



UNICAMP

ABDI

Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial

Relatório

de

Acompanhamento Setorial

COURO E CALÇADOS

Setembro de 2008





RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO SETORIAL

COURO E CALÇADOS

Volume II

Equipe:

Adriana Marques da Cunha

Pesquisadores e bolsistas do NEIT/IE/Unicamp

Rogério Dias de Araújo (ABDI)

Carlos Henrique Mello (ABDI)

Jorge Boeira (ABDI)

Setembro de 2008

Esta publicação é um trabalho em parceria desenvolvido pela Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial – ABDI e o Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia do Instituto de Economia da Universidade Estadual de Campinas – Unicamp

SUMÁRIO

1. Introdução	1
2. Breve caracterização da indústria mundial de couro e calçados	1
3. Tendências do comércio mundial de calçados	2
4. Desempenho da indústria brasileira de couro e calçados	6
4.1. Estrutura e concentração	6
4.2. Produção	7
4.3. Comércio externo	10
5. Considerações finais	20
Referências bibliográficas	22

1. Introdução

A indústria de couro e calçados faz parte de uma cadeia produtiva abrangente que inclui desde a produção de insumos (como couro e produtos químicos) até a fabricação do produto final (calçados). Este Relatório de Acompanhamento Setorial (número 2) contém uma breve caracterização da indústria mundial de couro e calçados, destaca algumas tendências do comércio mundial de calçados, e centra sua análise nas características e no desempenho da produção e do comércio externo do segmento brasileiro de calçados, considerando a relevante participação do Brasil nos fluxos comerciais mundiais do produto. O próximo relatório (número 3) pretende explorar de forma mais detalhada as características e o desempenho do segmento brasileiro de couro, complementando a análise contida neste relatório.

2. Breve caracterização da indústria mundial de couro e calçados

Uma das características da indústria de couro e calçados é a relativa simplicidade do processo de produção, marcado por uma tecnologia madura com traços muitas vezes artesanais e pelo uso intensivo de mão-de-obra pouco qualificada. A possibilidade de fragmentação do processo de produção em etapas distintas e discretas contribui para viabilizar seu deslocamento geográfico no nível nacional e internacional. O produto final da indústria de calçados pode apresentar modelos e estilos variados, assim como utilizar diferentes materiais (como couro, tecidos e materiais sintéticos), seguindo as tendências da moda. Os produtos também podem atender a múltiplas finalidades de consumo (social, esportivo, casual ou de segurança) e podem ser destinados a diferentes tipos de consumidores (masculino, feminino ou infantil), resultando em uma ampla possibilidade de segmentação do mercado consumidor.

Cumprir destacar a estrutura heterogênea da indústria de couro e calçados mundial caracterizada pela coexistência de um número significativo de pequenas e médias empresas, que concentram sua atuação em seus respectivos países de origem, com um reduzido número de grandes empresas que atuam de maneira internacionalizada, as quais controlam grande parte da produção e do fornecimento ao mercado mundial. As grandes empresas internacionais têm liderado um processo de reorganização da cadeia de produção, de comercialização e de distribuição no plano global. A possibilidade de fragmentação do processo de produção tem viabilizado o deslocamento geográfico de suas etapas dentro de cada país produtor, mas também no plano internacional, motivado pela busca de novas fontes de suprimentos que apresentem custos mais reduzidos para as grandes empresas, especialmente os custos relacionados com a força de trabalho. Convém enfatizar a relevância dos compradores globais, responsáveis pela distribuição das encomendas entre diferentes produtores localizados em distintos países, que acabam assumindo um papel de coordenação das cadeias produtivas globais.

O crescente deslocamento da produção mundial para países asiáticos, principalmente para a China, tem acompanhado a tendência de reorganização mundial da cadeia de produção, de comercialização e de distribuição de calçados. Nos países asiáticos, os grandes compradores têm encontrado fornecedores de produtos relativamente mais baratos. A China tem apresentado reduzido custo de mão-de-obra e economias de escala, com capacidade de atendimento a elevados lotes de pedidos a custos baixos. Ademais, tem mantido sua moeda nacional desvalorizada com relação ao dólar, estimulando exportações de grande parte da produção local de calçados.

Os principais países produtores de calçados em meados da década atual (2005) foram destacados no primeiro relatório de acompanhamento setorial (Cunha, 2008): China (9 bilhões de pares), Índia (900 milhões), Brasil (762 milhões), Indonésia (580 milhões) e Vietnã (525 milhões), com base em dados da Abicalçados (2007). Mostrou-se que a China passou de uma produção de 6,4 bilhões de pares, em 2000, para 9 bilhões de pares, em 2005. A produção de calçados chineses tem se destinado majoritariamente às exportações (quase 80% do volume produzido), transformando a China na principal exportadora mundial de calçados em termos de volume (7 bilhões de pares em 2005). O Brasil ocupava o terceiro lugar na produção mundial de calçados em meados da década atual, atingindo o patamar de 762 milhões de pares (217 milhões exportados ou 28,5% da produção nacional).

Por fim, a concentração geográfica de empresas dentro dos principais produtores mundiais também pode ser lembrada como importante característica da indústria de calçados. A existência de importantes pólos calçadistas pode ser observada em vários países, com destaque para a China, Itália e Brasil.

O Quadro 1 resume algumas características da indústria mundial de couro e calçados:

Quadro 1 – Características da indústria mundial de couro e calçados

<ul style="list-style-type: none"> • relativa simplicidade do processo de produção e possibilidade de sua fragmentação em etapas distintas e discretas;
<ul style="list-style-type: none"> • heterogeneidade da estrutura industrial: coexistência de um elevado número de pequenas e médias empresas com um grupo reduzido de grandes empresas internacionalizadas;
<ul style="list-style-type: none"> • segmentação do mercado consumidor;
<ul style="list-style-type: none"> • reorganização da cadeia de produção, de comercialização e de distribuição no plano mundial;
<ul style="list-style-type: none"> • deslocamento da produção mundial para países asiáticos, sobretudo para a China;
<ul style="list-style-type: none"> • concentração geográfica da produção dentro dos distintos países: formação e desenvolvimento de pólos calçadistas.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP.

3. Tendências do comércio mundial de calçados

A análise dos dados do comércio mundial de couro e calçados na década atual permite verificar o aumento dos valores negociados em todos os seus segmentos. O valor total negociado se elevou de aproximadamente US\$ 83 bilhões, em 2000, para US\$ 125 bilhões, em 2007¹ (Tabela 1). O segmento de calçados, analisado com mais detalhe neste relatório, tem representado mais da metade do comércio mundial da indústria: aproximadamente US\$ 67 bilhões em 2007 (53,3% do total). A participação do segmento de couro nos valores negociados tem sido relativamente mais reduzida ao longo da década, atingindo US\$ 19,5 bilhões no ano passado (15,6% do total).

¹ Os dados de comércio mundial de couro e calçados se encontram subestimados para o ano 2007 por conta da ausência de informações de alguns países, como Espanha e Vietnã, que não haviam disponibilizado seus dados de comércio do ano passado para a base Comtrade até o fechamento do relatório. Isto certamente subestimou os valores negociados no mundo, principalmente de calçados, e afetou as posições relativas dos principais países exportadores do produto, considerando a histórica participação elevada dos dois países citados nas exportações mundiais de calçados.

**Tabela 1 – Evolução das exportações mundiais de couro e calçados (2000-2007)
(Em US\$ milhões)**

	2000	2002	2004	2006	2007
Couro	15.187,4	16.062,5	19.826,9	21.422,5	19.472,9
Artefatos diversos	23.592,9	24.317,6	31.775,7	37.517,0	38.991,3
Calçados	43.901,9	47.765,5	58.894,0	67.168,2	66.624,3
Total	82.682,2	88.145,6	110.496,6	126.107,7	125.088,5

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados Comtrade.

O comércio mundial de calçados é claramente liderado, em termos de valor, pelos produtos de cabedal de couro, seguidos pelos calçados de cabedal de borracha/plástico e de cabedal têxtil (Tabela 2). No ano passado, somente o valor negociado de calçados com cabedal de couro atingiu US\$ 37,8 bilhões (54,4% do valor das exportações do segmento), puxado pelo elevado preço médio do produto (US\$ 15,8), que chega a ser quase 6 vezes o preço médio do calçado com cabedal de borracha/plástico (US\$ 2,8) e aproximadamente 4 vezes o do produto com cabedal têxtil (US\$ 4,2). Por sua vez, o valor negociado de calçados com cabedal de borracha/plástico alcançou o patamar de US\$ 15 bilhões (ou 21,8% do total do segmento), liderado principalmente por suas quantidades negociadas (que corresponderam a quase metade da quantidade total), considerando o reduzido preço médio atingido por este tipo de calçado no mercado internacional.

Comparando com dados do início da década atual (2002), observa-se uma redução da participação do calçado de couro e uma elevação do peso dos demais produtos (cabedal de borracha/plástico e têxtil) no comércio mundial, em termos tanto de valor quanto de quantidade. Os injetados continuaram com uma participação muito reduzida ao longo do período analisado. Entretanto, ainda se mantém a tendência de predomínio dos calçados de couro em termos de valor e dos calçados de borracha/plástico em termos de quantidade.

**Tabela 2 – Preço médio e participação relativa dos tipos de calçados
no valor e na quantidade das exportações mundiais (2002 e 2007)**

Tipos de calçados ⁽¹⁾	2002			2007		
	Preço Médio (US\$)	valor (%)	quantidade (%)	Preço Médio (US\$)	valor (%)	quantidade (%)
Cabedal de couro	13,3	57,9	27,2	15,8	54,4	21,2
Cabedal de borracha/plástico	2,8	19,3	42,5	2,8	21,8	48,5
Cabedal têxtil	3,8	9,0	14,7	4,2	10,4	15,3
Injetados	4,1	0,9	1,4	6,1	1,1	1,2
Outros	2,7	3,1	7,2	3,3	4,3	8,1

(1) Os dados totais utilizados como base para o cálculo percentual incluem partes de calçados.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da SECEX.

Uma importante tendência do comércio mundial de calçados consiste na concentração da exportação a partir de um número reduzido de países. Os 8 maiores exportadores mundiais de calçados foram responsáveis por 76,5% dos valores negociados em 2007 (Tabela 3). A concentração ocorre especialmente a partir dos países asiáticos, que têm intensificado a concorrência no mercado internacional e estreitado o espaço de atuação de tradicionais produtores e exportadores. Em 2007, os 3 principais países exportadores de calçados (em termos de valor exportado) foram: China (37,9%); Itália (15,7%) e Hong Kong (8,9%). Observa-se uma significativa elevação da participação da China, que passou a superar seus principais concorrentes nos mercados externos. A

importante participação de Hong Kong provavelmente se deve à re-exportação de produtos importados de outros países, sobretudo da China. Isto mostra seu papel de intermediação das exportações chinesas de calçados, reforçando a relevância da China no comércio mundial do produto.

**Tabela 3 – Principais países exportadores de calçados
(2004, 2006 e 2007)**

Ranking ⁽¹⁾	2004		2006		2007	
	(US\$ milhões)	(%)	(US\$ milhões)	(%)	(US\$ milhões)	(%)
1. China	15.202,6	25,8	21.813,4	32,5	25.305,6	37,9
2. Itália	9.095,0	15,4	9.519,9	14,2	10.509,4	15,7
3. Hong Kong	5.698,3	9,7	6.024,2	9,0	5.962,4	8,9
4. Bélgica	1.941,2	3,3	2.974,3	4,4	3.396,2	5,3
5. Alemanha	2.249,0	3,8	2.856,4	4,2	3.271,4	4,9
6. Brasil	1.903,8	3,2	1.966,6	2,9	2.037,6	3,1
7. França	1.475,7	2,5	1.677,7	2,5	1.984,0	3,0
8. Romênia	1.512,5	2,6	1.703,2	2,5	1.782,5	2,6
Total (8 maiores)	39.078,1	66,4	48.535,7	72,3	54.249,1	76,5
Vietnã ⁽²⁾	2.725,8	4,6	3.654,7	5,4	nd	nd
Espanha ⁽²⁾	2.321,8	3,9	2.309,0	3,4	nd	nd
Total	58.894,0	100,0	67.168,2	100,0	66.624,3	100,0

(1) Ranking de 2007.

(2) Os dados da Espanha e do Vietnã não estão disponíveis para o ano 2007, o que certamente subestimou os valores negociados de calçados e afetou as posições relativas dos principais países exportadores.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados Comtrade.

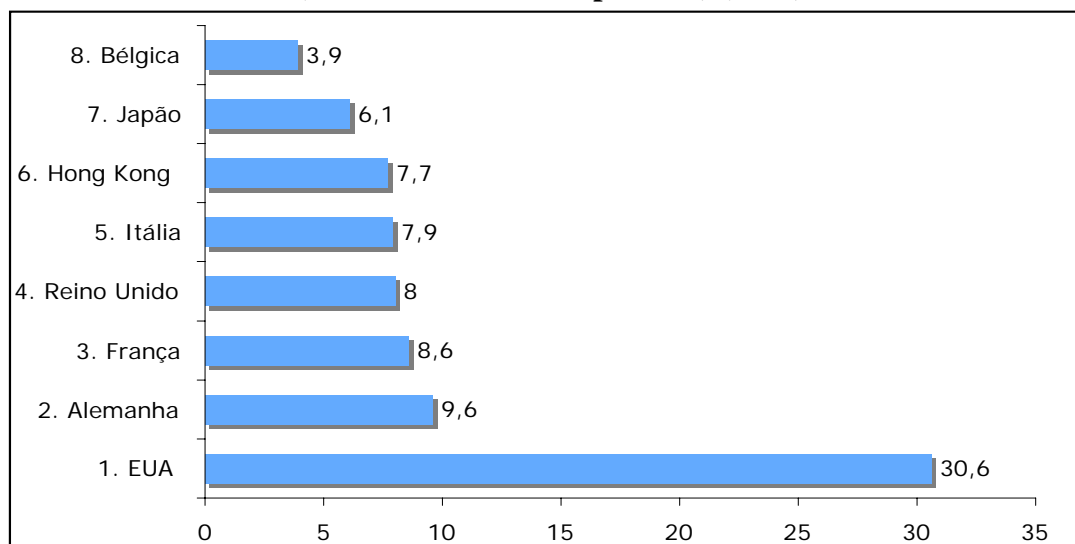
O Brasil se destaca no comércio mundial de calçados. O país ocupou o sexto lugar no ranking dos principais exportadores em 2007, praticamente mantendo a participação atingida em 2004: cerca de 3% (Tabela 3). Cumpre ressaltar, todavia, que a ausência de dados de exportação e importação do Vietnã e da Espanha na base utilizada para o ano 2007 deixa de fora importantes exportadores de calçados, que ocupavam, respectivamente, a quarta (5,4%) e a sétima (3,4%) posição em 2006. Isto pode ter beneficiado o Brasil no ranking dos maiores exportadores mundiais que está sendo analisado neste relatório (2007). De qualquer forma, a posição real do Brasil não ficaria muito distante da colocação dos dois países citados, se fossem considerados seus dados de comércio de calçados.

Cunha (2008) havia apontado em relatório anterior a queda de participação do Brasil no comércio mundial de calçados, considerando a informação do início da década atual: 3,7% em 2000. Neste contexto, vale lembrar que o Brasil tem aumentado sua relevância no comércio mundial da matéria-prima (ponto a ser discutido no próximo relatório de acompanhamento setorial), mas tem perdido participação nos valores negociados de calçados de couro. De forma contrária, a China tem reduzido sua participação em couro, incrementando de forma consistente sua importância no comércio mundial de calçados.

Outra tendência do comércio mundial de calçados é a manutenção da liderança dos EUA no grupo dos principais países importadores (US\$ 20,4 bilhões em 2007), mostrando a importância do mercado norte-americano como espaço de concorrência para os principais produtores e exportadores internacionais. Em 2007, os 5 principais países importadores de calçados (em termos de valor importado) foram: EUA (30,6%); Alemanha (9,6%); França (8,6%); Reino Unido (8,0%) e Itália (7,9%) (Gráfico 1). Observa-se que os países europeus, além de importantes exportadores, também lideraram as importações mundiais de calçados. Todavia, a participação do conjunto dos 4 principais países importadores europeus foi somente ligeiramente

superior à participação individual dos Estados Unidos, confirmando a relevância da demanda norte-americana para o comércio mundial de calçados. Alguns países asiáticos também têm se destacado nas importações de calçados, como Hong Kong (7,7%), que possivelmente atua como intermediário do comércio de produtos de origem chinesa, e Japão (6,1%).

Gráfico 1 – Participação dos principais países importadores de calçados (em % sobre valor importado) (2007)



Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados Comtrade.

O Quadro 2 resume algumas tendências do comércio mundial de calçados observadas na década atual:

Quadro 2 – Tendências do comércio mundial de calçados

<ul style="list-style-type: none"> • elevação dos valores negociados em todos os segmentos da indústria: couro, calçados e artefatos de couro;
<ul style="list-style-type: none"> • liderança do segmento de calçados, principalmente dos produtos de cabedal de couro, apesar do maior crescimento relativo dos calçados de cabedal de plástico/borracha e têxtil;
<ul style="list-style-type: none"> • concentração das exportações mundiais de calçados a partir de um grupo reduzido de países: predomínio dos países asiáticos, mas com forte presença da Itália e do Brasil;
<ul style="list-style-type: none"> • concentração das importações mundiais de calçados nos EUA;
<ul style="list-style-type: none"> • destaque da China e do Brasil no comércio mundial de calçados: aumento de participação da China e redução da participação do Brasil ao longo da década atual.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP.

4. Desempenho da indústria brasileira de couro e calçados

4.1. Estrutura e concentração

A indústria brasileira de couro e calçados mantém uma estrutura heterogênea, com predominância quantitativa de pequenas e médias empresas, mas concentração do emprego e da produção nas mãos de um número reduzido de grandes empresas, reproduzindo internamente uma característica observada no plano internacional.

Dados do Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS)² do Ministério do Trabalho e do Emprego (MTE) apontavam a existência de aproximadamente 13 mil estabelecimentos na indústria brasileira de couro e calçados em 2006. Somente no segmento de calçados havia cerca de 8,8 mil empresas, concentrando em torno de 67,5% do número de estabelecimentos da indústria. O segmento de artefatos de couro incluía quase 2,8 mil empresas (21,4% do total). Os segmentos de couro e de partes de calçados continham um número relativamente reduzido de empresas, respectivamente, 815 e 625 estabelecimentos. A predominância de pequenas e médias empresas pode ser facilmente observada: no segmento de calçados, o número de estabelecimentos com até 9 funcionários representava 64,7% do total em 2006. Por volta de 60% das empresas fabricantes de partes de calçados também empregavam até 9 funcionários. Por sua vez, no segmento de couro, o número de empresas nesta faixa de emprego representava 50,2% do total no mesmo ano. No segmento de artefatos de couro, este número sobe para um patamar ainda mais elevado: 72,6% (RAIS/MTE).

Contudo, existem grandes empresas que concentram o emprego e a produção, e que têm liderado, por um lado, um movimento recente de aquisição de outros fabricantes no plano nacional e, por outro lado, a formação de parcerias com grandes empresas estrangeiras. Os dados do Cadastro Central de Empresas (CCE/IBGE, 2005), disponíveis para os respectivos segmentos da indústria analisada, mostram que as doze maiores empresas do segmento de couro responderam por 34,2% do pessoal ocupado em 2005, enquanto as doze maiores do segmento de calçados incluíram 25,2% do pessoal ocupado, e as do segmento de artefatos de couro, 10,1%. Por sua vez, a lista das principais empresas da indústria calçadista por receita líquida anual (Valor 1000, agosto de 2008) revela a concentração em um número reduzido de produtores, com liderança da Alpargatas (R\$ 1.258,4 milhões), seguida pela Grendene (R\$ 1.186,2 milhões), Azaléia Nordeste (R\$ 607,3 milhões) e Vulcabrás Nordeste (R\$ 418,2 milhões). O processo de aquisição recente da Azaléia pela Vulcabrás (2007) certamente aumenta a concentração da produção e do mercado de calçados, colocando as 3 principais empresas do setor no mesmo patamar de mais de R\$ 1 bilhão de faturamento anual.

Deve-se lembrar também a concentração geográfica de empresas brasileiras em algumas regiões/estados, onde constituem importantes pólos calçadistas, seguindo uma característica apontada anteriormente para a indústria mundial de couro e calçados. No Brasil, alguns estados concentram um número maior de produtores de calçados, assim como o emprego na indústria calçadista (Tabela 4). Um número maior de empresas se encontra nos estados do sul e do sudeste do país, onde se localizam os produtores de calçados de couro, que fornecem grande parte da produção

² O RAIS/MTE inclui todas as empresas que se auto-declararam em determinado setor.

para o mercado externo. Um número menor de empresas se encontra nos estados do nordeste para onde se deslocaram plantas de grandes produtores brasileiros de calçados, basicamente motivados pela necessidade de redução de custos de produção. Nessas regiões encontram-se planta das empresas de maior porte médio (em termos de pessoal ocupado), grandes empregadoras de mão-de-obra, dedicadas à produção, em grande escala e com maior grau de automação, de calçados de plástico injetado e de cabedal de borracha/plástico, que têm privilegiado o fornecimento ao mercado interno, apesar de estarem crescentemente desenvolvendo sua inserção exportadora.

Tabela 4 – Principais estados brasileiros produtores de calçados (por número de empresas e de empregados) (2006)

Estados ⁽¹⁾	Número de empresas	Número de empregados	Porte médio (empregados/empresa)
Rio Grande do Sul	2.717	116.524	42,89
São Paulo	2.377	51.681	21,74
Minas Gerais	1.324	24.011	18,14
Santa Catarina	285	5.844	20,51
Ceará	237	48.309	203,84
Goiás	166	1.531	9,22
Paraná	139	1.796	12,92
Paraíba	101	11.692	115,76
Bahia	91	24.282	266,84

(1) Ranking baseado no número de empresas.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da Abicalçados (2008).

Desta forma, confirmam-se o elevado número de empresas atuantes na indústria de couro e calçados; a predominância quantitativa de pequenas e médias empresas em termos de pessoal ocupado em todos os seus segmentos, principalmente nos de calçados e de artefatos de couro; além da concentração do emprego e da produção em um grupo reduzido de empresas líderes. Ademais, destaca-se a concentração geográfica de empresas e do emprego no setor calçadista em alguns estados da federação, principalmente do sul, sudeste e nordeste. Nos estados do sul e sudeste, encontram-se as empresas produtoras de calçados de couro, de menor porte médio, que fornecem para o mercado externo. Nos estados do nordeste, localizam-se as plantas de empresas de maior porte médio, que produzem em maior escala e com equipamentos mais modernos e maior grau de automação, privilegiando o atendimento ao mercado interno.

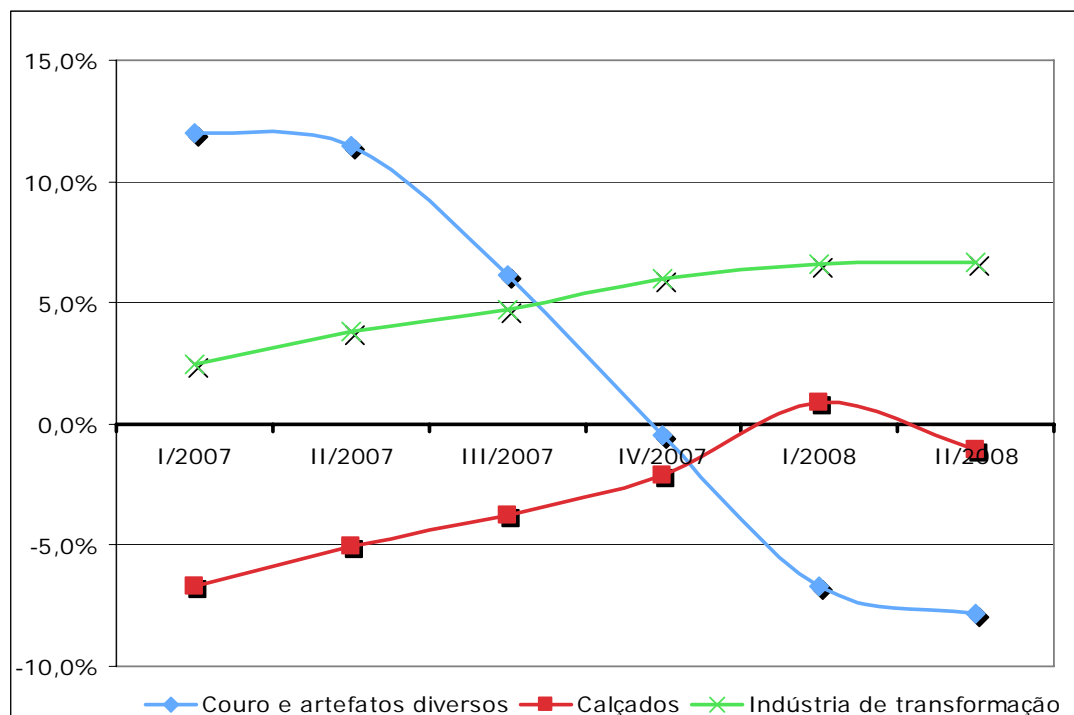
4.2. Produção

A produção de calçados e artigos de couro apresentou desempenho negativo em 2007 (-2,2%), o que pode ser observado com base nos dados da Pesquisa Industrial Mensal-Produção Física (PIM-PF/IBGE) organizados por atividade industrial. Este desempenho havia sido apontado por Cunha (2008) no primeiro relatório de acompanhamento setorial de couro e calçados, que ainda destacou o significativo contraste com a evolução positiva da produção física da indústria de transformação no mesmo período (6,0%).

Detalhando os dados da PIM-PF/IBGE por subsetores industriais, percebe-se que o desempenho da produção do subsetor de couro e de artefatos (excluindo calçados), que corresponde a 16% dos produtos do setor considerados pela pesquisa, foi positivo, apesar de cadente, nos três primeiros trimestres de 2007, considerando a taxa acumulada no ano terminado em cada trimestre citado (Gráfico 2). As elevadas quantidades exportadas de couro no período provavelmente contribuíram para tal desempenho da produção doméstica. No entanto, houve uma clara reversão do comportamento da produção física no último trimestre, quando se observou também

uma queda na quantidade exportada de couro, que se refletiu na variação negativa da produção acumulada no ano passado. O ano de 2007 acabou fechando com uma pequena redução na produção de couro e artefatos (-0,5%). Por sua vez, o comportamento negativo da produção do subsetor de calçados, que representam grande parte dos produtos pesquisados (84%), foi gradativamente amenizado ao longo de 2007, que ainda fechou com desempenho negativo de sua produção física (-2,1%).

**Gráfico 2 – Indústria de Transformação e Indústria de Couro e Calçados:
variação da produção física
(taxa acumulada nos últimos quatro trimestres – I/2007 a II/2008)**



Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da PIM-PF/ IBGE.

A indústria brasileira de couro e calçados constituiu-se, portanto, em exceção à generalização do crescimento industrial verificado no ano passado. Cunha (2008) havia destacado que o desempenho da produção física, dada sua dependência da demanda externa³, pode ter refletido a perda de mercado externo e a redução da quantidade de produtos exportados, resultante, por um lado, da crescente concorrência, especialmente asiática, nos mercados consumidores mundiais, e por outro lado, da sobrevalorização cambial, uma dificuldade existente para se atingir uma maior inserção comercial externa.

A perda de mercado externo tem incentivado um redirecionamento das vendas para o mercado interno por parte de algumas empresas brasileiras, principalmente aquelas de pequeno e médio porte, que não tem conseguido enfrentar a intensa concorrência externa. As empresas fabricantes de calçados de couro, de menor porte médio,

³ A participação percentual das exportações brasileiras de couro e calçados na produção física interna passou de 48,3% no 1º sem. de 2007 para 42,5% no 1º. sem de 2008, como divulgado pelo Valor Econômico (19-21/09/2008) com base em dados da FUNCEX. Por sua vez, dados específicos do segmento de calçados, divulgados pela Abicalçados (2007), mostravam que aproximadamente um quarto da produção física brasileira de calçados destinava-se às exportações na média anual observada no triênio 2004-2006.

localizadas nos estados do sul e sudeste do país, que destinam sua produção ao mercado externo, têm sofrido de forma mais intensa com o aprofundamento da concorrência externa e amargaram perdas com a sobrevalorização cambial. O aquecimento da demanda interna no ano passado, apesar de ter provavelmente contribuído para, por exemplo, amenizar a queda da produção de calçados, não conseguiu compensar a perda de mercado externo, mesmo porque foi acompanhada de uma elevação das importações – mais expressiva em termos de quantidade importada – em detrimento da produção interna⁴. Por sua vez, as grandes empresas calçadistas brasileiras, com muitas plantas localizadas no nordeste, têm mantido seu foco no mercado interno e provavelmente tem conseguido manter sua rentabilidade, apesar de estarem desenvolvendo uma crescente atenção com a inserção externa.

Os dados mais recentes de produção física da atividade de calçados e artigos de couro mostram uma queda (-2,0%) no acumulado dos 4 trimestres terminados em junho de 2008, repetindo o comportamento negativo observado no acumulado do ano passado e novamente contrastando com o comportamento positivo da produção da indústria de transformação no ano terminado em junho de 2008 (6,7%). Este comportamento negativo foi certamente puxado pela significativa redução da produção de calçados e de artigos de couro no acumulado do primeiro semestre do ano corrente (-3,7%). O comportamento descendente observado na comparação do segundo trimestre deste ano com o mesmo período do ano passado (-7,3%) contribuiu grandemente para o resultado citado.

Desagregando o comportamento da produção dos distintos subsetores (PIM-PF), observa-se uma queda acentuada no acumulado dos 4 trimestres terminados em junho do ano corrente para o subsetor de couro e artefatos (-7,8%) e uma redução mais tímida para o subsetor de calçados (-1,1%) (Gráfico 1). A persistente queda da quantidade exportada de couro desde o último trimestre do ano passado certamente contribuiu para o resultado negativo de sua produção. No caso do subsetor de calçados, a recuperação das quantidades exportadas no último trimestre de 2007 e no primeiro trimestre de 2008 parece ter contribuído para amenizar a queda da produção doméstica – ou mesmo incentivar seu pequeno aumento observado no início do ano. Contudo, a deterioração das exportações de calçados no segundo trimestre do ano corrente acabou afetando negativamente o desempenho da produção doméstica. Convém destacar que a evolução da renda e da demanda interna, que pode ter contribuído para suavizar a redução da produção de calçados no ano passado e viabilizar sua ligeira recuperação no primeiro trimestre do ano corrente, certamente não conseguiu substituir, no segundo trimestre de 2008, o estímulo geralmente dado pelo mercado externo à produção brasileira de calçados. Ao contrário, a tímida recuperação da produção no primeiro trimestre parece ter sido abortada no segundo trimestre de 2008.

Portanto, a manutenção do comportamento negativo da produção de couro e calçados parece depender, de forma mais direta, da evolução futura do comércio externo, principalmente do comércio de calçados de couro, principal produto de exportação brasileiro dentro do setor. Conclui-se que as grandes dificuldades a serem enfrentadas são a redução do movimento de perda de mercados externos e a canalização do

⁴ A participação percentual das importações brasileiras de couro e calçados no consumo aparente doméstico subiu de 9,8% no 1º sem. de 2007 para 12,0% no 1º sem. de 2008, segundo dados da FUNCEX citados em Valor Econômico (19-21/09/2008). No caso específico de calçados, dados da Abicalçados (2007) mostravam um peso menos significativo das importações no consumo aparente doméstico no ano de 2006: cerca de 3% em termos de volume.

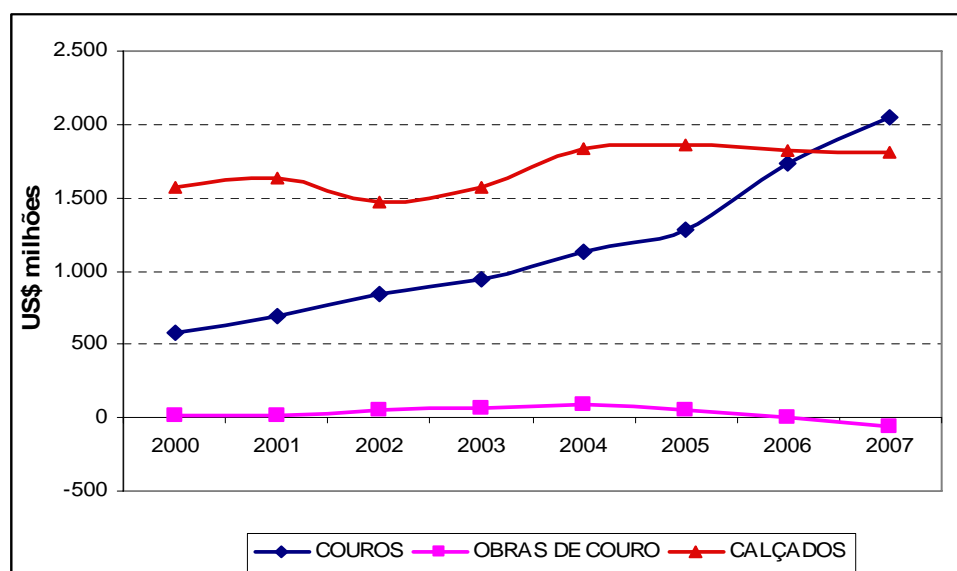
estímulo da demanda interna para a produção doméstica, evitando a intensificação de seu transbordamento para as importações.

4.3. Comércio externo

A indústria brasileira de couro e calçados têm apresentado persistentes superávits comerciais na década atual⁵ (Gráfico 3).

Em 2007, o Brasil exportou cerca de US\$ 2.192 milhões em couro e US\$ 2.037 milhões em calçados. As importações alcançaram apenas US\$151 milhões em couro e US\$ 222 milhões em calçados. Isto produziu um superávit comercial, respectivamente, de US\$ 2.041 milhões e US\$ 1.815 milhões. Pela primeira vez na década atual, o superávit comercial de calçados foi ultrapassado pelo superávit comercial de couro (2007). Isto confirma a crescente importância do país como produtor e exportador da matéria-prima básica do setor analisado, como ressaltado na análise do comércio mundial de couro e calçados.

Gráfico 3 – Evolução do saldo comercial por segmentos da indústria de couro e calçados (2000-2007)



Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da SECEX.

O segmento de calçados tem apresentado uma estabilização de seu saldo comercial positivo (desde 2004), especialmente influenciada por uma aceleração do crescimento dos valores das importações (mesmo considerando que o patamar das importações é historicamente muito inferior ao das exportações brasileiras de calçados). Por sua vez, o segmento de couro tem elevado anualmente seu superávit comercial no período 2000-2007, puxado tanto pelo grande aumento do valor das exportações (16,4% ao ano) quanto pela diminuição do valor das importações (-2,4% ao ano). A exceção se encontra no segmento de artefatos de couro, com pequeno peso no saldo comercial final do setor, mas que apresentou um resultado negativo de US\$ 56 bilhões no ano passado, liderado pela significativa elevação das importações, revertendo o comportamento superavitário dos anos anteriores. De qualquer forma, a indústria

⁵ Foram considerados os produtos NCM 41 (4104 a 4107 e 4112 a 4115), NCM 42 (4201 a 4206) e NCM 64 (6401 a 6406).

brasileira de couro e calçados conseguiu contribuir de forma positiva para o superávit comercial do país no período analisado, apesar da aceleração das importações de calçados.

A análise dos dados mais recentes de comércio externo permite destacar a manutenção de saldos comerciais positivos nos segmentos de couro e de calçados e de resultados negativos no segmento de artefatos de couro (Tabela 5). A comparação do primeiro semestre de 2008 com o mesmo período do ano passado mostra, contudo, uma queda dos superávits comerciais de couro e calçados, respectivamente de 5,2% e 3,7%, afetando particularmente o segmento de couro que havia apresentado aumentos sucessivos de seu resultado comercial positivo ao longo de toda a década atual. O segmento de artefatos de couro presenciou o aprofundamento de seu saldo negativo na primeira metade do ano corrente. O comportamento dos valores importados tem sido o principal responsável pelos resultados comerciais observados. Na comparação do primeiro semestre de 2008 com o primeiro semestre de 2007, houve aumento de 54,1% das importações de calçados, de 51,3% de artefatos e de 13,9% de couro (em valor). No caso de couro e de artefatos, o comportamento dos valores exportados acentuou os resultados finais: queda do superávit comercial em couro e aumento do déficit comercial em artefatos. Somente no segmento de calçados observa-se uma ligeira elevação dos valores exportadores no período (2,2%).

Tabela 5 – Brasil: comércio externo dos segmentos de couro e de calçados (I sem./2007 a I sem./2008) (Em US\$ milhões)

	I sem. 2007 (US\$ milhões)	II sem. 2007 (US\$ milhões)	I sem. 2008 (US\$ milhões)	Variação (%) I sem.08/ I sem.07
Exportação				
Couro	1.119,0	1.073,3	1.074,3	(4,0)
Calçados	996,9	1.040,0	1.018,4	2,2
Artefatos de couro	59,5	62,5	57,6	(3,2)
Total	2.175,4	2.175,8	2.150,3	(1,2)
Importação				
Couro	71,4	79,3	81,3	13,9
Calçados	101,1	121,2	155,7	54,1
Artefatos de couro	66,7	111,2	101,0	51,3
Total	239,2	311,7	338,0	41,3
Saldo comercial				
Couro	1.047,6	994,0	992,9	(5,2)
Calçados	895,9	918,8	862,7	(3,7)
Artefatos de couro	(7,3)	(48,7)	(43,4)	-
Total	1.936,2	1.864,0	1.812,2	(6,4)

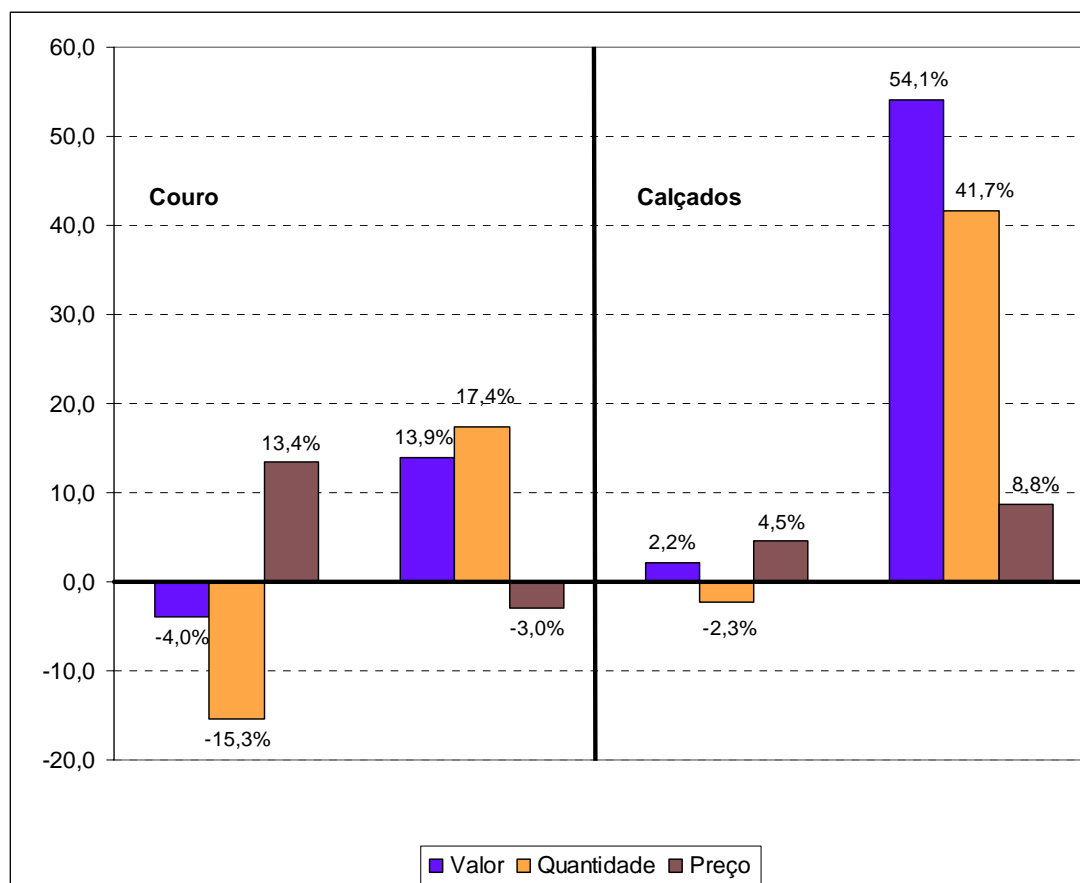
Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da SECEX.

Detalhando o comportamento dos valores importados e exportados no primeiro semestre do ano corrente pelos segmentos de couro e de calçados, com base na variação de preços e de quantidades, pode-se perceber alguns fatores relevantes (Gráfico 4). Pelo lado dos valores importados, os aumentos das importações de couro e de calçados decorreram claramente do incremento das quantidades importadas, respectivamente 17,4% e 41,7%, com participação menor da elevação de preços (8,8%) no caso de calçados e com queda de preços no caso de couro (-3,0%). No que se refere aos valores exportados, verificou-se um pequeno aumento das exportações de calçados (2,2%) puxado pela elevação de preços dos produtos exportados (4,5%), considerando a redução na quantidade exportada de calçados (-2,3%). O mesmo movimento pode ser observado, de forma mais intensa, para couro: aumento de preço

das exportações (13,4%) e queda da quantidade exportada (-15,3%). A diferença está no resultado: redução do valor exportado de couro (-4,0%).

Desta forma, conclui-se que as exportações de calçados e de couro seguiram a tendência apontada no Boletim de Conjuntura Industrial de setembro de 2008 (ABDI/NEIT/IE/UNICAMP) para a categoria de bens de consumo não-duráveis no primeiro semestre do ano corrente: sustentação das exportações no aumento dos preços em cenário de diminuição das quantidades exportadas. No caso do couro, os preços não conseguiram compensar a queda da quantidade exportada.

Gráfico 4 – Brasil: variação do valor, preço e quantum das exportações e importações de couro e calçados (1º sem. de 2008/1º sem. de 2007)



Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da SECEX.

O movimento fortemente ascendente das importações brasileiras de calçados, especialmente alavancado pela significativa elevação das quantidades importadas, contribuiu decisivamente para a redução recente do superávit comercial do segmento de calçados (1º sem. de 2008). Mesmo o aumento das exportações, puxado pelo comportamento ascendente dos preços dos produtos brasileiros, não conseguiu compensar o impulso das importações na primeira metade do ano. Observando a redução da produção física doméstica de calçados no mesmo período, confirma-se um cenário de crescentes dificuldades para o segmento brasileiro de calçados no ano corrente, marcado pela acentuação da perda de mercado externo e interno.

Detalhando as exportações brasileiras de calçados por tipo de produto, observa-se a manutenção do predomínio dos calçados de cabedal de couro (em termos de valor), que atingem preços médios superiores no mercado internacional. Os produtos de

cabedal de couro são seguidos pelos calçados de cabedal de borracha ou plástico, comprovando a tendência já apontada para o comércio mundial de calçados.

No primeiro semestre de 2008, as exportações brasileiras de calçados com cabedal de couro atingiram US\$ 662 milhões (65% do valor total exportado), puxado pelo elevado preço médio do produto (US\$ 21,47) (Tabela 6). O valor exportado de calçados com cabedal de borracha/plástico alcançou o patamar inferior de US\$ 221,7 milhões (ou 21,8% do valor das exportações do segmento), liderado basicamente por suas quantidades exportadas (56,3% da quantidade total), levando em conta o reduzido preço médio de exportação (US\$ 4,27) deste tipo de calçado. Os calçados de cabedal têxtil atingem preços médios mais elevados (US\$ 11), mas representam relativamente pouco na pauta de exportação brasileira de calçados, apenas 5,3% em valor e 5,4% em quantidade.

Entretanto, a comparação com dados do início da década atual (2000) mostra um processo de redução da participação dos calçados de cabedal de couro em termos de valor e de quantidade exportada (de 82,7% em 2000 para 65,0% no 1º. sem. de 2008, em termos de valor) e uma elevação dos produtos de cabedal de borracha ou plástico também em termos de valor e de quantidade exportada (de 8,1% em 2000 para 21,8% no 1º. sem. de 2008, em termos de valor) (Tabela 6). Isto indica que, apesar da manutenção do predomínio dos produtos de cabedal de couro nas exportações brasileiras, existe um processo de substituição das exportações dos calçados de couro, que apresentam preços médios crescentes, por outros tipos de calçados, que atingem preços médios inferiores no mercado externo.

Tabela 6 – Brasil: evolução do preço médio e da participação percentual dos tipos de calçados no valor e na quantidade exportada (2002 e I sem. de 2008)

Tipos de calçados ⁽¹⁾	2002			I sem. 2008		
	Preço Médio (US\$)	valor (%)	quantidade (%)	Preço Médio (US\$)	valor (%)	quantidade (%)
Cabedal de couro	10,8	83,5	69,4	21,5	65,0	33,4
Cabedal de borracha/plástico	3,8	8,4	19,8	4,3	21,8	56,3
Cabedal têxtil	6,8	2,5	3,3	11,0	5,3	5,4
Injetados	1,2	0,5	3,9	5,0	0,7	1,5
Outros	8,4	0,6	0,7	14,2	0,6	0,5

(1) Os dados totais utilizados como base para o cálculo percentual incluem partes de calçados.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da SECEX.

Analisando a evolução da participação das exportações brasileiras nas exportações mundiais (por tipo de calçados) ao longo da década atual, observa-se que a redução da participação dos calçados de cabedal de couro nas exportações brasileiras também foi acompanhada de perda de participação do Brasil nas exportações mundiais deste tipo de calçado: de 5% em 2002 para 3,7% em 2007, em termos de valor, e de 6,2% em 2002 para 3,1% em 2007, em termos de quantidade (Tabela 7). Por sua vez, o aumento da participação do cabedal de borracha/plástico nas exportações brasileiras de calçados foi acompanhado de um pequeno ganho de participação nas exportações mundiais: de 1,5% em 2002 para 2,4% em 2007, em termos de valor. O mesmo pode ser observado para o cabedal têxtil. No caso dos injetados, houve ligeira perda de participação brasileira sobre o valor e grande perda sobre as quantidades totais exportadas no âmbito mundial.

Tabela 7 – Participação percentual das exportações brasileiras por tipos de calçados no valor e na quantidade das exportações mundiais (2002 e 2007)

Tipos de calçados ⁽¹⁾	2002		2007	
	valor (%)	quantidade (%)	valor (%)	quantidade (%)
Cabedal de couro	5,0	6,2	3,7	3,1
Cabedal de borracha/plástico	1,5	1,1	2,4	1,6
Cabedal têxtil	1,0	0,5	1,7	0,7
Injetados	1,9	6,7	1,2	1,7
Outros	0,7	0,2	0,5	0,1

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados Contrade.

A manutenção da predominância das exportações de calçados de couro pode ser observada na participação dos principais estados produtores nas exportações brasileiras de calçados (Tabela 8). O estado do Rio Grande do Sul, que concentra produtores de calçados de couro, majoritariamente voltados à exportação de produtos com preços médios mais elevados, foi responsável por grande parte do valor (63,6%) e da quantidade (70 milhões de pares de calçados) das exportações brasileiras de calçados no ano passado. O Ceará, que concentra grandes empresas fabricantes de produtos injetados e de cabedal de borracha/plástico, que atuam com escala e mais automatizadas, como destacado anteriormente, ocupou o segundo lugar no valor (15,7%) e na quantidade das exportações brasileiras (52 milhões de pares). Alguns estados nordestinos se destacam nas quantidades exportadas a preços médios inferiores, apesar de não terem uma participação tão grande em valor exportado. Isto indica que grandes fabricantes com plantas localizadas no nordeste estão conseguindo aproveitar a escala de produção voltada para o mercado interno para ganhar eficiência e, ao mesmo tempo, ganhar espaço no mercado externo. Embora o valor médio seja menor do que os calçados de couro, o que chama atenção é o aumento da importância desses produtos, seja na pauta mundial, seja na pauta brasileira.

Tabela 8 – Exportação brasileira de calçados por principais estados produtores (2007)

Estados	US\$ milhões	% sobre valor	Pares (milhões)	Preço Médio (US\$)
Rio Grande do Sul	1.215	63,6	70	17,4
Ceará	300	15,7	52	5,8
São Paulo	202	10,6	16	12,6
Bahia	80	4,2	7	12,1
Paraíba	53	2,8	20	2,6
Minas Gerais	17	0,9	2	9,3

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da Abicalçados (2008).

No que se refere ao destino das exportações brasileiras de calçados, observa-se que, no primeiro semestre de 2008, manteve-se a concentração para um grupo reduzido de mercados consumidores: EUA (25,5%), Reino Unido (11,8%), Argentina (8,7%), Itália (8,2%) e Alemanha (4,3%) (Tabela 9). Os países citados mantiveram suas posições relativas atingidas no ano passado. Os EUA seguem como o principal mercado para os calçados brasileiros, mas com participação decrescente. A diferença fundamental para a lista de principais destinos do início da década atual está exatamente na grande redução da participação norte-americana, que havia atingido 66,8% em 2000, caindo para 25,5% no primeiro semestre de 2008. Isto certamente significa, por um lado, uma desconcentração das exportações de calçados brasileiros, principalmente na direção de países europeus, mas, por outro lado, mostra a significativa perda do principal mercado consumidor brasileiro: o norte-americano

(como será detalhado adiante). A intensa concorrência externa e o esforço de redirecionamento das vendas externas realizado por algumas fabricantes brasileiras ajudam a explicar o movimento analisado. A presença dos países europeus no grupo dos principais destinos das exportações brasileiras de calçados revela que mercados considerados mais sofisticados e exigentes têm sido atingidos por produtos brasileiros. Sem esquecer a importante participação da Argentina, no âmbito do Mercosul. Desta forma, existe um processo de diversificação recente do destino das exportações de calçados brasileiros, apesar da ainda elevada, embora decrescente, concentração para os Estados Unidos.

Tabela 9 – Principais países de destino das exportações brasileiras de calçados (2000, 2007 e 1º sem. 2008)

Principais Destinos ⁽¹⁾	2000		2007		1º sem 2008	
	(US\$ milhões)	Participação (%)	(US\$ milhões)	Participação (%)	(US\$ milhões)	Participação (%)
1. EUA	1.080,7	66,8	719,3	35,3	259,9	25,5
2. Reino Unido	110,8	6,9	230,0	11,3	120,4	11,8
3. Argentina	129,2	8,0	173,7	8,5	88,1	8,7
4. Itália	6,3	0,4	94,4	4,6	83,0	8,2
5. Alemanha	34,8	2,2	91,9	4,5	43,7	4,3
Total (5 maiores)	1.361,8	84,2	1.309,3	64,3	595,1	58,4
Total	1.617,20	100,0	2.036,90	100,0	1.018,40	100,0

(1) Ranking do 1º. sem. de 2008.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da SECEX.

Um movimento preocupante pode ser observado ao longo da década atual: a perda gradativa de importantes mercados consumidores do calçado brasileiro, sobretudo para a China (Tabela 10). No período 2000-2007, houve queda de participação brasileira nos valores importados de calçados por seu principal mercado consumidor (Estados Unidos): de 8,1%, em 2000, para 5,3%, em 2007, enquanto a China ocupava grande parte do mercado importador norte-americano, passando de 36,3%, em 2000, para 60,3%, em 2007. A comparação do comportamento dos preços médios dos calçados de cabedal de couro brasileiros e chineses importados pelo mercado norte-americano contribui para a compreensão do movimento ora analisado (Tabela 11). Enquanto o preço médio dos calçados de couro brasileiros exportados para os Estados Unidos aumentou de US\$ 11,4, em 2000, para US\$ 17,8, em 2007, os preços médios dos calçados de couro chineses exportados para o mesmo mercado não somente se mantiveram em patamares bastante inferiores como também se elevaram relativamente menos, de US\$ 5,4, em 2000, para US\$ 7,1, em 2007. Esta diferença de preços certamente está relacionada aos reduzidos custos de produção atingidos pelos fabricantes chineses de calçados. Desta forma, o Brasil tem claramente perdido espaço para a China no maior mercado importador de calçados do mundo: os EUA.

Tabela 10 – Brasil e China: evolução da participação nos principais mercados consumidores de calçados brasileiros (% sobre o valor importado) (2000, 2004 e 2007)

Principais destinos ⁽¹⁾	2000		2004		2007	
	Brasil	China	Brasil	China	Brasil	China
1. EUA	8,1	36,3	8,0	45,6	5,3	60,3
2. Reino Unido	4,1	6,1	3,8	9,0	7,0	20,3
3. Argentina	70,8	6,8	77,6	11,2	69,1	23,9
4. Itália	0,3	5,2	0,6	6,1	2,7	9,5
5. Alemanha	0,9	4,6	1,1	5,1	1,8	14,5

(1) Principais destinos das exportações brasileiras de calçados em 2007.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados Comtrade.

Tabela 11 – Brasil e China: evolução dos preços médios de exportação de calçados de couro por principais destinos brasileiros (Em US\$) (2000, 2004, 2006 e 2007)

Principais destinos ⁽¹⁾	2000		2004		2006		2007	
	Brasil	China	Brasil	China	Brasil	China	Brasil	China
1. EUA	11,4	5,4	11,5	5,6	15,8	6,3	17,8	7,1
2. Reino Unido	15,0	6,0	15,9	6,5	18,7	7,0	20,7	7,8
3. Argentina	10,0	8,6	11,0	8,5	14,9	9,4	16,1	9,5
4. Itália	16,3	5,7	14,9	6,7	19,9	8,5	22,1	10,4
5. Alemanha	11,2	5,8	17,8	6,8	20,8	6,7	22,3	7,4
Mundo	11,4	5,3	11,8	5,5	16,3	6,3	18,7	7,3

(1) Principais destinos das exportações brasileiras de calçados em 2007.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados Comtrade.

Na década atual, houve elevação da participação dos calçados brasileiros nas importações realizadas pelos mercados europeus (Reino Unido, Itália e Alemanha), que, todavia, ainda se manteve em patamares muito baixos se comparados a seu principal concorrente: a China. No Reino Unido (segundo maior destino dos calçados brasileiros), a participação do Brasil passou de 3,1%, em 2000, para 7,0%, em 2007, enquanto a da China pulou de 6,1%, em 2000, para 20,3%, em 2007 (Tabela 10). Na Itália e na Alemanha, o mesmo comportamento pode ser observado: elevação da participação brasileira superada pelo salto da participação chinesa, atingindo patamares comparativamente superiores. A diferença de preços médios dos calçados brasileiros e chineses importados também é elevada nos mercados consumidores europeus (Tabela 11). No Reino Unido, o preço médio do calçado de couro importado do Brasil era de US\$ 15, em 2000, passando para US\$ 20,7, em 2007 (Tabela 10). No mesmo mercado, o calçado de couro chinês importado alcançava o preço médio de US\$ 6, em 2000, passando para US\$ 7,8, em 2007. Nos demais mercados europeus, repete-se o comportamento dos preços médios dos calçados brasileiros e chineses.

O caso argentino é bastante peculiar, pois certamente se encontra dominado pelos calçados brasileiros, que corresponderam a 69,1% das importações argentinas de calçados no ano passado (Tabela 10). No entanto, percebe-se que, por um lado, esta liderança já foi ligeiramente maior no início da década (um pouco mais de 70%) e, por outro lado, a China também tem avançado, de forma ainda tímida, contudo, sobre o mercado argentino, saindo de 8,6% de participação em suas importações de calçados, em 2000, para 9,5%, no ano passado. Os preços médios dos calçados brasileiros também são relativamente maiores no mercado argentino, na comparação com os chineses (Tabela 11). Ou seja, mesmo o mercado argentino, grande importador de produtos brasileiros no âmbito do Mercosul, tem contribuído para a ampliação da participação dos fabricantes chineses e para a decorrente perda de mercados externos por parte do Brasil.

Conclui-se da observação mais atenta dos preços de exportação de calçados que o comportamento das exportações brasileiras tem sido certamente acompanhado pelo incremento do preço médio dos produtos exportados. No período 2000-2007, os preços médios de exportação dos calçados brasileiros de cabedal de couro aumentaram para todos os principais países de destino, atingindo patamares mais elevados nos países europeus (Tabela 11). O preço médio mundial dos calçados brasileiros de cabedal de couro exportados aumentou de US\$ 11,4, em 2000, para US\$ 18,7, em 2007. Por um lado, isto se explica pelo tipo de calçado considerado – calçado de couro – que apresenta um preço médio de exportação usualmente mais elevado. Por outro lado, os produtores brasileiros têm privilegiado uma estratégia de fornecimento de produtos mais diferenciados e de diversificação de mercados compradores externos, incluindo mercados historicamente mais sofisticados, onde os

preços médios atingem patamares mais elevados. Como o calçado de couro ainda responde por grande parte das vendas externas de calçados brasileiros (65% no 1º sem. de 2008), seu preço médio crescente acaba elevando o valor das exportações brasileiras de calçados.

Portanto, a inserção da indústria brasileira de calçados no mercado internacional tem se mantido bastante relevante, mas se encontra ameaçada pela acirrada concorrência e perda de mercado para produtores asiáticos, sobretudo chineses.

Por sua vez, os calçados de couro chineses têm atingido preços médios mundiais bastante inferiores (US\$ 5,3, em 2000, e US\$ 7,3, em 2007). Não se pode esquecer, como mencionado anteriormente, que os menores custos de produção dos fabricantes chineses certamente contribuem para os reduzidos preços médios de seus produtos no mercado internacional. Ademais, a China mantém uma política de desvalorização de sua moeda nacional, que estimula a atividade exportadora. Tudo isto torna os exportadores de calçados chineses fortes concorrentes no mercado internacional. O fato da produção chinesa estar caminhado gradativamente para faixas intermediárias do mercado de calçados, com preços médios em elevação nos diversos mercados externos, somente amplia a concorrência em outros segmentos anteriormente dominados por tradicionais produtores e exportadores de calçados mais sofisticados.

A participação elevada e crescente da China no comércio mundial de calçados pode ser observada também no mercado brasileiro. No primeiro semestre de 2008, os principais países de origem das importações brasileiras de calçados foram: China (72,7%), Vietnã (13,6%), Indonésia (3,9%) e Itália (3,7%) (Tabela 12). Os dados mostram claramente o avanço chinês sobre o mercado interno brasileiro: US\$ 41 milhões em calçados, em 2000, US\$ 154,9 milhões, em 2007, e US\$ 113,2 milhões, somente no 1º sem. de 2008. Mesmo sendo ainda relativamente reduzida, a crescente participação dos países asiáticos na pauta brasileira de importações de calçados reflete a importância que eles têm assumido no comércio internacional de calçados, principalmente na produção e exportação de calçados esportivos de grandes marcas internacionais. Isso pode ser observado nos principais tipos de calçados importados pelo mercado brasileiro – cabedal têxtil e de plástico – composições tipicamente encontradas na produção de tênis, que corresponderam conjuntamente a 60 % das importações brasileiras no primeiro semestre de 2008.

Tabela 12 – Principais países de origem das importações de calçados (2000, 2007 e 1º sem. 2008)

Ranking ⁽¹⁾	2000		2007		1º sem 2008	
	(US\$ milhões)	Participação (%)	(US\$ milhões)	Participação (%)	(US\$ milhões)	Participação (%)
1. China	19,9	40,9	154,9	69,7	113,2	72,7
2. Vietnã	5,2	10,7	30	13,5	21,1	13,6
3. Indonésia	6,7	13,8	12,4	5,6	6,1	3,9
4. Itália	3,5	7,2	9,5	4,3	5,7	3,7
5. Argentina	0,7	1,4	1,8	0,8	1,8	1,2
Total (5 maiores)	36,0	74,1	208,6	93,9	147,9	63,2
Total	48,6	100,0	222,2	100,0	155,7	100,0

(1) Ranking do 1º sem. de 2008.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da SECEX.

O Quadro 3 resume algumas conclusões da análise do desempenho recente (I sem./08) do comércio externo brasileiro de couro e calçados:

Quadro 3 – Conclusões do desempenho recente do comércio externo brasileiro de couro e calçados

<ul style="list-style-type: none"> • destaque da indústria brasileira na exportação mundial de calçados;
<ul style="list-style-type: none"> • manutenção do predomínio das exportações de calçados de cabedal de couro, que atingem preços médios superiores e crescentes no mercado internacional;
<ul style="list-style-type: none"> • desaceleração do superávit comercial brasileiro de calçados: resultante do aumento das quantidades e dos preços de importação e da redução de suas quantidades exportadas, apesar da sustentação dos valores exportados com base no aumento dos preços de exportação;
<ul style="list-style-type: none"> • concentração das exportações brasileiras de calçados a partir de estados do sul e sudeste do país, onde se localizam produtores de calçados de couro, voltados à exportação de produtos com preços médios mais elevados;
<ul style="list-style-type: none"> • crescimento da importância dos estados nordestinos nas exportações brasileiras de diferentes tipos de calçados, com preços médios mais reduzidos;
<ul style="list-style-type: none"> • perda de mercado externo: participação descendente das exportações brasileiras de calçados em importantes mercados externos, principalmente no mercado norte-americano, acompanhada da elevada e crescente participação chinesa;
<ul style="list-style-type: none"> • perda de participação brasileira nas exportações mundiais de calçados de couro e ganho de participação nas exportações mundiais de calçados de borracha, plástico e têxtil;
<ul style="list-style-type: none"> • perda de mercado interno: redução de produção doméstica de calçados combinada à elevação das quantidades importadas e à participação crescente dos países asiáticos, principalmente da China, nas importações brasileiras de calçados;

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP.

5. Considerações Finais

A manutenção do crescimento da economia brasileira e o movimento de reestruturação e de redirecionamento das vendas externas de algumas empresas da indústria de couro e calçados podem contribuir para amenizar a perspectiva de perda de mercados apontada acima, abrindo a possibilidade de um desempenho mais virtuoso no futuro. A grande dificuldade deve continuar sendo a concorrência asiática nos mercados externos e, em menor medida, no mercado interno. Para superá-la, a indústria brasileira de couro e calçados precisa enfrentar suas reconhecidas fragilidades, encontrando novas formas de se tornar competitiva e recuperar espaço no mercado externo e interno. Faz-se necessária uma estratégia geral mais agressiva de fortalecimento das marcas, da imagem e da presença dos produtos brasileiros, sobretudo em mercados externos. Esses são alguns dos desafios destacados pela Política de Desenvolvimento Produtivo (2008), cujas metas incluem a conquista pela indústria brasileira da segunda posição na produção e da terceira posição na exportação mundial de calçados até 2010.

Como apontado no Relatório de Acompanhamento Setorial: Couro e Calçados (número 1) e no Boletim de Conjuntura Industrial (junho de 2008), o aproveitamento das potenciais oportunidades criadas pela intensificação e pela sustentação do crescimento da economia depende da superação de alguns gargalos importantes por parte da indústria brasileira de calçados. Alguns fatores críticos para o aumento de sua competitividade podem ser destacados: (1) a capacidade de inovação e de diferenciação de produtos, principalmente a capacidade de desenvolvimento do *design*; (2) o aperfeiçoamento do processo de produção, associado à sua modernização e racionalização, bem como ao incremento da escala e do escopo da produção, visando o aumento da produtividade e a redução de custos; (3) o desenvolvimento das atividades de promoção, comercialização e distribuição dos produtos, no âmbito interno e externo, objetivando o fortalecimento da marca e da imagem dos produtos brasileiros, bem como dos canais de venda; e (4) o fortalecimento de sistemas locais de produção.

Com certeza, além dos fatores apontados acima, uma variável macroeconômica-chave para o desempenho do setor é a evolução da taxa de câmbio. Nesse sentido, a perspectiva de uma taxa de câmbio mais desvalorizada aponta para um certo aumento de competitividade nos mercados externos, ao mesmo tempo em que a pressão da concorrência no mercado interno pode se reduzir. Ao mesmo tempo, vale lembrar que os fatores de competitividade destacados acima continuam sendo importantes, pois embora uma taxa de câmbio mais favorável possa criar expectativas de um cenário mais positivo no futuro, também a redução da demanda internacional devido à crise em vigor deve acirrar a competição internacional, com a China buscando aumentar esforços para ocupar novos espaços para compensar a retração nos mercados dos países desenvolvidos.

Finalmente, vale destacar novamente a heterogeneidade da estrutura industrial e as peculiaridades e diferenças de foco dos distintos pólos calçadistas brasileiros, localizados no sul/sudeste e nordeste do país. Como destacado neste relatório, existem dois grupos de empresas com características e estratégias de produto e mercado bastante distintas. De um lado, as grandes empresas, que operam com plantas localizadas no nordeste, mais automatizadas, com elevadas economias de escala, focando mais no mercado interno e em produtos que utilizam plástico e tecido de maneira mais intensa. De outro, empresas de menor porte, concentradas em São Paulo e no Rio Grande do Sul, que visam mais o mercado externo e produzem calçados de couro. A política voltada para o setor deve partir do reconhecimento dessa diferenças, uma vez que os problemas e necessidades são bastante diferente entre os dois grupos.

Por um lado, um conjunto de estímulos deve ser pensado especificamente para os pequenos e médios produtores de calçados de couro, historicamente focados no mercado externo, especialmente atingidos pela intensificação da concorrência internacional, sobretudo asiática. Este conjunto deveria incluir, por exemplo, uma intensificação do esforço de promoção dos calçados brasileiros no exterior, de divulgação internacional das marcas e da imagem dos produtos brasileiros, além de medidas de fortalecimento dos importantes arranjos produtivos locais. Vale destaca também para este grupo de empresas a importância crescente que deve ter a política de defesa comercial, frente ao cenário de acirramento da competição internacional, garantindo condições isonômicas de competição dentro do mercado local.

Por outro lado, outro conjunto de incentivos deve ser focado nos grandes produtores de calçados brasileiros, que atuam com elevada escala e maior grau de automatização

da produção, privilegiando o mercado interno, mas que estão gradativamente desenvolvendo sua inserção exportadora. Neste caso, coloca-se, de forma mais clara, a necessidade de uma política de apoio à internacionalização, seja através da atividade de exportação, reforçando a estratégia empresarial ora em curso de crescente inserção dos grandes produtores de tipos variados de calçados em mercados externos, incluindo a busca por diversificação dos destinos das vendas internacionais, seja através de operações no exterior para fortalecer a marca e a capacidade de organização dos mecanismos de comercialização.

Referências bibliográficas

- Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) e Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia (NEIT/IE/UNICAMP). **Boletim de Conjuntura Industrial**. Junho de 2008.
- Associação Brasileira da Indústria de Calçados (Abicalçados). **Resenha Estatística**, vários anos.
- Costa, A. B. (2002). **Estudo da Competitividade de Cadeias Integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio. Cadeia: Couro e Calçados**. Nota técnica final. Convênio: MDIC/ MCT/ FINEP/ NEIT(IE/UNICAMP). Campinas/SP: dezembro.
- Cunha, A. M. (coord.). **Relatório de Acompanhamento Setorial (Número 1): Couro e Calçados**. Convênio: Agência Brasileira de Desenvolvimento Industrial (ABDI) e Núcleo de Economia Industrial e da Tecnologia (NEIT/IE/UNICAMP). Campinas, março de 2008.
- Garcia, R. e Madeira, P. (2007). **Uma agenda de competitividade para a indústria paulista. Cadeia: Couro e Calçados**. Nota técnica final. Convênio: Instituto de Pesquisas Tecnológicas (IPT)/ FIPE/ NEIT/IE/UNICAMP. São Paulo/SP: outubro.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) (2005). **Cadastro Central de Empresas (CCE)**.
- Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE). **Pesquisa Industrial Anual (PIA)**, vários anos.
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). **Secretaria de Comércio Exterior (SECEX)**. Estatísticas de Comércio Exterior. Vários anos.
- Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior (MDIC). **Política de Desenvolvimento Produtivo: inovar e investir para sustentar o crescimento**. Maio de 2008.
- Ministério do Trabalho e do Emprego (MTE). **Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS)**, vários anos.
- Organização do Desenvolvimento Industrial das Nações Unidas (UNIDO). **A resposta mundial ao rápido crescimento do suprimentos de calçados do sul da Ásia**. Painel Industrial do Couro e Produtos do Couro. Preparado por Roland Steyns, consultor da UNIDO. Gramado/RS, Brasil: maio de 2007.
- Organização das Nações Unidas (ONU). **United Nations Commodity Trade Statistics Database (Comtrade)**.
- Valor Econômico, vários artigos.
- Valor Econômico. Valor 1000. Ano 8, número 8. Agosto de 2008.