dos estados brasileiros, a produção de calçados se caracteriza pela concentração em algumas regiões, que se especializam na fabricação para diferentes segmentos de consumo. A Tabela 2 mostra a produção, as exportações, o emprego e as empresas de calçados por região do Brasil em 2010.

Tabela 2 – Distribuição Regional da Produção de Calçados em 2010

Região	Exportação US\$ (milhões)	Produção Pares (milhões)	Exportação Pares (milhões)	Nº de Empregos (mil)	Nº de Empresas (mil)
Sul	732,7	302	31,6	129,7	3,4
Nordeste	595	399,2	102,1	125,6	0,6
Sudeste	152,2	188,5	8,7	89,7	4,0
Centro-Oeste	6,9	3,6	0,46	3,3	0,2
Norte	0,1	0,5	0,01	0,4	0,01

Fonte: Abicalçados (2011); elaboração própria.

A partir dos dados da Tabela 2 é possível observar que 99,5% da produção nacional em volume (pares) se concentram nas regiões Nordeste (44,6%), Sul (33,7%) e Sudeste (21,0%). As regiões Centro-Oeste e Norte são pouco representativas no cenário da fabricação de calçados.

A Região Sul responde pelo maior valor exportado, com 49,2% do total, mas é superada pela Região Nordeste em volume, que representa 71,4% do total de pares

exportados. Isto permite concluir que o perfil dos produtos exportados varia de uma região para outra, pois o preço médio das exportações nordestinas é US\$ 5,82 enquanto o Sul exporta calçados com preço médio de US\$ 23,18.

A análise da Tabela 2 ainda possibilita concluir que a produção da Região Sudeste é dirigida para o mercado interno, sendo que apenas 4,6% do volume produzido são exportados. Já o Sul e o Nordeste exportam 10,4% e 25,5% dos pares fabricados, respectivamente. Desse modo, as exportações brasileiras de calçados são apoiadas, sobretudo, por estas duas regiões.

Observando a proporção do número de empregos e empresas, é visível que o Nordeste abriga médias e grandes empresas, que em média apresentam 200 empregados. No Sul, a média é de 38 trabalhadores por estabelecimento e no Sudeste essa média cai para 22, o que traça um perfil de micro e de pequenas empresas.

Os principais estados produtores de calçados no Brasil são: Rio Grande do Sul, São Paulo, Minas Gerais, Bahia, Paraíba e Ceará. Conforme pode ser observado na Tabela 3, estes seis estados são responsáveis pela maior parte das exportações de calçados de suas regiões, atingindo o percentual de 97,2% do valor total (em milhões de US\$) e 95,6% da quantidade total exportada pelo Brasil.

Tabela 3 – Exportações de Calçados por Estado (selecionados) 2010:

Estado	US\$ (milhões)	%	Pares (milhões)	%	Preço Médio
Rio Grande do Sul	712,2	56,3	30,0	28,1	23,74
Ceará	400,5	21,6	63,9	39,3	6,27
São Paulo	130,9	8,7	6,8	5,8	19,25
Bahia	91,1	5,1	7,4	5,7	12,31
Paraíba	78,1	4,5	25,5	15,7	3,06
Minas Gerais	17,5	1,0	1,5	1,0	11,67
Outros	56,6	2,8	7,8	4,4	7,26
Total	1.486,9	100,0	142,9	100,0	10,41

Fonte: Abicalçados (2011); elaboração própria.

Analisando as exportações por estado é possível perceber melhor as diferenças quanto aos tipos de produtos exportados, refletidas no preço médio. Enquanto o preço médio das exportações de calçados da Região Nordeste é US\$ 5,82, no estado da Bahia o valor médio é de US\$ 12,31 e no estado da Paraíba de

US\$ 3,06. O Rio Grande do Sul apresenta o maior preço médio por par exportado, US\$ 23,74.

De acordo com Correa (2001), o Rio Grande do Sul abriga um dos maiores *clusters* calçadistas do mundo, na região do Vale do Rio dos Sinos, onde existe uma grande concentração de empresas produtoras de calçados, curtumes, fornecedores de máquinas e componentes, além de instituições voltadas para o desenvolvimento e formação de mão de obra para o setor. A região é especializada na produção de calçados femininos de couro.

No estado de São Paulo, há três principais polos calçadistas, dentre os quais tradicionalmente destaca-se a cidade de Franca, que apresenta uma estrutura de *cluster*, com a presença de produtores de insumos, curtumes, matrizarias e instituições que atuam no desenvolvimento e difusão de inovações tecnológicas e gerenciais, como o Serviço Nacional de Aprendizagem Industrial (SENAI), o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e universidades. Esse *cluster* é especializado em fabricar calçados masculinos de couro. A cidade de Birigüí é conhecida como a Capital Brasileira do Calçado Infantil, e em Jaú a especialização da produção é em calçados femininos de couro.

Em Minas Gerais, no município de Nova Serrana, há um polo especializado na produção de calçados esportivos. Diferentemente, no polo de Uberaba a produção é bastante diversificada, incluindo calçados masculinos, femininos, infantis, esportivos, entre outros, como botas estilo *country*.

Segundo Viana (2006), a indústria de calçados da Bahia, apesar de ter surgido na década de 1960, se consolidou somente na década de 1990. A produção deste Estado divide-se em dois polos principais, Itapetinga e Jequié. O polo de Itapetinga, formado por nove municípios, emprega 27 mil trabalhadores formais, sendo que deste total, 13 mil estão ligados à fabricação de calçados de couro.

A indústria cearense de calçados é atualmente a maior exportadora de calçados do Brasil em quantidade de pares. O setor se desenvolveu recentemente, com a instalação de grandes fábricas, mas já contava com alguma tradicional atividade coureiro calçadista na região. Isto gera uma situação contrastante, entre o setor tradicional, de pequenos estabelecimentos com reduzido grau de mecanização e o setor moderno, com produção em grandes quantidades, economias de escala, automação e nível tecnológico elevado. A Região Metropolitana de Fortaleza, Sobral

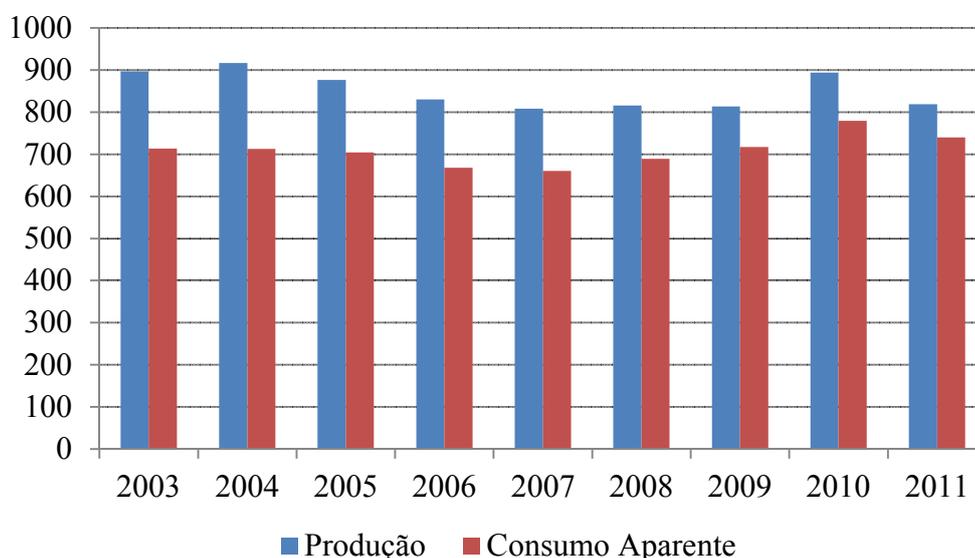
e Cariri são os principais polos do Ceará, de acordo com Viana (2006), e a maior parte da sua produção é realizada com materiais sintéticos.

O estado da Paraíba ocupa a posição de terceiro maior exportador de calçados do Brasil em volume e o quinto em valor. De acordo com Viana (2006), a produção se dá nos polos da Grande João Pessoa, de Patos e de Campina Grande.

3.2 Caracterização da Produção Nacional

O Brasil é o terceiro maior produtor mundial de calçados, sendo superado somente por China e Índia. Em 2011 o volume produzido no país foi de 819 milhões de pares. O Gráfico 1 apresenta a evolução da produção nacional e do consumo aparente ao longo do período de 2003 a 2011. Observa-se que o consumo aparente consiste na soma da produção nacional com as importações, subtraindo-se as exportações.

Gráfico 1 – Produção nacional e consumo aparente de 2003 a 2011, em milhões de pares.



Fonte: Abicalçados (2011); elaboração própria.

Considerando a variação de 2003 para 2011, a produção demonstra uma redução de 8,7%, enquanto o consumo cresceu 3,7%. Apesar disso, a produção e o consumo apresentaram um desempenho semelhante ao longo do período, com retração de 2005 a 2007, e expansão de 2008 a 2010. O ano de 2004 teve a maior

produção do período, com 916,3 milhões de pares fabricados e o ano de 2007 a menor, com 808,5 milhões.

O calçado, sendo um produto associado à moda, demanda constantes inovações em modelos, estilos e materiais, conforme a tendência. Deste maneira, segundo Costa (1993), há a fabricação de calçados para diversas finalidades – sociais, esportivos, casuais, de segurança – e para diferentes perfis de consumidores – mulheres, homens, crianças. Podem ser fabricados em couro, materiais sintéticos, em tecidos, entre outros. A Tabela 4 decompõe a produção nacional, em milhões de pares, por categoria de calçados: plásticos e borracha, couro, esportivos e outros materiais.

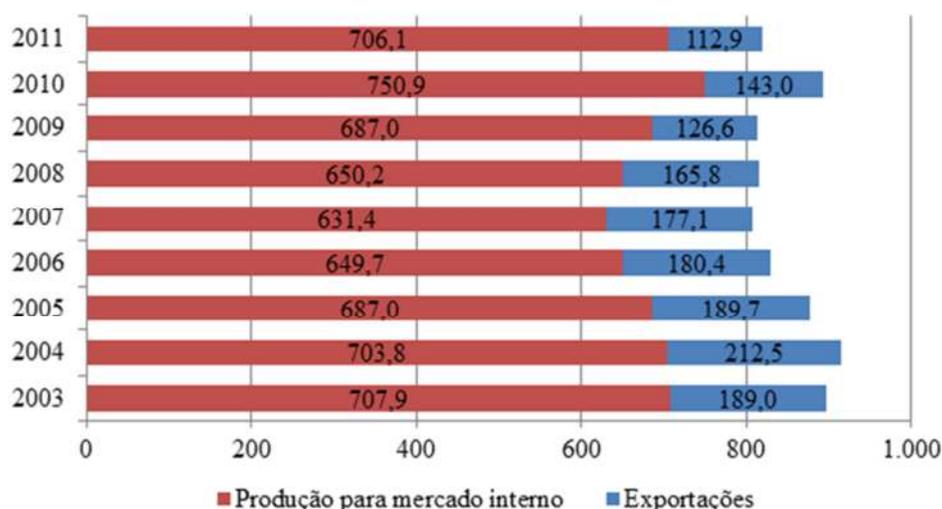
Tabela 4 – Produção nacional por tipo de calçado de 2003 a 2011, em milhões de pares.

Ano	Plástico e Borracha	%	Couro	%	Esportivos	%	Outros Materiais	%	Total
2003	395,0	44,0	321,5	35,8	102,3	11,4	78,1	8,7	896,9
2004	413,5	45,1	321,9	35,1	101,9	11,1	79,0	8,6	916,3
2005	408,0	46,5	299,9	34,2	97,3	11,1	71,5	8,2	876,7
2006	424,1	51,1	258,0	31,1	85,5	10,3	62,5	7,5	830,1
2007	417,3	51,6	251,9	31,2	80,9	10,0	58,4	7,2	808,5
2008	439,6	53,9	232,3	28,5	83,4	10,2	60,7	7,4	816,0
2009	436,0	53,6	238,2	29,3	80,8	9,9	58,6	7,2	813,6
2010	487,4	54,5	252,7	28,3	88,2	9,9	65,6	7,3	893,9
2011	433,9	53,0	237,5	29,0	81,1	9,9	66,5	8,1	819,0

Fonte: Abicalçados (2012); elaboração própria.

De acordo com a Tabela 4, é possível perceber que o maior volume da produção nacional se dá com calçados fabricados em plástico e borracha, que em 2003 representavam 44% do total, e já a partir de 2006 compreendiam mais da metade dos calçados produzidos no Brasil. O crescimento deste tipo de produto no período foi de 9,8%. Os calçados de couro passaram de 35,8% da produção nacional em 2003, para 29% do total em 2011. A produção de calçados de couro entre 2003 e 2011 teve uma variação de -26,1%. A categoria de calçados esportivos se reduziu em 20,7%, mas sua participação sobre o total manteve-se estável no período. A variação da produção de calçados de outros materiais variou -14,8%.

Gráfico 2 – Produção nacional de calçados por destino de 2003 a 2011, em milhões de pares.



Fonte: Abicalçados (2012); elaboração própria.

O Gráfico 2 explora a produção nacional de calçados, dividindo-a de acordo com o destino dos produtos, ou seja, para o mercado interno ou para o mercado externo. É notável o direcionamento ao mercado interno, havendo, mesmo assim um alto índice de exportações. De 2003 a 2007, a parcela dos calçados produzidos que foi exportada situou-se em torno de 22%. Nos anos de 2009, 2010 e 2011 essa proporção esteve em torno de 14%. Isto demonstra a ocorrência de um redirecionamento da produção para o mercado interno.

Enfim, ao analisar os dados da produção brasileira de calçados entre 2003 e 2011, percebe-se que a redução ocorrida no período atinge principalmente os calçados de couro, esportivos e de outros materiais, visto que houve crescimento no segmento dos calçados de plástico e borracha. É possível concluir também que o ápice da produção do período, ocorrido em 2004 se deveu ao grande número de exportações, enquanto a expansão observada em 2010 esteve apoiada no crescimento do consumo interno, que atingiu seu nível máximo neste ano. De qualquer forma, para uma análise mais completa, é necessário estudar o mercado internacional de calçados, e as razões da forte diminuição das exportações do setor calçadista nos últimos anos, assunto que será abordado na próxima seção do artigo.

4 COMPETIÇÃO E DESEMPENHO DO SETOR CALÇADISTA BRASILEIRO NO MERCADO INTERNACIONAL

A presente seção visa investigar até que ponto a intensificação da presença asiática, principalmente da China e Vietnã, no mercado pode influenciar o desempenho do setor calçadista brasileiro. Para tanto, é realizada uma análise da balança comercial nacional deste setor, avaliando a evolução das exportações, assim como a participação do Brasil no mercado internacional de calçados, principalmente no norte-americano.

4.1 Cadeia Global de Calçados e Competitividade Internacional

Nos últimos anos, a cadeia mundial de calçados e artigos de couro tem passado por diversas mudanças, dentre as quais se destaca a transferência das áreas de produção para países em desenvolvimento, como China, Índia, Vietnã e Brasil. Atualmente, é clara a tendência da internacionalização da produção, através da formação de cadeias produtivas globais para a fabricação, comercialização e distribuição de calçados. A estrutura desta cadeia produtiva revela que seu processo de produção em geral, mesmo que mecanizado, ainda apresenta forte conteúdo artesanal, dada a importância das operações do trabalhador em etapas importantes do processo produtivo. Isso faz com que a mão de obra exerça forte peso nos custos.

De acordo com Viana (2006) perto de 15% dos custos na fabricação de calçados correspondem à mão de obra e encargos sociais, mesmo na produção de calçados sintéticos, que possui maior mecanização do processo. Segundo Fensterseifer (1995) a fabricação de calçados é caracterizada por operações produtivas intensivas em mão de obra, com baixas barreiras à entrada e saída.

Assim, o panorama internacional da indústria de calçados revela um movimento de realocação da produção e fontes de fornecimento, por parte das grandes empresas, em direção a países e regiões que apresentam vantagens referentes aos baixos custos do trabalho. Esse fator explica a grande expansão da produção de calçados nos países asiáticos.

A Tabela 6 confirma o domínio chinês na produção mundial de calçados, com uma participação de 63,5% sobre o total de pares de calçados fabricados no mundo

em 2007. Além disso, se faz visível a importância da Ásia no cenário calçadista, pois dos cinco maiores produtores globais, em 2007, quatro pertencem a este continente. Observa-se que, atualmente, a Ásia é responsável por aproximadamente de dois terços da produção mundial de calçados.

Tabela 6 – Principais produtores e exportadores de calçados no ano de 2007, em milhões de pares.

Produtores			Exportadores		
País	Pares (milhões)	%	País	Pares (milhões)	%
China	10.209,0	63,5	China	8.175,0	72,6
Índia	980,0	6,1	Vietnã	614,6	5,5
Brasil	808,0	5,0	Itália	245,3	2,2
Vietnã	665,2	4,1	Indonésia	229,0	2,0
Indonésia	565,0	3,5	Bélgica	199,1	1,8
Outros	2.858,1	17,8	Outros	1.797,4	16,0
Total	16.085,3	100,0	Total	11.260,4	100,0

Fonte: Abicalçados (2009).

Em relação ao destino da produção de calçados, no ano de 2007, pode-se dizer que enquanto a produção brasileira foi na maior parte voltada para o mercado nacional, com 78% dos calçados fabricados para o consumo interno no Brasil, nos países asiáticos o foco foi a exportação, que representou na China 80,1% de sua produção. Já a produção dirigida à exportação no Vietnã atingiu 92,4% do total (Abicalçados, 2009).

No tocante aos principais mercados consumidores e importadores, nota-se que os Estados Unidos se posicionam como o maior país comprador de calçados do mundo, sendo responsável por 26% das importações mundiais. Destacam-se também o mercado europeu e o japonês, como grandes importadores de calçados (Abicalçados, 2009).

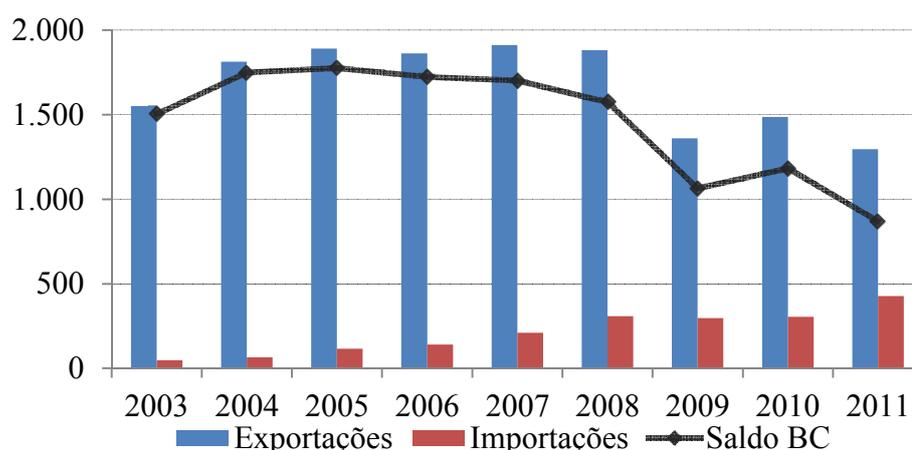
O consumo de calçados dos EUA e do Japão é abastecido quase totalmente por importações, sendo sua produção nacional muito reduzida. No caso do Brasil, da China e da Índia, o consumo é em grande parte atendido pela fabricação nacional, mesmo que exista algum volume de importações.

4.2 Desempenho do Setor Calçadista Brasileiro no Mercado Externo

O período em análise é caracterizado por uma recente redução das exportações de calçados e rápido crescimento das importações deste produto, com a consequente redução do saldo comercial do setor, que mesmo em queda se mostra superavitário. Isto pode ser observado no Gráfico 3.

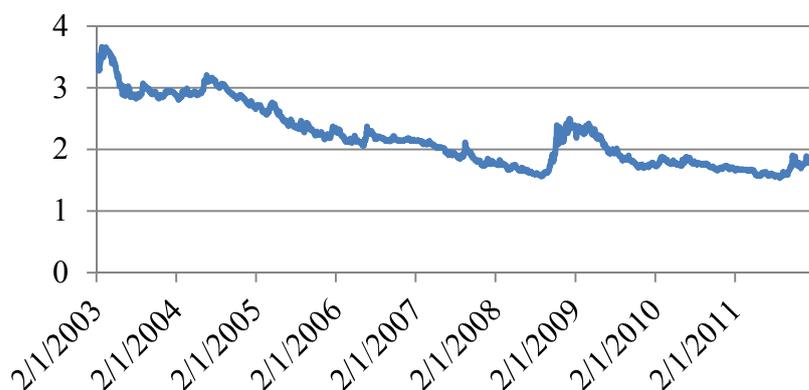
Esta tendência de queda na balança comercial (Gráfico 3) mostrou alarmante para as indústrias de calçados, principalmente para as empresas cujo foco é a produção para o mercado externo. Mas a expansão da entrada de produtos estrangeiros no país também é responsável por se apropriar de uma parcela do consumo brasileiro, que poderia ser atendida pela produção nacional.

Gráfico 3 – Saldo da Balança Comercial do setor calçadista brasileiro de 2003 a 2011, em milhões de dólares.



Fonte: MDIC/Secex (2012); elaboração própria.

Um elemento que influenciou as exportações e importações brasileiras foi à taxa de câmbio, que define a equivalência do dólar em reais. Segundo Stürmer “a taxa cambial foi, sem dúvida, um dos fatores mais determinantes para a competitividade do setor calçadista no âmbito internacional” (2006, p.109). A partir da observação do Gráfico 4 torna-se claro a valorização da moeda brasileira frente ao dólar no período de 2003 a 2011.

Gráfico 4 – Evolução da taxa de câmbio R\$/US\$ de 2003 a 2011.

Fonte: Banco Central do Brasil (2012).

No início de 2003 o dólar correspondia a cerca de R\$3,50, mas neste mesmo ano, já se reduziria para menos de R\$3,00 por dólar. De 2009 a 2011 a taxa de câmbio se mostrou estável, situando-se na faixa entre R\$2,00/US\$1,00 e R\$1,50/US\$1,00. O câmbio real/dólar influencia no preço dos produtos exportados, visto que a produção brasileira é efetuada em moeda nacional, mas as negociações com o mercado externo são definidas em dólares.

4.2.1 Exportações brasileiras de calçados

A evolução das exportações brasileiras de calçados fica evidenciada na Tabela 7. Assim é possível notar dois diferentes contextos no período analisado: uma ampliação do valor exportado de 2003 a 2007 e uma intensa redução deste valor a partir de 2009, atingindo em 2011 o menor nível nestes nove anos.

Deste modo, de 2003 para 2007 ocorreu um crescimento das exportações, de 23,1% em valor, a despeito da diminuição das quantidades em 6,2%. O período de 2007 a 2011 apresenta uma retração do valor das exportações em 32,2%. O declínio do volume exportado é contínuo a partir de 2004, representando uma variação de -46,8% deste ano até 2011 (Tabela 7).

Tabela 7 – Exportações Brasileiras de Calçados de 2003 a 2011

Ano	Valor (US\$ milhões)	%*	Pares (milhões)	Preço Médio (US\$)
2003	1.552,1	-	188,9	8,21
2004	1.814,0	16,9	212,4	8,54
2005	1.891,6	4,3	189,6	9,97
2006	1.863,1	-1,5	180,4	10,33
2007	1.911,8	2,6	177,0	10,80
2008	1.881,3	-1,6	165,7	11,35
2009	1.360,0	-27,7	126,5	10,74
2010	1.487,0	9,3	142,9	10,40
2011	1.296,2	-12,8	112,9	11,48

Fonte: Abicalçados (2011); elaboração própria.

Considerando o período de 2003 a 2011, a queda foi de 16,4% no valor e 40,2% na quantidade de pares embarcados para o exterior. Além disto, é visível o aumento do preço médio dos calçados exportados em 39,8% ao longo deste intervalo. A variação mais intensa do período se deu na diminuição em 27,7% do valor exportado de 2008 para 2009. Assim a recuperação observada em 2010, com crescimento de 9,3% e 12,9% em valor e volume exportados respectivamente, não se confirmaram em 2011.

Esta redução foi causada pela forte crise econômica mundial, ocorrida em 2008, afetando a demanda dos principais países consumidores dos calçados brasileiros, como Estados Unidos e União Europeia, entre outros. Além deste, outro fator que pode ter colaborado para essa diminuição é a concorrência cada vez mais intensa dos países asiáticos, que, com o desenvolvimento de novos produtos e materiais, combinado aos baixos custos de mão de obra, tem cada vez mais o domínio mundial desses mercados (SINDICALÇADOS 2011).

Para analisar a evolução dos calçados brasileiros nos principais mercados observa-se a Tabela 8, que demonstra as exportações de calçados do Brasil por destino ao longo do período de 2003 a 2011. A partir disto, tem-se que a queda das exportações para os EUA, cuja redução de 2003 a 2011 foi de US\$ 761,1 milhões, foi até certo ponto compensada pelo crescimento em outros mercados, visto que no total a redução do período foi de US\$ 255,9 milhões.

Tabela 8 – Exportação por destino de 2003 a 2011, em milhões de dólares.

Ano	América do Sul	União Europeia	Estados Unidos	Outros	Total
2003	162,0	191,3	996,8	201,9	1.552,1
2004	233,8	278,9	1.027,2	274,1	1.814,0
2005	262,9	396,1	948,8	283,7	1.891,6
2006	292,9	452,7	853,6	264,0	1.863,1
2007	377,6	544,0	717,5	272,6	1.911,8
2008	435,8	656,2	483,8	305,4	1.881,3
2009	292,7	478,7	351,2	237,4	1.360,0
2010	374,7	493,8	340,9	277,6	1.487,0
2011	436,2	343,4	235,7	280,9	1.296,2

Fonte: MDIC/Secex (2012).

Assim, percebe-se uma diversificação dos mercados nos quais o Brasil atua. O país obteve um aumento de 169% nas vendas para países da América do Sul e de 79,5% nas exportações para a União Europeia entre 2003 e 2011 (Tabela 8).

Tabela 9 – Exportações brasileiras de calçados por destino de 2003 a 2011, em milhões de dólares.

País	2003		2005		2007		2009		2011	
	US\$	%								
EUA	997	64	949	50	717	38	351	26	236	18
Argentina	72	5	113	6	166	9	142	10	195	15
Reino Unido	106	7	179	9	230	12	179	13	97	7
Itália	5	0	40	2	84	4	92	7	68	5
França	6	0	18	1	27	1	50	4	65	5
Paraguai	13	1	18	1	28	1	26	2	53	4
Espanha	19	1	53	3	58	3	46	3	23	2
Demais países	346	22	522	28	602	32	472	35	560	43
Total	1.552	100	1.892	100	1.912	100	1.360	100	1.296	100

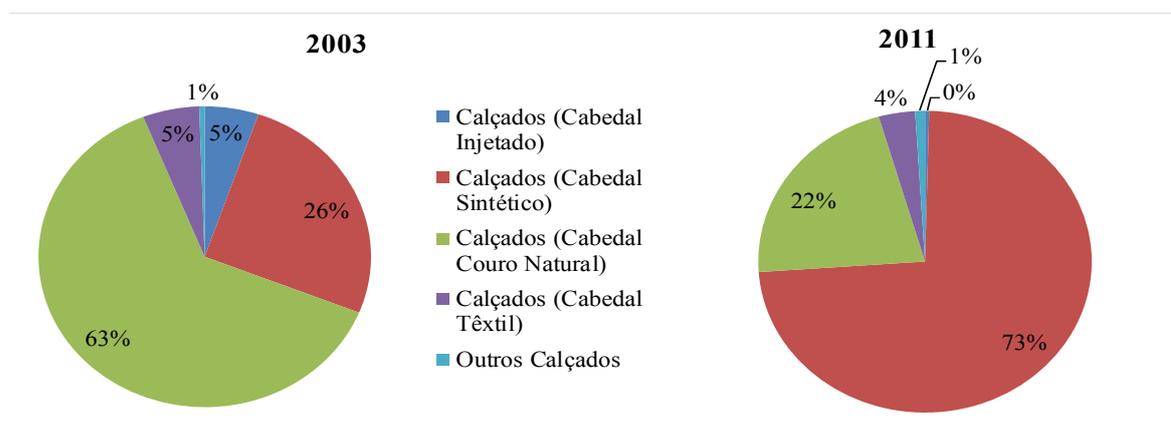
Fonte: MDIC/Secex (2012); elaboração própria.

A Tabela 9 analisa os oito principais países compradores de calçados brasileiros. De acordo com essa tabela observa-se que a queda da participação dos Estados Unidos nas exportações brasileiras ocorre não somente pela redução das exportações para este país, mas também pelo aumento das vendas para outros países. Corrêa (2001, p.87) aponta a diversificação de mercados como forma de

garantir uma menor dependência das importações norte-americanas, “característica que torna a indústria brasileira de calçados muito vulnerável a possíveis flutuações econômicas”.

As exportações para os Estados Unidos concentram-se no segmento de calçados de couro. O Gráfico 5 mostra a composição das exportações brasileiras em pares por categoria de calçado nos anos de 2003 e 2011. Nota-se uma radical modificação, sendo que os volumes exportados em 2003 correspondiam em 63% a calçados de couro, enquanto em 2011 os calçados sintéticos representavam 73% da quantidade exportada pelo país.

Gráfico 5 – Composição do volume (pares) exportado por categoria em 2003 e 2011.



Fonte: MDIC/Secex (2012); elaboração própria.

Desta forma percebe-se que o as exportações brasileiras, que se baseavam nos calçados de couro, passam a se apoiar em calçados produzidos em material sintético. Isto esteve associado à redução das exportações para os EUA.

Gráfico 6 – Composição do valor (US\$) exportado por categoria em 2003 e 2011



Fonte: MDIC/Secex (2012); elaboração própria.

No entanto, é importante ressaltar que embora a quantidade de calçados sintéticos exportados tenha ultrapassado o volume de exportações de calçados de couro, estes últimos ainda permanecem como a principal categoria em valor (US\$) exportado, correspondendo a 57% do valor total exportado em 2011. Por outro lado, ressalta-se o aumento de 11% para 37% da parcela referente aos calçados sintéticos (Gráfico 6).

Em relação à evolução dos preços médios por categorias de calçados, observa-se que houve um aumento geral nos preços em dólares dos calçados exportados pelo Brasil. No entanto, a ascensão dos preços dos calçados de couro se mostrou muito superior, aumentando US\$ 10,80 em 2003 para US\$ 30,12 em 2011, no que correspondeu um aumento de 178,8%. O preço médio das exportações de calçados variou 39,8% de 2003 a 2011, passando de US\$8,21 para US\$11,48 (Abicalçados, 2012).

Conclui-se que as principais causas da diminuição das exportações são a valorização do real, o aumento dos custos de produção e da remuneração média do setor, resultando num aumento dos preços dos calçados exportados. A partir disto, percebe-se que houve uma perda de competitividade e de participação dos calçados brasileiros no mercado dos Estados Unidos, o que está associado também à intensificação da presença asiática, cujo foco competitivo se localiza nos calçados de baixo custo. Outro fator relevante foi a crise ocorrida em 2008, responsável por reduzir o nível de importações dos principais mercados consumidores.

Sendo as exportações brasileiras dirigidas a este mercado baseadas em calçados de couro, percebeu-se uma alteração do perfil das exportações por categoria. Este segmento, apesar de garantir o maior valor exportado, devido às suas reduções, foi ultrapassado em volume exportado, pelos calçados produzidos em material sintético. Isto comprova também a evolução do Nordeste como região produtora e exportadora de calçados. Porém esta tendência é negativa para as regiões Sul e Sudeste, que apresentaram menores valores e volumes de exportação ao longo do período.

4.2.2 O mercado dos Estados Unidos

O mercado dos Estados Unidos é o maior importador de calçados do mundo e o principal país de destino das exportações de calçados brasileiros. Este mercado

apresentou crescimento das importações ascendente nos últimos anos, alcançando em 2011 o maior valor do período em análise, com um aumento de 26,7% entre 2005 e 2011 (OTEXA, 2012).

Os calçados chineses predominam nas importações do mercado norte-americano, representando em valor, uma parcela que se situou entre 71,3% e 76,2% no período. A participação das importações de calçados do Vietnã correspondeu em 2011 a 9,1%. O crescimento deste país como fornecedor do mercado estadunidense se faz saliente, tendo em vista que seu aumento no período foi de 181,30%, já as importações da China aumentaram em 31,7% de 2005 a 2011 (Tabela 10).

Em contrapartida, conforme observado ainda pela Tabela 10, a participação brasileira nas importações dos Estados Unidos tem sido continuamente reduzida, ocasionando de 2005 a 2011 uma retração de 75,3%, o que representa uma diminuição de 765,8 milhões de dólares. Esta redução reflete, sobretudo, a queda nas importações de procedência brasileira dos calçados de couro, categoria que concentra 85% do valor dos calçados do Brasil importados por este mercado.

Tabela 10 – Importações de calçados pelos EUA por origem, em milhões de dólares.

Ano	China	Vietnã	Brasil	Itália	Outros	Total
2005	12.473,6	716,3	1.016,7	1.127,2	2.158,3	17.492,2
2006	13.602,5	951,1	893,6	1.101,6	2.143,6	18.692,4
2007	13.876,8	1.031,4	755,8	1.192,0	2.060,7	18.916,7
2008	14.195,9	1.211,6	514,6	1.119,2	2.030,6	19.072,0
2009	13.195,1	1.322,0	381,0	765,0	1.677,9	17.341,0
2010	15.493,5	1.616,2	357,4	888,6	1.986,1	20.341,8
2011	16.430,9	2.015,0	250,9	1.104,1	2.369,3	22.170,1

Fonte: OTEXA (2012).

A partir da análise da Tabela 11 percebe-se, ao longo do período analisado, que o valor total de calçados de couro importados pelos Estados Unidos não apresentou grandes mudanças, visto que de 2005 para 2011 ocorreu uma ligeira redução de 1,1%. No entanto alguns aspectos devem ser destacados.

**Tabela 11 – Importações dos EUA de calçados de couro por origem. US\$
(milhões)**

Ano	China	Vietnã	Brasil	Itália	Outros	Total
2005	7.451,6	486,5	934,6	903,1	1.657,5	11.433,3
2006	7.992,4	653,6	803,5	901,6	1.685,1	12.036,1
2007	7.734,6	684,9	651,4	981,9	1.614,2	11.667,0
2008	7.623,7	726,4	442,5	928,3	1.618,2	11.339,1
2009	6.684,6	748,0	319,7	628,9	1.298,6	9.679,7
2010	7.566,2	818,5	291,2	734,2	1.478,2	10.888,2
2011	7.511,4	906,2	215,3	919,8	1.743,1	11.295,9

Fonte: OTEXA (2012); elaboração própria.

As importações chinesas, italianas e de outros países também permaneceram estáveis, com crescimento de 0,8%, 1,8% e 5,1% respectivamente. As principais mudanças se referem à acentuada queda da participação do Brasil (-76,9%) e à contínua expansão da parcela do Vietnã (86,2%) neste segmento. A partir destes dados, é perceptível que a redução das importações do Brasil se deve à expansão do Vietnã neste mercado e principalmente neste segmento.

De acordo com a Tabela 12 é possível verificar que a expansão da China nas importações estadunidenses se baseia principalmente nos calçados com cabedal de borracha, plástico e têxtil. Do mesmo modo, o incremento de US\$ 4.677,9 milhões em calçados importados entre 2005 e 2011, se deve principalmente aos US\$ 4.776,3 milhões acrescidos com a importação destes tipos de calçados de procedência chinesa e vietnamita no mesmo período. Nestes segmentos, o Brasil também apresentou redução, de 56,7% num contraste com o Vietnã, que de 2005 a 2011 ampliou em 382,2% suas vendas nestas categorias de calçados para os EUA.

**Tabela 12 – Importações dos EUA dos demais tipos de calçados, em US\$
milhões.**

Ano	China	Vietnã	Brasil	Itália	Outros	Total
2005	5.022,0	229,9	82,1	224,1	500,9	6.058,9
2006	5.610,1	297,5	90,1	200,0	458,5	6.656,3
2007	6.142,2	346,5	104,4	210,0	446,5	7.249,6
2008	6.572,2	485,3	72,1	190,9	412,4	7.732,9
2009	6.510,5	574,1	61,3	136,1	379,3	7.661,3
2010	7.927,3	797,8	66,2	154,4	507,9	9.453,6
2011	8.919,4	1.108,8	35,5	184,3	626,1	10.874,2

Fonte: OTEXA (2012).

Tais informações reforçam o entendimento de que o domínio das importações de calçados do principal mercado consumidor de calçados é efetuado pelos produtos asiáticos, que através de preços inferiores, garantem sua competitividade internacional. Os calçados brasileiros, em comparação, apresentaram um preço médio superior no período. Segundo Silvestrin e Triches (2007), a diferença de preço não tem sido relevante a ponto de indicar que o consumidor estadunidense percebe o calçado brasileiro como tendo uma qualidade superior aos produtos importados da Ásia.

A participação dos calçados brasileiros nas importações dos Estados Unidos é muito ligada ao segmento de calçados de couro. Já a China e o Vietnã apresentam uma pauta mais variada, porém de qualquer forma se mostram concorrentes nos mercados internacionais também nesta categoria. O maior crescimento do período é atribuído ao Vietnã, que ultrapassou o Brasil e atualmente é o terceiro maior fornecedor no valor das importações estadunidenses de calçados de couro.

Segundo Silvestrin e Triches (2007), a perda de competitividade do setor calçadista brasileiro no mercado dos Estados Unidos está relacionada ao aumento da qualidade dos calçados asiáticos, assim como à queda da participação geral dos calçados de couro neste mercado, associada ao aumento dos calçados esportivos e sintéticos. Em 2003, 65,3% dos valores importados eram referentes a calçados de couro, proporção que caiu para 50,9% em 2011.

Finalizando, constata-se que a queda das exportações brasileiras de calçados, principalmente no mercado dos Estados Unidos, esteve relacionada à maior presença dos calçados asiáticos e à valorização do real, além do aumento dos custos de produção e o crescimento da remuneração média do setor, encargos sociais, taxas e impostos. Estes fatores elevaram os preços das exportações de calçados brasileiros no mercado dos Estados Unidos, que em comparação com os asiáticos se mostraram caros, sem que haja diferenciação significativa.

Isto está relacionado também à intensificação da presença asiática e uma melhora na qualidade de seu produto, cujo foco competitivo se localiza nos calçados de baixo custo. Outro elemento importante é a crise ocorrida em 2008, responsável por encolher o nível de importações dos principais mercados consumidores.

Nesse contexto é importante que o setor calçadista brasileiro desenvolva suas exportações tendo em vista uma maior diversificação de mercados, evitando assim vulnerabilidades associadas à restrição a um grande comprador. Segundo Corrêa

(2001), é muito importante também a definição dos mercados onde atuar, procurando uma especialização em determinado segmento, visto que os calçados italianos tem buscado reduzir custos e os chineses tem melhorado sua qualidade.

Enfim, ressalta-se a necessidade de uma parceria entre a iniciativa privada, governo e trabalhadores, buscando o crescimento competitivo do complexo coureiro calçadista, visto que uma maior competitividade do setor deve se apoiar no aumento da produtividade em vez de se basear apenas em baixos custos de mão de obra.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A análise dos dados da produção brasileira de calçados de 2003 a 2011 demonstrou uma redução de 8,7% da quantidade produzida. Esta diminuição se deve principalmente à queda nos calçados de couro, havendo crescimento no segmento dos calçados de plástico e borracha. De 2003 a 2007 a parcela da produção para o mercado interno situou-se em torno de 78% enquanto de 2009 a 2011 esteve próxima de 86%. Isto demonstra um redirecionamento da produção para o consumo interno, o que pode ser associado tanto à queda nas exportações quanto às melhores condições de emprego e renda no Brasil.

Uma tendência na cadeia global de calçados é o deslocamento da produção em função da disponibilidade de mão de obra barata, visto que este item responde por cerca de 15% dos custos de fabricação do calçado. A partir disto, ocorreu a expansão dos países do sudeste asiático, como China, Vietnã, Índia, entre outros.

Estes países oferecem vantagens competitivas referentes a baixos custos de mão de obra. No caso da China, este fator se alia à política cambial que mantém a moeda nacional desvalorizada frente ao dólar. Outra vantagem se deve à existência de grandes empresas, capazes de fabricar em grandes quantidades, gerando economias de escala. Deste modo os calçados procedentes destas regiões apresentam preços reduzidos.

A produção de calçados dos países asiáticos é direcionada principalmente ao comércio externo, sendo que o principal destino das exportações mundiais é o mercado dos Estados Unidos, que também é o maior importador dos calçados brasileiros. A presença do Brasil nesse mercado, baseada nos calçados de couro, sofreu ao longo do período estudado contínuas reduções, relacionadas à expansão das vendas deste segmento do Vietnã para os EUA.

Deste modo, em um cenário que ocorreu valorização do real, com avanço da remuneração média no setor em 62% de 2003 a 2010, além de outros elementos, houve um aumento nos preços dos exportados pelo Brasil de US\$ 8,21 para US\$ 11,48, o que reduz sua competitividade internacional. A queda das exportações brasileiras de calçados em US\$ 761,1 milhões na comparação de 2003 a 2011, para os Estados Unidos foi em parte compensada pelo crescimento em outros mercados, como a União Europeia e a América do Sul, que somados apresentaram um crescimento de 90%. Esta diversificação garante uma menor dependência das importações dos EUA.

Percebe-se, portanto que o crescimento da Ásia no ramo calçadista, ao apresentar preços inferiores aos brasileiros, se apropriou da fatia do mercado norte-americano relacionada à importação de calçados de couro, assim como expandiu suas vendas também no mercado brasileiro. Desta maneira, levou à redução das exportações e conseqüentemente do saldo comercial, que em 2011 apresentou o menor nível observado no período estudado.

Enfim verifica-se que a retração das exportações brasileiras de calçados, destacadamente no mercado norte-americano, deveu-se aos seguintes fatores: crescimento da participação dos calçados asiáticos; valorização da moeda brasileira frente ao dólar; aumento dos custos de produção (matéria-prima, mão de obra, encargos sociais, taxas e impostos). Estes elementos ocasionaram o aumento dos preços das exportações de calçados brasileiros que em relação aos asiáticos, tornando-os caros, sem que se perceba diferenciação expressiva na qualidade do produto.

ABSTRACT

This article present studies aims to verify the reasons for the decrease in Brazilian footwear sector performance in the international market in the last decade. This work examines the behavior of the domestic production of footwear, employment and exports and imports by origin and destination. Thus it was possible to observe a strong growth of exports of footwear from Asian countries, as well as increased competition from these countries for major markets like the U.S.

Keywords: Production chains, clusters, Brazilian footwear sector, Asian competition.

NOTAS

¹ Economista (UFRGS).

² Professor do Departamento de Economia e Relações Internacionais da UFRGS.

REFERÊNCIAS

ABICALÇADOS, Associação Brasileira das Indústrias de Calçados. *Cartilha estatística 2011*. Disponível em: <http://www.abicalcados.com.br>.

_____. *Resenha Estatística 2009*. Disponível em: <http://www.abicalcados.com.br>.

_____. *Histórico das exportações brasileiras de calçados, 2012*. Disponível em: <http://www.abicalcados.com.br>.

ANUÁRIO BRASILEIRO DO CALÇADO 2012. Novo Hamburgo: Grupo Sinos, 2012.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. *Boletim 2012*. Disponível em: <http://www.bcb.gov.br>.

CORRÊA, A.; ANDRADE, J. *Panorama da indústria mundial de calçados, com ênfase na América Latina*. Rio de Janeiro: BNDES, 2001.

CORRÊA, A. *O complexo coureiro-calçadista brasileiro*. BNDES Setorial, Rio de Janeiro: BNDES, 2001.

COSTA, A. *A indústria calçadista do Rio Grande do Sul*. São Leopoldo: UNISINOS, 2004.

_____. *Estudo da competitividade da indústria brasileira: competitividade da indústria de calçados*. Campinas: UNICAMP, 1993.

COSTA, A.; FLIGENSPAN, F. *Avaliação do movimento de realocação industrial de empresas de calçados do Vale dos Sinos*. Porto Alegre: SEBRAE, 1997.

FENSTERSEIFER, J. *O complexo calçadista em perspectiva: tecnologia e competitividade*. Porto Alegre: Editora Ortiz, 1995.

FIESP, Federação das Indústrias do Estado de São Paulo. *Análise Setorial de Mercados: setor de calçados*. São Paulo: DECOMTEC, 2009.

GORINI, A.; SIQUEIRA, S. *O setor de calçados no Brasil*. BNDES Setorial. Rio de Janeiro: BNDES, 1998.

KON, A. *Economia industrial*. São Paulo: Nobel, 1994.

KUPFER, D.; HASENCLEVER, L. *Economia industrial: fundamentos teóricos e práticos no Brasil*. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

OTEXA, Office of Textiles and Apparel. Washington DC, 2012. Disponível em: http://otexa.ita.doc.gov/FLTCAT_imp.HTM.

PORTER, M. *Competição*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2009.

SECEX, Secretaria de Comércio Exterior. *Relatório DECOM: Defesa comercial, antidumping, medidas compensatórias e salvaguardas*. Brasília: MDIC, 2012.

SILVESTRIN, L.; TRICHES, D. *A análise do setor calçadista brasileiro e os reflexos das importações chinesas no período de 1994 a 2004*. Rio de Janeiro: UFF, 2007.

SINDICALÇADOS. *Perfil das empresas de calçados e bolsas da Região Metropolitana de Belo Horizonte*. Belo Horizonte, FIEMG, 2011.

SOUZA, N. *Desenvolvimento regional*. São Paulo: Atlas, 2009.

STÜRMER JR, F. *Posicionamento estratégico das empresas de calçados femininos do Vale do Rio dos Sinos frente ao mercado externo*. Porto Alegre: UFRGS, 2006. 122f. Dissertação (Mestrado profissional em Economia) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Faculdade de Ciências Econômicas, Programa de Pós-Graduação em Economia, Porto Alegre 2007.

UNE, M.; PROCHNIK, V. *Desafios para a nova cadeia de calçados nordestina*. Universidade Federal do Rio de Janeiro, 1999.

VIANA, F. *A indústria de calçados no Nordeste: características, desafios e oportunidades*. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2006.