



Relatório

de

Acompanhamento Setorial

CALÇADOS

VOLUME I

Março 2008





RELATÓRIO DE ACOMPANHAMENTO SETORIAL
COURO E CALÇADOS
Volume I

Equipe:

Adriana Marques da Cunha (Unicamp)

Pesquisadores e bolsistas do NEIT/IE/Unicamp

Rogério Dias de Araújo (ABDI)

Carlos Henrique Mello (ABDI)

Jorge Luís Ferreira Boeira (ABDI)

março 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

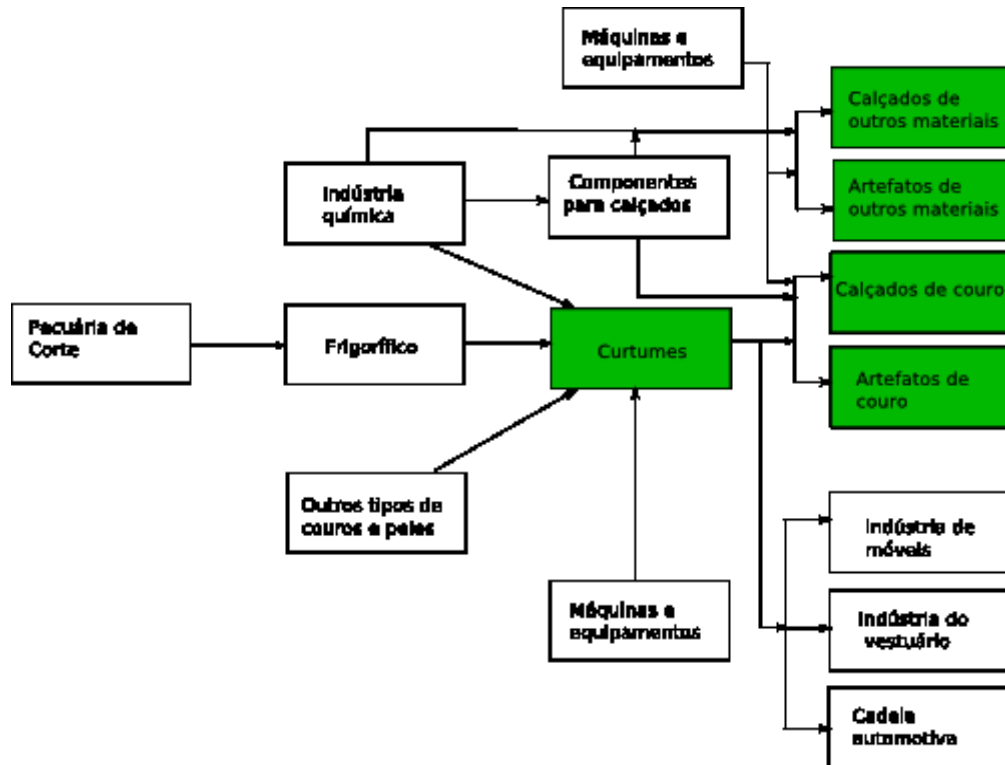
SUMÁRIO

1. Breve apresentação da indústria de couro e calçados	1
2. Principais características e tendências internacionais	2
3. Caracterização e análise do desempenho da indústria brasileira de couro e calçados	5
3.1 Estrutura e concentração	5
3.2 Emprego e rendimentos do trabalho	7
3.3 Produção e valor adicionado	9
3.4 Consumo e comércio exterior	12
4. Principais fatores de competitividade	20
Referências bibliográficas	24

1. Breve apresentação da indústria de couro e calçados

A indústria de couro e calçados faz parte de uma cadeia produtiva que engloba desde a produção dos principais insumos utilizados (como couro e produtos químicos) até a fabricação do produto final (calçados) (figura 1).

Figura 1 – Configuração da Cadeia de Couro e Calçados



Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em Garcia e Madeira (2007).

As principais características da indústria de couro e calçados incluem, por um lado, a simplicidade do processo de produção, marcado por uma tecnologia madura com traços muitas vezes ainda artesanais e pelo uso intensivo de mão-de-obra pouco qualificada, levando a reduzidas barreiras à entrada de novas empresas. Por outro lado, incluem a possibilidade de fragmentação do processo de produção em etapas distintas e discretas, bem como a decorrente viabilidade de seu deslocamento geográfico no plano nacional e internacional.

O processo de fabricação dos calçados pode ser subdividido em duas etapas básicas (Garcia e Madeira, 2007). A primeira etapa inclui a extração, o curtimento e o acabamento do couro, realizada pelos curtumes, que se encarregam do processamento das peles animais com o objetivo de fornecer o couro acabado para fabricação de diversos produtos finais, como os calçados. A segunda etapa é a fabricação dos calçados, incluindo a modelagem, o corte do material a ser utilizado como matéria-prima (natural ou sintética), a costura, a montagem, o acabamento e a embalagem do produto final.

A natureza do produto final da cadeia de calçados é bastante heterogênea, pois inclui modelos e estilos variados e utiliza diferentes materiais (como couro, tecidos e materiais sintéticos), apresentando características ditadas pelas tendências da moda (Costa, 2002). Os produtos também podem atender a múltiplas finalidades de

consumo: social, esportivo, casual ou de segurança. Ademais, podem ser destinados a diferentes tipos de consumidores: masculino, feminino ou infantil. Portanto, tudo isso revela uma outra característica da cadeia produtiva de calçados: a natureza heterogênea do produto final (calçados) e a decorrente possibilidade de segmentação do mercado consumidor.

2. Principais características e tendências internacionais

Uma das características da indústria mundial de couro e calçados é sua estrutura heterogênea, marcada pela coexistência de um elevado número 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, sendo responsáveis por 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. Nesse contexto, destaca-se a relevância dos compradores globais, responsáveis pela distribuição das encomendas entre diferentes produtores localizados em distintos países, e que acabam assumindo, portanto, um papel de coordenação das cadeias produtivas globais.

Esses grandes compradores geralmente estabelecem escritórios de comercialização (*traders*) em diferentes países, responsáveis por fornecer as informações relevantes sobre as encomendas de calçados aos produtores locais e garantir o atendimento aos requisitos de padronização, qualidade e tempo de entrega dos produtos. O fator decisivo para o direcionamento das encomendas a produtores localizados em determinados países tem se encontrado exclusivamente no custo de produção (Garcia e Madeira, 2007). Esse tipo de atuação dos compradores globais tem fomentado um importante processo de aprendizado dos produtores locais, embora praticamente restrito à esfera produtiva, considerando que geralmente não envolve a acumulação de competências nas esferas de desenvolvimento de produto, de *design* e de comercialização. Os produtores locais se dedicam tão somente ao fornecimento de calçados a preços reduzidos aos grandes compradores globais, com pequena ou nenhuma capacidade de influência sobre as decisões dos contratantes. Eles geralmente não possuem capacidade de desenvolvimento de produtos próprios, tampouco canais de comercialização para o escoamento de sua produção.

A tendência de reorganização da cadeia de produção, de comercialização e de distribuição de calçados no plano internacional tem sido acompanhada pelo crescente deslocamento da produção mundial para países asiáticos, sobretudo para China, onde os grandes compradores encontram fornecedores de produtos relativamente mais simples e mais baratos. A China certamente apresenta vantagens relacionadas ao reduzido custo da mão-de-obra; às economias de escala no nível da planta e das firmas, gerando capacidade de atendimento a grandes lotes de pedidos a custos baixos; e, por fim, à manutenção da desvalorização da moeda nacional com relação ao dólar, o que incentiva as exportações de grande parte da produção local de calçados (Garcia e Madeira, 2007).

Em 2005, os principais países produtores de calçados foram: China, Índia, Brasil, Indonésia e Vietnã (Tabela 1). Os países asiáticos certamente têm se destacado na produção mundial de calçados ao longo da década atual. A China tem se confirmado como principal produtora mundial, tendo aumentado sua produção de 6 bilhões de pares em 2000 para 9 bilhões de pares em 2005. A produção significativa de calçados da China tem se destinado primordialmente às exportações (aproximadamente 80% do volume produzido em 2005 – ABICALÇADOS, 2007), colocando a China como principal exportadora mundial de calçados em termos de volume (7 bilhões de pares em 2005). O Brasil manteve-se como o terceiro maior produtor mundial de calçados, atingindo a produção de 762 milhões de pares em 2005, dos quais 217 milhões (ou 28,5% do volume de produção) foram destinados à exportação, colocando o país na quinta posição no ranking de principais exportadores de calçados em termos de volume.

Tabela 1 – Principais países produtores de calçados (2000-2005)

	(em milhões de pares)			
Ranking⁽¹⁾	2000	2002	2004	2005
1. China	6.442	6.950	8.100	9.000
2. Índia	715	750	850	909
3. Brasil	580	642	755	762
4. Indonésia	499	509	533	580
5. Vietnã	303	360	445	525

(1) Ranking de 2005.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da ABICALÇADOS (2007).

Uma das características da produção de couro e calçados tem sido a concentração geográfica de empresas dentro dos países produtores. Na China, destaca-se a existência de “cidades especializadas” na fabricação de determinados produtos, onde grandes plantas produtivas são responsáveis por elevados volumes de produção de calçados a custos reduzidos, principalmente aqueles relativos ao trabalho (Garcia e Madeira, 2007). Na Itália, encontram-se igualmente aglomerações espaciais de empresas de menor porte, dedicadas à produção de calçados em volume mais reduzido e com maior valor agregado, gerando produtos mais sofisticados comercializados a preços mais elevados. Algumas empresas italianas têm adotado estratégias de subcontratação de etapas do processo de produção de calçados em outros países para conseguir reduzir custos de produção, mantendo a capacidade de desenvolvimento de produtos e de *design* no país. Um exemplo recente é a migração de estágios menos sofisticados do processo de produção de calçados italianos para pequenas empresas igualmente aglomeradas em cidades, especialmente do Leste Europeu. No Brasil, a indústria calçadista também se concentra em algumas regiões, como o Vale dos Sinos no Rio Grande do Sul e as cidades de Franca, Jaú e Birigui em São Paulo, apesar de um recente movimento de deslocamento da produção para novas localidades, principalmente no nordeste do país, motivado pela necessidade de redução de custos de produção (ponto desenvolvido no próximo item).

No que se refere ao comércio mundial de couro e calçados, cabe destacar o significativo aumento dos valores das exportações mundiais em todos os segmentos analisados (couro, artefatos e calçados), com destaque para o valor das exportações de calçados que apresentou um aumento de 53% no período 2000-2006, contribuindo para elevar ainda mais o patamar das exportações de calçados com relação aos demais segmentos da indústria (Tabela 2).

Tabela 2 – Evolução das exportações mundiais de couro e calçados (2000-2006)

	(US\$ milhões)			
	2000	2002	2004	2006
Couro	15.187,4	16.062,5	19.826,9	21.422,5
Artefatos diversos	23.592,9	24.317,6	31.775,7	37.517,0
Calçados	43.901,9	47.765,5	58.894,0	67.168,2
Total	82.682,2	88.145,6	110.496,6	126.107,7

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

A concentração da exportação a partir de países asiáticos também pode ser apontada como uma tendência recente da indústria mundial de calçados, acirrando a concorrência no mercado internacional e reduzindo o espaço de atuação de tradicionais produtores e exportadores. Em 2006, os principais países exportadores de calçados (em termos de valor exportado) foram: China (32,5%); Itália (14,2%) e Hong Kong (9,0%) (Tabela 3). A participação chinesa vem aumentando continuamente, em detrimento de seus principais concorrentes nos mercados externos, como a Itália. A peculiaridade de Hong Kong está em sua elevada participação nas exportações mundiais resultante da re-exportação de produtos importados de outros países, sobretudo da China, o que configura uma situação de intermediação das exportações chinesas de calçados, somente reforçando o papel fundamental desse país no comércio mundial do produto. O Brasil ocupou o sétimo lugar no valor das exportações mundiais de calçados no último ano analisado, sofrendo uma queda de participação de 3,7% em 2000 para 2,9% em 2006. A indústria brasileira de calçados está certamente perdendo mercados externos, principalmente para os chineses, mesmo tendo apresentado aumento do valor de suas exportações, liderado por incrementos de preços médios dos produtos exportados (ponto analisado no próximo item).

Tabela 3 – Principais países exportadores de calçados (2000, 2004 e 2006)

	(US\$ milhões)					
Ranking ⁽¹⁾	2000	(%)	2004	(%)	2006	(%)
1. China	9.850,2	22,4	15.202,6	25,8	21.813,4	32,5
2. Itália	7.153,3	16,3	9.095,0	15,4	9.519,9	14,2
3. Hong Kong	6.495,1	14,8	5.698,3	9,7	6.024,2	9,0
4. Bélgica	1.377,6	3,1	1.941,2	3,3	2.974,3	4,4
5. Alemanha	1.301,9	3,0	2.249,0	3,8	2.856,4	4,2
6. Espanha	1.885,2	4,3	2.321,8	3,9	2.309,0	3,4
7. Brasil	1.617,8	3,7	1.903,8	3,2	1.966,6	2,9
8. Romênia	784,9	1,8	1.512,5	2,6	1.703,2	2,5
Total	43.901,9	100,0	58.894,0	100,0	67.168,2	100,0

(1) Ranking de 2006.

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

No que diz respeito às principais tendências tecnológicas (produto e processo) observadas na indústria de couro e calçados, destacam-se: o desenvolvimento e a utilização de novos materiais (sintéticos); o desenvolvimento da atividade de *design* de calçados, associada à importância da moda e da diferenciação de produtos; o aumento da customização dos produtos, voltados para o atendimento a nichos de mercado; o aumento do uso de componentes eletrônicos tanto nos produtos (calçados esportivos com dispositivos eletrônicos no solado, que incorporam novas funcionalidades ao produto) quanto no processo de produção, especialmente por meio de crescente automação; e, por fim, a normatização da atividade de produção de

calçados, com o intuito de padronização de algumas características dos produtos, em termos de tipos, modelos e tamanhos (Garcia e Madeira, 2007).

Está se tornando cada vez mais comum a incorporação de novos materiais ao processo de produção de calçados, principalmente dos materiais sintéticos em substituição a matérias-primas naturais, como o couro. A substituição tem ocorrido tanto no cabedal (parte de cima dos calçados) quanto, e principalmente, nos solados, ou mesmo em todo o produto final, como nos calçados feitos de material plástico injetado. Entretanto, não foram ainda desenvolvidos materiais capazes de substituir perfeitamente o couro, incorporando suas principais características, como estilo, leveza e adaptabilidade. Portanto, o couro ainda se mantém como principal insumo para a fabricação de calçados, carecendo, contudo, do desenvolvimento de formas mais limpas e eficientes de tratamento.

Em suma, a indústria mundial de couro e calçados apresenta uma estrutura heterogênea, com a coexistência de pequenas e médias empresas, que se beneficiam da possibilidade de fragmentação do processo produtivo e de segmentação do mercado consumidor, com grandes empresas internacionalizadas, que se tornaram as principais líderes de cadeias de produção organizadas em nível global. A aglomeração geográfica de empresas nos distintos países produtores, formando importantes pólos de produção, também pode ser apontada como uma característica da indústria calçadista mundial. Além disso, observa-se um deslocamento da produção de calçados para a região asiática, principalmente para a China, e sua crescente participação na exportação mundial de calçados, reduzindo o espaço externo de atuação de outros países historicamente relevantes na produção e na exportação do produto, como o Brasil.

3. Caracterização e análise do desempenho da indústria brasileira de couro e calçados

3.1 Estrutura e concentração

Uma das características da indústria brasileira de couro e calçados é sua estrutura heterogênea, com a predominância de empresas de pequeno e médio portes, acompanhada por um número reduzido de grandes empresas que respondem por parcela relevante da produção, reproduzindo internamente uma característica observada no plano internacional.

Considerando os dados do Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS) do Ministério do Trabalho e do Emprego (MTE), verifica-se que existiam 12.652 estabelecimentos na indústria brasileira de couro e calçados em 2005. Somente no segmento de calçados havia 9.032 empresas, concentrando em torno de 70% do número de estabelecimentos da indústria. Por sua vez, o segmento de couro apresentou um número relativamente menor de estabelecimentos: 799 empresas em 2005 (Tabela 4).

**Tabela 4 – Indústria Brasileira de Couro e Calçados:
número de estabelecimentos por faixa de tamanho medido pelo número de
empregados (2005)**

Número de empregados	Calçados e artefatos			Couro			Total
	No. de empresas	Participação no total (%)	Acumulado (%)	No. de empresas	Participação no total (%)	Acumulado (%)	No. de empresas
Até 4	5.894	49,7	49,7	295	36,9	36,9	6.189
De 5 a 9	1.973	16,6	66,3	110	13,8	50,7	2.083
De 10 a 19	1.558	13,1	79,4	99	12,4	63,1	1.657
De 20 a 49	1.319	11,1	90,5	102	12,8	75,9	1.421
De 50 a 99	579	4,9	95,4	88	11,0	86,9	667
De 100 a 249	324	2,7	98,1	67	8,4	95,2	391
De 250 a 499	108	0,9	99,0	26	3,3	98,5	134
De 500 a 999	67	0,6	99,6	9	1,1	99,6	76
1000 ou mais	31	0,4	100,0	3	0,4	100,0	34
Total	11.853	100,0	-	799	100,0	-	12.652

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados do RAIS/MTE.

A predominância das pequenas empresas na indústria brasileira de couro e calçados fica evidente quando se observa a participação das empresas por número de empregados no ano de 2005. Nos segmentos de calçados e artefatos diversos de couro, o número de estabelecimentos com até 4 funcionários representava 49,7% do total nesse ano (Tabela 4). Considerando as empresas com até 9 funcionários, a participação acumulada atingia 66,3%. Por sua vez, no segmento fabricante de couro, o número de empresas com até 4 funcionários representava 36,9% do total, enquanto o acumulado com até 9 funcionários alcançava 50,7%. Portanto, os dados revelam a pulverização da estrutura da indústria brasileira de couro e calçados, marcada pela predominância das pequenas empresas, em todos os seus segmentos, considerando que aquelas com até 9 funcionários certamente representam mais da metade do número de estabelecimentos existentes.

Outra característica da indústria brasileira de couro e calçados é sua concentração, em termos tanto de emprego quanto de produção, em um número reduzido de grandes empresas, as quais 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, o que certamente tem contribuído para ampliar seu poder de mercado. Os dados mais recentes de concentração econômica, 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, enquanto as doze maiores do segmento de calçados incluíram 25,2% do pessoal ocupado, e as do segmento de artefatos diversos de couro, 10,1% (Tabela 5). Em outras palavras, todos os segmentos da indústria brasileira de couro e calçados apresentam certo grau de concentração em termos de pessoal ocupado, com destaque para o segmento de couro.

**Tabela 5 – Indústria brasileira de couro e calçados:
grau de concentração econômica (2005)**

Segmentos	(Em %)		
	CR4	CR8	CR12
Couro	19,0	28,1	34,2
Calçados	13,7	20,6	25,2
Artefatos diversos de couro	5,5	8,1	10,1

Nota: CR4: concentração a partir do Pessoal Ocupado (PO) das 4 maiores empresas; CR8: concentração do PO nas 8 maiores empresas; CR12: concentração do PO nas 12 maiores empresas.

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados do Cadastro Central de Empresas (CCE)/IBGE.

3.2 Emprego e rendimentos do trabalho

Uma terceira característica da indústria de couro e calçados é seu elevado potencial de geração de emprego. Segundo os dados da Pesquisa Industrial Anual (PIA)¹ do IBGE, o setor de couro e calçados empregava 277,4 mil pessoas em 1996, passando para 384 mil em 2005 (crescimento de 38,4% no total do período ou 4,3% ao ano). Na indústria brasileira, o crescimento do Pessoal Ocupado (PO) foi relativamente menor, correspondendo a 25,3% no total do período (ou 2,8% ao ano) (Tabela 6). Com isso, a participação do setor de couro e calçados no total da indústria em termos de PO aumentou de 5,4% em 1996 para 6,0% em 2005.

Uma quarta característica do setor de couro e calçados é a manutenção de reduzidos níveis de remuneração média do trabalho. Com relação à massa de rendimentos do trabalho no setor de couro e calçados, observa-se um aumento em termos reais entre 1996 e 2005 (26% ou 2,6% ao ano). No total da indústria houve um aumento relativamente menor (17,6% ou 1,8% ao ano) nas remunerações do período. Com isso, a participação das remunerações do setor no total da indústria apresentou ligeira elevação de 2,7% em 1996 para 2,9% em 2005 (Tabela 6).

¹ A PIA/IBGE fornece dados importantes para a análise dos diversos setores industriais, como o valor da produção industrial, o valor da transformação industrial, o custo operacional bruto, o número de empresas, o número de funcionários, dentre outros. Essa pesquisa considera todos os estabelecimentos com mais de quatro funcionários e os classifica segundo a origem principal do faturamento. Vale lembrar que alguns dados fornecidos pela PIA/IBGE contrastam com aqueles fornecidos pelo RAIS/MTE, já que esta última fonte considera todas as empresas que se auto-declararam em determinado setor. Portanto, existem certamente divergências metodológicas entre as duas bases de dados que devem ser destacadas quando utilizadas em conjunto.

**Tabela 6 - Indústria brasileira e indústria de couro e calçados:
total de salários e salário médio (1996-2005)**

Ano	Pessoal Ocupado (PO)			Total de salários (R\$ mil de 2005)			Salário Médio (R\$ mil de 2005)	
	Couro e calçados	Total da indústria	%	Couro e calçados	Total da indústria	%	Couro e calçados	Total da indústria
1996	277.389	5.143.775	5,4	2.451.564	89.993.967	2,7	8,8	17,5
1997	250.590	5.003.489	5,0	2.274.561	90.244.809	2,5	9,1	18,0
1998	244.412	4.885.618	5,0	2.083.656	88.756.189	2,3	8,5	18,2
1999	283.778	5.003.755	5,7	2.176.924	82.257.394	2,6	7,7	16,4
2000	326.902	5.315.408	6,2	2.491.701	86.255.311	2,9	7,6	16,2
2001	354.080	5.453.460	6,5	2.784.832	89.392.328	3,1	7,9	16,4
2002	364.941	5.557.798	6,6	2.754.188	86.298.308	3,2	7,5	15,5
2003	412.036	5.931.187	6,9	3.299.356	94.625.183	3,5	8,0	16,0
2004	448.439	6.386.190	7,0	3.467.975	100.995.944	3,4	7,7	15,8
2005	383.993	6.443.364	6,0	3.088.458	105.804.733	2,9	8,0	16,4
Δ total (%)	38,4	25,3	11,1	26,0	17,6	7,2	-9,0	-6,1
Δ anual (%)	3,7	2,5	1,1	2,6	1,8	0,8	-1,0	-0,7

Nota: Deflator: IPCA.

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

Contudo, posto que o setor de couro e calçados apresentou um aumento significativo no pessoal ocupado (38,4% ou 3,7% ao ano), mas um aumento relativamente menor da massa de rendimentos, a remuneração média (remunerações/PO) do setor decaiu entre 1996 e 2005 (-9,0% ou -1,0% ao ano), inclusive de forma mais acentuada do que na indústria brasileira (Tabela 6). A remuneração média da indústria brasileira se mantém em patamar muito superior ao observado no setor analisado. Em 2005, o salário médio do setor foi de R\$ 8 mil por ano comparado a R\$ 16,4 mil na indústria geral. Em outras palavras, o setor de couro e calçados apresentou aumento de pessoal ocupado e da massa de salários, mas queda de salário médio, que ainda se manteve por volta da metade do salário médio da indústria em geral, o que revela a persistência da utilização de trabalho mal remunerado pelo setor.

No biênio 2006-2007, dados do Cadastro Geral de Empregados e Desempregados (CAGED/MTE) apresentam um saldo entre funcionários admitidos e desligados pelo setor de couro e calçados de 836 em 2006 e de 8.900 em 2007, revelando um forte crescimento na criação de emprego formal pelo setor, especialmente pelo segmento de calçados (9.177 vagas) no último ano (Tabela 7). No ano anterior foram admitidos aproximadamente 204 mil funcionários enquanto por volta de 203 mil foram demitidos, gerando um saldo positivo muito reduzido, inclusive com saldo negativo no segmento de calçados e de artefatos diversos de couro. Nesse ano, somente o segmento de couro criou algum emprego formal (1.794). Em 2007, o número de admitidos pelo setor de couro e calçados aumentou 7,8% e o de demitidos aumentou 3,9% com relação ao ano anterior, contribuindo para a mencionada elevação na criação de vagas no ano passado, puxada pelo segmento de calçados. No entanto, faz-se necessário ressaltar que a participação do setor na criação de vagas pela indústria brasileira (aproximadamente 392 mil) foi muito reduzida (por volta de 2%) no último ano.

**Tabela 7 – Indústria Brasileira e Indústria de Couro e Calçados:
evolução da criação de emprego formal
(2006 e 2007)**

	Admitidos		Desligados		Criação de Vagas	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Total da Indústria	2.664.805	3.083.216	2.411.779	2.691.585	253.026	391.631
Couro e calçados	203.777	219.713	202.941	210.813	836	8.900
Calçados	164.784	180.408	165.185	171.231	(401)	9.177
Artefatos	16.562	16.575	17.119	17.743	(557)	(1.168)
Couro	22.431	22.730	20.637	21.839	1.794	891

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados do CAGED/MTE.

Ainda analisando o comportamento recente do setor de couro e calçados (período 2006-2007), verifica-se, em primeiro lugar, uma concentração da massa salarial no segmento de calçados, responsável por quase 84% da massa de salários admissionais no último ano (tabela 8). Em segundo lugar, observa-se uma remuneração inferior da massa de trabalhadores admitidos comparada a massa dos demitidos em cada um dos segmentos do setor analisado. A diferença entre o nível salarial da massa de trabalhadores admitidos e de demitidos pelo setor como um todo certamente se reduziu no ano passado (de -11,2% em 2006 para -5,4% em 2007), mas ainda se identifica claramente a manutenção de um nível salarial menor para os admitidos, em todos os segmentos do setor de couro e calçados. Além disso, os salários admissionais médios se mantiveram inferiores aos salários demissionais médios nos dois últimos anos (tendência verificada em todos os segmentos considerados). Portanto, o setor de couro e calçados conseguiu criar emprego formal no ano passado, principalmente o segmento de calçados, mas com pequena participação na criação de vagas pela indústria, e com a manutenção de uma massa salarial e de um salário médio inferiores para os trabalhadores admitidos.

**Tabela 8 - Indústria Brasileira e Indústria de Couro e Calçados:
evolução da massa de salários e dos salários médios – admissional e demissional
(2006 e 2007)**

	Massa de salário admissional (R\$ milhões)		Massa de salário demissional (R\$ milhões)		Salário admissional médio (R\$)		Salário demissional médio (R\$)	
	2006	2007	2006	2007	2006	2007	2006	2007
Total da Indústria	1.650,5	2.071,7	1.744,3	2.055,2	619	672	723	764
Couro e Calçados	97,8	113,3	108,8	119,4	480	516	536	567
Calçados	83,4	94,7	92,8	97,8	509	512	561	562
Artefatos	8,3	8,6	9,4	10,1	502	505	550	553
Couro	11,9	12,6	12,8	13,9	531	532	619	619

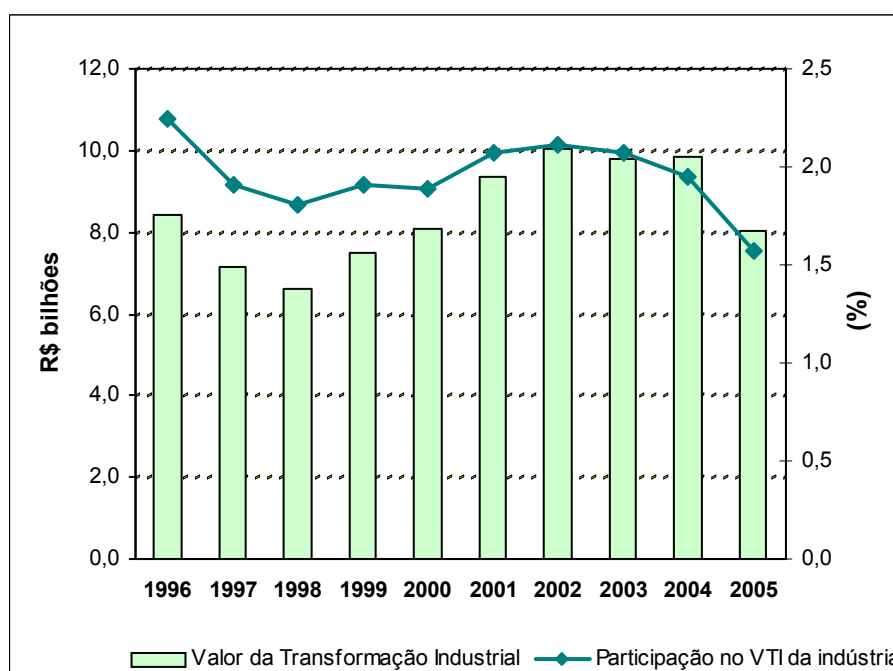
Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados do CAGED/MTE.

3.3 Produção e valor adicionado

O desempenho do setor observado pelo Valor da Transformação Industrial (VTI), uma aproximação do valor adicionado, divulgado pela PIA do IBGE, foi desfavorável entre 1996 e 2005. Houve redução do valor adicionado pelo setor de couro e calçados no período citado (-4,9% ou -0,6% ao ano), o que certamente contrasta com o crescimento verificado na indústria brasileira (3,5% ao ano). Ocorreu uma queda na participação do VTI do setor de couro e calçados no total do VTI da indústria no período. Entre 1996 e 2005, a participação do setor no total do VTI da indústria saiu de 2,2% para 1,6% (Gráfico 1).

Alguns elementos contribuem para explicar o desempenho do setor no período analisado. Em primeiro lugar, por se tratar de um bem de consumo não-durável, a evolução da renda afeta diretamente a produção do setor. O período analisado foi marcado pela semi-estagnação nos níveis de renda e consumo, não favorecendo a expansão da produção de calçados. Por outro lado, como analisado anteriormente, o setor direciona uma parcela relevante da produção para o mercado externo, fazendo com que a taxa de câmbio tenha efeitos importante sobre as exportações e, portanto, sobre os níveis de produção. É possível observar, assim, que, por exemplo, nos períodos de valorização cambial, como de 1996 a 1999, e no período mais recente a partir de 2004, o câmbio afetou negativamente o desempenho do setor.

Gráfico 1 – Evolução do VTI da indústria de couro e calçados e participação no total do VTI da indústria brasileira (1996-2005)



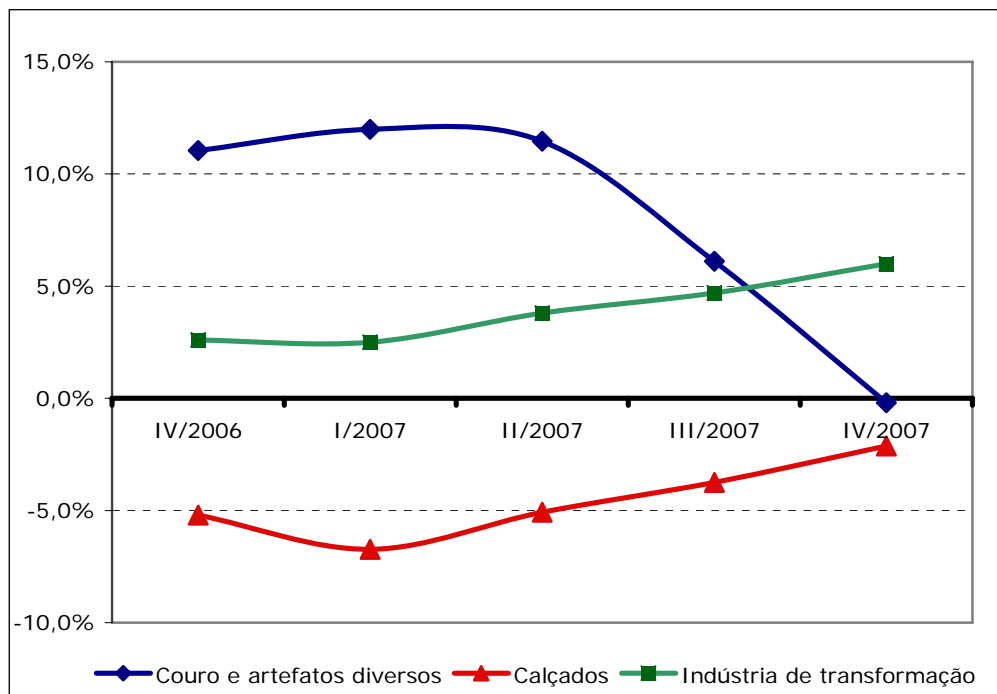
Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da PIA/IBGE.

Uma análise da evolução mais recente da produção física torna-se necessária para vislumbrar algumas tendências atuais. No biênio 2006-2007, segundo dados da Pesquisa Industrial Mensal-Produção Física (PIM-PF/IBGE), houve um desempenho negativo do total da produção de couro e de calçados (-2,7% em 2006 e -2,2% em 2007), o que certamente contrastou com a evolução positiva da produção física da indústria de transformação (2,6% em 2006 e 6% em 2007).

O desempenho da produção conjunta dos segmentos de couro e de artefatos diversos (excluindo calçados), que correspondem a apenas 16% dos produtos do setor considerados pela pesquisa, foi bastante positivo em 2006 (aumento de 11%), bem como na primeira metade de 2007 (Gráfico 2). No entanto, houve menor crescimento na segunda metade do ano passado, que fechou com uma pequena queda na produção (-0,2%), mostrando uma reversão do comportamento positivo anterior. Por sua vez, a produção de calçados, que representam grande parte (84%) dos produtos pesquisados, acumulou uma queda considerável de -5,2% em 2006, gradativamente amenizada ao longo de 2007, mas sem reverter o comportamento negativo anterior, considerando

que o ano passado também fechou com uma queda da produção física de calçados (-2,1%).

Gráfico 2 – Indústria de Transformação e Indústria de Couro e Calçados: variação da produção física (taxa acumulada nos últimos quatro trimestres – 2006-2007)



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

Portanto, o setor de couro e calçados foi uma exceção à generalização do crescimento industrial verificado em 2007. O segmento de calçados liderou o comportamento negativo da produção, principalmente considerando seu significativo peso no setor analisado. Esse desempenho da produção física, dada sua dependência da demanda externa, 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, que tem funcionado como uma dificuldade a ser superada para se atingir uma maior inserção comercial externa (pontos tratados no próximo item).

A perda de mercado externo tem certamente incentivado um redirecionamento das vendas para o mercado interno por parte de muitas empresas brasileiras, principalmente aquelas de pequeno e médio porte que não conseguem enfrentar a concorrência externa mais intensa. Contudo, o aquecimento da demanda interna não está conseguindo compensar até o momento a perda de mercado externo, mesmo porque tem sido acompanhada de uma elevação das importações de calçados (mais expressiva em termos de quantidade importada) em detrimento da produção interna. Este acirramento da entrada de produtos importados no mercado brasileiro pode continuar afetando negativamente a produção interna, mesmo considerando que as importações ainda não mantêm um peso relativo significativo sobre a produção e o consumo domésticos, como anteriormente apontado.

Seguindo a mesma característica encontrada em outros importantes países produtores e exportadores de couro e calçados, a produção brasileira tem se

concentrado geograficamente em algumas regiões do país, onde se formaram sistemas locais de produção (conhecidos também como Arranjos Produtivos Locais – APLs).

No Brasil, os principais pólos de produção de calçados são: o Vale dos Sinos, no Rio Grande do Sul; as cidades de Franca, Birigui e Jaú, em São Paulo; a cidade de Nova Serrana, em Minas Gerais; e os pólos de Juazeiro do Norte e de Campina Grande no nordeste brasileiro. Essas concentrações espaciais são geralmente formadas por um vasto grupo de pequenas empresas especializadas que se apropriam de um conjunto de benefícios gerados pela própria aglomeração de empresas e pelas recorrentes interações existentes entre elas. A concentração em sistemas locais de produção configura-se, assim, em um elemento fundamental para a competitividade das empresas calçadistas, principalmente as de menor porte, que aproveitam as externalidades positivas locais. Cabe destacar que as aglomerações espaciais de fabricantes brasileiros de calçados têm apresentado uma elevada capacidade produtiva, marcada por grande flexibilidade de atendimento a pequenos volumes de produção, destinados a faixas intermediárias do mercado, já que não apresentam a sofisticação e os preços dos produtos italianos e nem concorrem diretamente com os calçados mais simples e baratos chineses.

As regiões produtoras tradicionais têm sofrido uma perda de importância relativa nos últimos anos por conta de um recente movimento de deslocamento da produção brasileira de calçados para novas regiões, principalmente as localizadas no nordeste do país. Este movimento de realocação e de desconcentração regional da produção pode ser considerado mais uma importante característica da indústria brasileira de couro e calçados. Ele tem sido motivado pela necessidade de redução de custos decorrente da crescente concorrência internacional. A redução de custos está especialmente relacionada à oferta de mão-de-obra mais barata e aos incentivos fiscais oferecidos por governos estaduais.

Tal movimento tem, contudo, se restringido às grandes empresas calçadistas, que transferem principalmente etapas do processo de produção para diferentes localidades, mantendo as funções de desenvolvimento de produto, de gestão da produção e de comercialização nas regiões tradicionais, onde se encontram suas matrizes. As grandes empresas conseguem realizar o deslocamento da produção, principalmente para o nordeste, porque possuem maior poder de barganha junto às instituições locais; maior capacidade de internalizar funções essenciais à nova configuração produtiva, como a gestão de uma produção disseminada pelo território nacional; assim como maior capacidade de influenciar a decisão de fornecedores, que acabam seguindo o movimento de realocação da produção de seus principais clientes (Garcia e Madeira, 2007).

3.4 Consumo e Comércio Exterior

O consumo aparente de calçados (produção + importação - exportação), divulgado pela Associação Brasileira de Calçados (ABICALÇADOS, 2007) apresentou um crescimento de 6,4% entre 2004 e 2006 (Tabela 9). Esse resultado foi acompanhado por uma estagnação do consumo per capita no período considerado (que se manteve em torno de 3 pares/ano).

A produção física de calçados já havia sofrido uma pequena queda entre 2004 e 2006, que se estendeu para 2007 (Gráfico 2), como já foi mencionado. Houve também redução do volume das exportações, enquanto a quantidade importada

aumentou no período. É possível observar também a baixa participação das importações no consumo aparente de calçados (cerca de 3% em 2006). Ou seja, as importações não têm um peso relevante, em termos de volume, no consumo doméstico de calçados. Por sua vez, a participação das exportações na produção doméstica de calçados tem sido significativa (atingindo uma média anual de quase 25% no período). Em outras palavras, a indústria brasileira de calçados tem destinado parcela importante de sua produção ao mercado externo. Isso pode ser considerado uma de suas principais características: sua significativa inserção internacional. Portanto, uma perda de mercados externos e a decorrente queda do volume exportado pode ajudar a explicar a redução recente da produção física de calçados.

**Tabela 9 – Consumo Aparente de Calçados
(2004-2006)**

	(em milhões de pares)		
	2004	2005	2006
Produção	800	806	796
Importação	9	17	19
Exportação	212	190	180
Consumo Aparente	597	633	635
Consumo per capita (em pares)	3,41	3,42	3,26

Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados da ABICALÇADOS, 2007.

Uma análise mais detalhada do comércio externo do setor de couro e calçados permite avaliar o comportamento do valor de suas exportações e importações e sua contribuição para balança comercial da indústria brasileira. Os segmentos de couro e de calçados têm apresentado persistentes superávits comerciais no período compreendido entre 2000 e 2007 (Tabela 10). Em 2007, enquanto o país exportou cerca de US\$ 2.192 milhões em couro e US\$ 2.037 milhões em calçados, as importações somaram apenas US\$151 milhões em couro e US\$ 222 milhões em calçados, produzindo um superávit comercial, respectivamente, de US\$ 2.042 milhões e US\$ 1.815 milhões.

**Tabela 10 – Comércio externo dos segmentos de couro e de calçados
(2000-2007)**

	(US\$ milhões)					Variação/ Participação média anual (%)
	2000	2002	2004	2006	2007	
Exportação						
Couro	758,8	958,8	1.288,7	1.875,3	2.192,3	16,4
Participação na indústria (%)	1,8	2,3	1,9	1,9	1,9	2,0
Calçados	1.617,2	1.516,4	1.903,8	1.966,6	2.036,9	3,4
Participação na indústria (%)	4,0	3,6	2,8	2,0	1,8	2,8
Indústria Geral	41.034,8	42.202,0	67.510,8	98.916,3	113.573,2	15,7
Importação						
Couro	179,3	115,4	154,0	137,3	150,7	(2,4)
Participação na indústria (%)	0,34	0,26	0,26	0,16	0,13	0,2
Calçados	48,6	50,1	72,2	149,2	222,2	24,3
Participação na indústria (%)	0,09	0,11	0,12	0,17	0,19	0,1
Indústria Geral	51.975,7	43.937,7	59.658,4	87.077,3	114.822,6	12,0
Saldo comercial						
Couro	579,5	843,3	1.134,7	1.738,0	2.041,6	-
Calçados	1.568,6	1.466,4	1.831,6	1.817,4	1.814,7	-
Indústria Geral	(10.940,9)	(1.735,7)	7.852,4	11.839,0	(1.249,4)	-

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

O segmento de couro tem apresentado uma elevação anual do saldo comercial positivo, puxado tanto pelo grande aumento do valor das exportações (16,4% ao ano) quanto pela diminuição do valor das importações (-2,4% ao ano) no período citado. Por sua vez, o segmento de calçados também tem apresentado aumento do superávit comercial, apesar da elevação do valor das importações (24,3% ao ano) ter superado o aumento do valor das exportações (3,4% ao ano) no período analisado. Isso porque o patamar das importações de calçados tem se mantido anualmente muito inferior ao das exportações no período (em torno de 5% em média), fato também observado no segmento de couro. Portanto, a indústria de couro e calçados brasileira tem contribuído de forma positiva para o resultado da balança comercial do país, apesar da aceleração recente das importações de calçados.

Detalhando um pouco mais a elevação do valor das exportações de calçados, cabe destacar que tem sido provavelmente puxada pelo incremento do preço médio dos produtos exportados, considerando a queda das quantidades exportadas, como foi mencionado. O preço médio dos calçados brasileiros de cabedal de couro exportados aumentou de aproximadamente US\$ 11 em 2000 para algo em torno de US\$ 16 em 2006 (Comtrade). Por um lado, isso decorreu da concentração das exportações brasileiras de calçados em um tipo de produto, que apresenta um preço médio de exportação mais elevado e que responde por cerca de 80% das vendas externas totais do segmento brasileiro de calçados em termos de valor – calçados com cabedal de couro (Garcia e Madeira, 2007). Por outro lado, resultou da diversificação de mercados compradores externos, com crescente participação de mercados mais exigentes e sofisticados, que permitiu a elevação dos preços médios internacionais de calçados brasileiros (como será apontado adiante).

No período 2000-2007, a participação média anual das exportações dos segmentos de couro e de calçados nas exportações totais da indústria brasileira foi de, respectivamente, 2% e 2,8% (Tabela 10). Observa-se que houve uma certa estagnação no caso da participação das exportações de couro ao longo do período analisado (1,8% em 2000 e 1,9% em 2006 e 2007) e uma importante queda no caso das exportações de calçados (4% em 2000 para 1,8% em 2007). O dinamismo das exportações de calçados tem sido menor comparado aquele observado nas exportações da indústria em geral, cujo crescimento médio anual foi bastante superior (15,7% ao ano) no período citado. Ademais, como apontado anteriormente, houve uma queda da participação das exportações brasileiras de calçados nas exportações mundiais (de 3,7% em 2000 para 2,9% em 2006 – Tabela 3).

Tudo isso deixa transparecer a dificuldade enfrentada pela indústria brasileira de calçados no mercado internacional devido à crescente disputa com produtores asiáticos, especialmente chineses, bem como ao processo de sobrevalorização cambial, o que se torna muito relevante para uma indústria marcada por uma significativa inserção internacional. O destaque no âmbito mundial ficou para o segmento brasileiro de couro, que elevou sua participação nas exportações mundiais de 5% em 2000 para 8,7% em 2006 (Tabela 3). A dificuldade da indústria brasileira, portanto, parece se restringir ao segmento de calçados, que apresenta maior valor agregado se comparado ao couro.

Por sua vez, a participação média anual das importações dos segmentos de couro e de calçados nas importações totais da indústria brasileira foi de, respectivamente, 0,23% e de 0,14%. Cabe destacar um pequeno aumento no caso da participação das importações de calçados, mas ainda se mantendo em patamar muito

reduzido. Portanto, os produtos do setor de couro e calçados têm um peso reduzido na pauta tanto das exportações quanto das importações brasileiras. O peso das exportações de calçados na pauta de exportações brasileiras tem sido inclusive decrescente. As importações de calçados também têm um papel pouco relevante, como anteriormente mencionado, para o consumo doméstico.

Neste contexto, torna-se interessante analisar os principais destinos das exportações e origens das importações dos produtos do setor de couro e calçados.

No que se refere ao couro, observa-se que os principais destinos das exportações brasileiras no ano passado foram: Itália (28,5%), China (22,4%), EUA (10,9%), Hong Kong (10,8%), Indonésia (2,5%) e Vietnã (2,5%), alguns deles importantes produtores e exportadores mundiais de calçados que utilizam matéria-prima brasileira (Tabela 11). Entre 2000 e 2007, Itália, EUA e Hong Kong mantiveram participações elevadas como destinos das exportações brasileiras de couro. Nesse período, contudo, houve importantes mudanças nos principais destinos, com a entrada tanto da grande produtora mundial de calçados (China) no grupo dos maiores destinos, passando de uma participação reduzida de 3,1%, em 2000, para o segundo lugar com 22,4%, em 2007, quanto de outros importantes produtores de calçados asiáticos (Indonésia, Vietnã e Coreia do Sul), que aumentaram de forma intensa suas importações de couro brasileiro, embora de produtos com menor valor agregado (couro semi-acabado). Em 2007, Itália e China foram responsáveis por mais da metade das compras de couro brasileiro. Houve também aumento da participação conjunta dos atuais 10 maiores destinos: 72,8%, em 2000, para 84,5%, em 2007.

Historicamente, as vendas externas de couro brasileiro estiveram vinculadas às exportações de couro semi-acabado (principalmente o chamado *wet blue*), mas houve um crescimento recente das exportações de couro acabado, que passaram a representar aproximadamente 50% das vendas externas brasileiras de couro em 2007 (Garcia e Madeira, 2007). Isso significou uma elevação do valor agregado do couro exportado pela indústria brasileira, contribuindo certamente para o aumento do valor de suas exportações nos últimos anos.

Observa-se, então, uma elevada e crescente concentração das exportações de couro no que se refere ao seu destino, acompanhada por importantes mudanças no grupo dos principais países compradores, principalmente com a emergente participação da China, que se tornou grande compradora da matéria-prima brasileira. Ademais, destaca-se a elevação do valor agregado do produto exportado pelo segmento brasileiro de couro.

Tabela 11 - Exportações do segmento brasileiro de couro segundo os principais países de destino (2000 e 2007)

Ranking ⁽¹⁾	2000			2007			Δ% 2000-07
	(US\$ milhões)	Particip. (%)	Acumulado (%)	(US\$ milhões)	Particip. (%)	Acumulado (%)	
1. Itália	305,10	40,2	40,2	625,4	28,5	28,5	105,0
2. China	23,9	3,1	43,3	490,3	22,4	50,9	1951,5
3. EUA	74,9	9,9	53,2	239,7	10,9	61,8	220,0
4. Hong Kong	101,8	13,4	66,6	237,7	10,8	72,6	133,5
5. Indonésia	3,0	0,4	67,0	53,6	2,5	75,1	1686,7
6. Vietnã	1,4	0,2	67,2	53,6	2,5	77,6	3728,6
7. Coréia do Sul	10,4	1,4	68,6	41,5	1,9	79,5	299,0
8. Países Baixos	14,5	1,9	70,5	38,1	1,7	81,2	162,8
9. México	2,8	0,4	70,9	37,8	1,7	82,9	1250,0
10. Taiwan	14,3	1,9	72,8	33,9	1,6	84,5	137,1
Outros	206,6	27,2	100	340,7	15,5	100	64,9
Total	758,8	100	-	2.192,3	100	-	188,9

(1) Ranking de 2007.

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

Em se tratando de calçados, os principais destinos das exportações brasileiras no ano passado foram: Estados Unidos (35,3%), Reino Unido (11,3%), Argentina (8,5%), Itália (4,6%) e Alemanha (4,5%) (Tabela 12). Os Estados Unidos se mantiveram como o principal mercado para os calçados brasileiros, mas com participação decrescente (66,8% em 2000 para 35,3% em 2007). A redução das exportações para o mercado norte-americano (em valor e participação) refletiu a intensa concorrência externa combinada à valorização cambial, mas também um esforço de redirecionamento das vendas externas realizado pelas fabricantes brasileiras (Garcia e Madeira, 2007). No período analisado, a Itália surgiu no grupo dos 5 maiores destinos das exportações de calçados brasileiros. A Itália passou de 17º lugar em 2000 para 4º lugar em 2007 em decorrência de uma das maiores taxas de crescimento das importações de calçados brasileiros ocorrida no período analisado. A presença da Itália e do Reino Unido no grupo dos principais destinos das exportações brasileiras de calçados revela que mercados considerados mais exigentes têm sido atingidos por produtos brasileiros.

Tabela 12 - Exportações do segmento brasileiro de calçados segundo os principais países de destino (2000 e 2007)

Ranking ⁽¹⁾	2000			2007			Δ% 2000-07
	(US\$ milhões)	Participação (%)	Acumulado (%)	(US\$ milhões)	Participação (%)	Acumulado (%)	
1. EUA	1.080,7	66,8	66,8	719,3	35,3	35,3	(33,4)
2. Reino Unido	110,8	6,8	73,6	230,0	11,3	46,6	107,6
3. Argentina	129,2	8,0	81,6	173,7	8,5	55,1	34,4
4. Itália	6,3	0,4	82,0	94,4	4,6	59,7	1.398,4
5. Alemanha	34,8	2,2	84,2	91,9	4,5	64,2	164,1
6. Venezuela	12,2	0,7	84,9	67,2	3,3	67,5	450,8
7. Espanha	2,1	0,1	85,0	59,4	2,9	70,4	2.728,6
8. Canadá	33,7	2,1	87,1	46,1	2,3	72,7	36,8
9. Países Baixos	15,6	1,0	88,1	45,9	2,2	74,9	194,2
10. México	9,8	0,6	88,7	39,3	1,9	76,8	301,0
Outros	182,0	11,3	100,0	469,8	23,2	100,0	158,1
Total	1.617,2	100,0	-	2.036,9	100,0	-	26,0

(1) Ranking de 2007.

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

Um importante mercado para as exportações brasileiras de calçados é o argentino, que ocupou a terceira colocação (8,5%) no ranking de 2007. Nesse caso, cabe lembrar as restrições impostas pelo governo argentino (2005) ao comércio de diversos produtos brasileiros, incluindo calçados, por meio do estabelecimento de cotas de importação, que, se não foram capazes de reduzir a dimensão das exportações de calçados para o país vizinho no período recente, podem ter contribuído para evitar um maior crescimento de sua participação no conjunto de países compradores.

De forma geral, os países integrantes do grupo dos 5 maiores se mantiveram como os principais destinos das exportações de calçados com pequenas variações de suas posições relativas. Houve, contudo, uma queda de sua participação conjunta de 84,2%, em 2000, para 64,2%, em 2007, combinada ao crescimento expressivo das exportações para outros destinos. Em 2000, 88,7% das exportações de calçados se concentravam nos atuais 10 principais países de destino, passando para 76,8% em 2007. Conclui-se, então, pela existência de uma diversificação recente do destino das exportações de calçados brasileiros, apesar da ainda elevada, embora cadente, concentração para os Estados Unidos. Ademais, destaca-se a participação de mercados mais exigentes, como os europeus (Reino Unido, Itália, Alemanha e Espanha) e de mercados latino-americanos (Argentina, Venezuela e México) como importantes destinos dos calçados brasileiros.

Uma análise dos preços médios praticados nos maiores mercados compradores de calçados brasileiros ajuda a identificar a forma de inserção externa dos produtores brasileiros. No período 2000-2006, 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 13). Na média mundial, os preços se elevaram de US\$ 11,4 em 2000 para US\$ 16,3 em 2006. Os calçados exportados para a China também apresentaram elevação de preço médio no período. A provável causa da elevação dos preços médios é a mudança estratégica das principais empresas exportadoras brasileiras no sentido do fornecimento de produtos diferenciados com maior valor agregado, inclusive para mercados historicamente mais sofisticados. Isso indica uma ênfase na atuação em faixas intermediárias do mercado internacional, tanto em termos de sofisticação quanto de preço médio dos produtos exportados. Essa mudança tem sido provavelmente estimulada pela acirrada concorrência externa e pela perda recente de mercados consumidores internacionais, principalmente para os calçados chineses, mais simples e mais baratos, que ainda ocupam uma faixa inferior do mercado.

Tabela 13 – Brasil: evolução dos preços médios de exportação dos calçados de cabedal de couro por principais destinos (2000, 2004 e 2006) (US\$)

Principais destinos ⁽¹⁾	2000	2004	2006
1. EUA	11,4	11,5	15,8
2. Reino Unido	15,0	15,9	18,7
3. Argentina	10,0	11,0	14,9
4. Itália	16,3	14,9	19,9
5. Alemanha	11,2	17,8	20,8
China	11,4	12,7	17,9
Mundo	11,4	11,8	16,3

(1) Principais destinos das exportações brasileiras de calçados em 2007 (Secex).
Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados Comtrade.

A China mantém preços médios de seus calçados persistentemente mais baixos em todos os países analisados, apesar de se observar uma tendência de elevação ao longo da década atual, o que pode indicar o começo de um movimento no sentido de faixas intermediárias do mercado (Tabela 14). Na média mundial, os preços de exportação dos calçados de couro chineses se elevaram de US\$ 5,3 em 2000 para US\$ 6,3 em 2006. Contudo, mantiveram-se em um patamar menor do que a metade dos preços médios de exportação brasileiros.

Tabela 14 – China: evolução dos preços médios de exportação dos calçados de cabedal de couro por país comprador (2000, 2004 e 2006) (US\$)

Países ⁽¹⁾	2000	2004	2006
EUA	5,4	5,6	6,3
Reino Unido	6,0	6,5	7,0
Argentina	8,6	8,5	9,4
Itália	5,7	6,7	8,5
Alemanha	5,8	6,8	6,7
Brasil	7,3	9,1	9,8
Mundo	5,3	5,5	6,3

(1) Principais destinos das exportações brasileiras de calçados em 2007 (Secex).
Fonte: Elaboração NEIT/IE/UNICAMP com base em dados Comtrade.

Portanto, conclui-se pela elevação dos preços médios de exportação de calçados brasileiros, que tem contribuído certamente para o aumento do valor das exportações brasileiras do produto, mesmo em um período de acirrada concorrência internacional, principalmente de exportadores asiáticos, quando os volumes exportados tendem a sofrer contínua redução.

Em 2007, os principais países de origem das importações brasileiras de calçados foram: China (69,7%), Vietnã (13,5%), Indonésia (5,6%), Itália (4,3%) e Tailândia (1,2%) (Tabela 15). Entre 2000 e 2007, o grupo dos 5 principais países se manteve, com pequenas mudanças nas posições relativas. A participação desse grupo nas importações brasileiras de calçados aumentou de 79,9% em 2000 para 94,2% em 2007, revelando um aumento da concentração dos países de origem dos calçados (a única exceção foi a Tailândia, que reduziu o valor exportado, assim como sua participação no grupo).

Tabela 15 - Importações do segmento brasileiro de calçados segundo os principais países de origem (2000 e 2007)

Ranking ⁽¹⁾	2000			2007			Δ% 2000-07
	(US\$ milhões)	Participação (%)	Acumulado (%)	(US\$ milhões)	Participação (%)	Acumulado (%)	
1. China	19,9	41,0	41,0	154,9	69,7	69,7	678,3
2. Vietnã	5,2	10,7	51,7	30,0	13,5	83,2	480,6
3. Indonésia	6,7	13,8	65,5	12,4	5,6	88,8	84,7
4. Itália	3,5	7,2	72,7	9,5	4,3	93,1	171,1
5. Tailândia	3,5	7,2	79,9	2,6	1,2	94,2	(24,0)
6. Hong Kong	3,2	6,7	86,6	2,0	0,9	95,2	(38,0)
7. Argentina	0,7	1,5	88,1	1,8	0,8	96,0	145,8
8. EUA	0,9	2,0	90,1	1,3	0,6	96,5	33,4
9. Espanha	1,1	2,3	92,4	1,0	0,4	97,0	(12,5)
10. Taiwan	0,8	1,6	94,0	1,0	0,4	97,4	25,8
Outros	3,0	6,1	100,0	5,8	2,6	100,0	92,5
Total	48,6	100,0	-	222,2	100,0	-	357,7

(1) Ranking de 2007.

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

O destaque do crescimento das importações é da China, de onde vieram US\$ 41 milhões em calçados, em 2000, e US\$ 154,9 milhões, em 2007 (aumento de 678,3%, no período). A observação da balança comercial brasileira de calçados com a China mostra um resultado líquido negativo para o Brasil. O Vietnã também aumentou suas exportações de calçados para o mercado brasileiro no período analisado (aumento de 480,6%), bem como sua participação no grupo dos maiores países de origem (de 10,7% em 2000 para 13,5% em 2007), ultrapassando a Indonésia e alcançando a segunda posição no ano passado, apesar da expressiva distância com relação ao primeiro colocado: China.

A crescente participação dos países asiáticos na pauta brasileira de importações de calçados reflete a importância que os países citados 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 plásticos montados – composições tipicamente encontradas na produção de tênis, que corresponderam conjuntamente a 60% das importações brasileiras em 2006 (Garcia e Madeira, 2007).

Portanto, finalizando a caracterização da indústria brasileira de couro e calçados, destacam-se alguns pontos relevantes: a heterogeneidade de sua estrutura; a elevada concentração em um número reduzido de grandes empresas; o uso intensivo de mão-de-obra e o grande potencial de geração de emprego; a manutenção de níveis reduzidos de remuneração média do trabalho; a concentração geográfica da produção em regiões tradicionais, apesar do recente movimento de realocação e de desconcentração regional da produção; e, por fim, a significativa inserção internacional, com a exportação de uma considerável parte de sua produção doméstica, levando o país a ocupar uma posição de destaque no comércio internacional de couro e calçados.

Por sua vez, os dados e informações analisados mostraram um desempenho relativamente desfavorável da indústria brasileira de couro e calçados nos últimos anos, marcado por uma redução de seu valor adicionado e de sua participação no

valor adicionado total da indústria brasileira e pela queda de produção física de calçados no último biênio. Por um lado, tal desempenho da produção decorreu da crescente concorrência internacional e da perda de importantes mercados consumidores externos, considerando que a indústria coureiro-calçadista brasileira possui uma significativa dependência de sua inserção internacional. Por outro lado, o fraco desempenho da indústria brasileira de uma forma geral ao longo da década de 2000, somente revertido de forma mais consistente no ano passado, também contribuiu para o desempenho desfavorável do setor analisado, que, em grande medida, depende do comportamento do mercado interno, destino da maior parte de sua produção. Ademais, a própria recuperação recente da demanda interna, acompanhada por uma elevação das importações de calçados, pode ter contribuído para o desempenho desfavorável da produção interna. Por fim, o desempenho da indústria calçadista brasileira também deixa transparecer algumas de suas fragilidades competitivas, como será apontado no próximo item.

Não se pode esquecer que a indústria de couro e calçados brasileira tem contribuído positivamente para o saldo comercial do país, apesar da aceleração recente das importações de calçados. Contudo, o dinamismo das exportações de calçados tem sido menor comparado aquele observado nas exportações da indústria em geral e a participação das exportações brasileiras de calçados nas exportações mundiais tem sofrido redução. Isso demonstra a dificuldade enfrentada pela indústria brasileira de calçados no mercado externo por conta do crescente embate com produtores asiáticos, especialmente chineses.

Apesar do fraco desempenho nos últimos anos, a perspectiva de maior crescimento da economia brasileira e o movimento de reestruturação e de redirecionamento das vendas externas das principais empresas do setor, especialmente daquelas produtoras e fornecedoras de calçados no âmbito mundial, abre a possibilidade de que seu desempenho venha a ser mais positivo no futuro. Com base nessas considerações, pode-se afirmar que o setor brasileiro de couro e calçados enfrenta o grande desafio de encontrar novas formas de se tornar mais competitivo. No próximo item, apontam-se os principais fatores de competitividade relacionados à indústria de couro e calçados.

4. Principais fatores de competitividade

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 couro e 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, objetivando o fortalecimento da marca e dos canais de venda; e (4) o fortalecimento de sistemas locais de produção. A análise da presença desses fatores de competitividade na indústria brasileira de couro e calçados deve considerar o caráter heterogêneo de sua estrutura, marcada pela convivência de pequenas e médias empresas, muitas delas geograficamente aglomeradas, com grandes empresas que detêm considerável poder de mercado.

A capacidade de inovação e de diferenciação de produtos é um aspecto importante para a competitividade do setor analisado. Especialmente o desenvolvimento do *design* conforma um significativo espaço de atuação para os fabricantes de calçados, que desejam manter vantagens competitivas baseadas na capacidade de diferenciação dos produtos e não somente na concorrência exclusivamente através de preços.

Esse fator parece adquirir maior importância para as grandes empresas historicamente atuantes em mercados externos que têm enfrentado a crescente ameaça dos produtos mais simples e mais baratos fabricados principalmente por produtores asiáticos, sobretudo chineses. Isso porque a diferenciação de produtos pode ser um caminho para compensar a perda de mercados consumidores externos através do desenvolvimento, da produção e da comercialização de produtos mais sofisticados, de maior valor agregado, com preços médios mais elevados, que possam ocupar uma faixa intermediária do mercado consumidor de calçados.

Entretanto, as empresas de menor porte também podem se beneficiar do desenvolvimento de sua capacidade inovativa e de diferenciação de produtos, visando o atendimento a nichos mais especializados do mercado. Nesse sentido, tornam-se importantes políticas públicas voltadas especialmente para o suporte às menores empresas que não possuem capacidade de internalização do desenvolvimento de novos produtos, notadamente àquelas localizadas em importantes pólos de produção de calçados, que propiciam medidas de apoio aos arranjos produtivos locais. O fortalecimento de instituições de pesquisa e de sua interação com empresas e universidades torna-se uma ação relevante para o incremento da capacidade inovativa das fabricantes de calçados.

Um dos fatores mais críticos para o aumento de competitividade do setor de couro e calçados tem sido o aperfeiçoamento do processo de produção, em termos de utilização de equipamentos mais modernos (principalmente na etapa do corte do insumo, mas também nas etapas de criação e modelagem de calçados com auxílio de equipamentos eletrônicos); de maior racionalização e aprimoramento dos processos de produção (como o desenvolvimento de formas mais limpas e eficientes de tratamento do couro); e de aumento da escala (especialmente importante para competir em mercados externos) e de escopo da produção, com o objetivo de reduzir desperdícios, aumentar a produtividade, minorar custos e preços e melhorar a qualidade do produto final. Observa-se também, no que se refere à produção, a intensificação de práticas de subcontratação ou de realocação geográfica de partes ou de todo o processo de produção, com o objetivo específico de reduzir custos, principalmente do trabalho.

Novamente, as grandes empresas brasileiras têm conseguido realizar um movimento de mudança no processo de produção, tanto no que concerne à sua modernização e racionalização, quanto no que diz respeito ao aproveitamento de economias de escala e de escopo na produção. Elas também têm adotado a subcontratação parcial ou completa da produção, no plano nacional e externo, ou mesmo a realocação do processo de produção. Tais empresas subcontratam ou deslocam a produção para diferentes regiões, mantendo as atividades de desenvolvimento de produto e de comercialização em suas matrizes. Como anteriormente mencionado, o recente movimento de deslocamento da produção brasileira de calçados, principalmente para a região nordeste do país, também tem

sido liderado por grandes empresas motivadas pela redução do custo, notadamente da mão-de-obra, em um ambiente de acirrada concorrência.

Por sua vez, as pequenas empresas têm apresentado maiores dificuldades para acompanhar os desenvolvimentos tecnológicos relacionados ao processo produtivo, seja para comprar e utilizar máquinas e equipamentos mais modernos, seja para organizar e racionalizar o processo produtivo, mantendo características ainda muito artesanais que funcionam como limitações para o incremento da produtividade e da qualidade de seus produtos e para a redução dos custos de produção. Elas apresentam sérias dificuldades de gestão da produção e do trabalho e também não conseguem aproveitar as vantagens que decorrem da elevada escala de produção, fundamental para quem almeja alcançar uma inserção internacional. Políticas de incentivo ao desenvolvimento do processo produtivo de empresas de menor porte podem ser adotadas para, por exemplo, desonerar a compra de equipamentos e estimular a modernização e sofisticação de produtos e processos.

Um terceiro fator de competitividade do setor de calçados diz respeito ao desenvolvimento das atividades de promoção, comercialização e distribuição de produtos. O fortalecimento das marcas, por meio de elevados investimentos em propaganda, e a consolidação de canais de comercialização e de distribuição dos produtos, assim como sua diversificação, tornaram-se iniciativas crescentemente relevantes no ambiente competitivo. A importância das atividades de promoção dos produtos pode ser evidenciada no caso das grandes empresas de calçados esportivos, que comandam esforços de propaganda e de fortalecimento de suas marcas em escala planetária. Por sua vez, a importância da posse de ativos comerciais, considerando principalmente o acesso aos grandes mercados consumidores externos, pode ser observada por meio da destacada atuação dos compradores globais, que exercem controle sobre a cadeia produtiva de calçados no plano internacional.

Cabe lembrar que as grandes empresas brasileiras, que atingiram uma importante e diversificada inserção internacional, certamente apresentam vantagens de comercialização e de distribuição de seus produtos, inclusive no plano externo. Entretanto, políticas públicas voltadas para o fortalecimento de sistemas locais de produção podem transcender a esfera especificamente produtiva para incluir a esfera comercial, no sentido da promoção das marcas locais e do estímulo ao desenvolvimento conjunto de canais de comercialização e de distribuição, visando, por exemplo, o atendimento a um mercado consumidor mais sofisticado e exigente, inclusive em escala internacional.

Um último fator de competitividade a ser considerado é o fortalecimento de sistemas locais de produção, aprimorando as vantagens de aglomeração, como aquelas relacionadas à qualificação da mão-de-obra, à especialização dos fornecedores e às interações entre os agentes – por exemplo, na provisão de serviços. Como anteriormente mencionado, a concentração de empresas em sistemas locais de produção configura-se em aspecto essencial para a competitividade dos fabricantes de calçados, principalmente os de menor porte, que passam a ter a oportunidade de aproveitar externalidades positivas geradas localmente. Essas aglomerações espaciais são geralmente formadas por um amplo conjunto de pequenas empresas especializadas que se apropriam de benefícios gerados pela própria concentração e interação entre elas.

Os pólos brasileiros de produção de calçados têm conseguido apresentar uma significativa capacidade produtiva, muitas vezes com flexibilidade de atendimento a

pequenos volumes de encomendas, orientados a faixas intermediárias do mercado, pois não apresentam a sofisticação e os preços dos produtos italianos tampouco concorrem diretamente com os calçados mais simples e baratos chineses. Contudo, ainda se faz necessário fortalecer as economias de aglomeração, o desenvolvimento conjunto de tecnologia (produto e processo), a qualificação da força de trabalho e a gestão de ativos comerciais (como marcas e canais de comercialização), pois surtem efeitos extremamente positivos sobre a competitividade das empresas de calçados, principalmente as de pequeno porte.

Portanto, existem certamente vários desafios competitivos que devem ser enfrentados pela indústria brasileira de couro e calçados, principalmente por suas pequenas e médias empresas, quais sejam: desenvolvimento da capacidade de inovação e de diferenciação de produtos; aperfeiçoamento da gestão e do processo de produção e ganho de escala e de escopo; fortalecimento das marcas e desenvolvimento dos canais de comercialização e de distribuição. As dificuldades existentes acabam levando, por um lado, a produtos pouco diferenciados, por outro lado, a custos e preços mais elevados e, conseqüentemente, à perda de espaço das pequenas e médias empresas no ambiente competitivo, bem como ao deslocamento das exportações das grandes empresas brasileiras no mercado internacional.

A perspectiva de sustentação do crescimento econômico nos próximos anos cria estímulos tanto para a superação das fragilidades competitivas do setor quanto para o reforço de suas capacidades competitivas. O papel das políticas públicas no sentido de ajudar o setor produtivo nos pontos levantados acima pode se revestir de fundamental importância.

Referências bibliográficas

- 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.
- 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 Trabalho e do Emprego (MTE). **Relatório Anual de Informações Sociais (RAIS)**, vários anos.
- Organização das Nações Unidas (ONU). **United Nations Commodity Trade Statistics Database (Comtrade)**.
- 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.