

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, 1996 A 2003¹

José Venâncio de Resende²

Luís Henrique Perez³

1 - INTRODUÇÃO

A Ásia, onde vivem 3,7 bilhões das 6 bilhões de pessoas que formam a população do planeta, é a maior consumidora de calçados em nível global, apesar de o consumo *per capita* ser menor do que o dos continentes desenvolvidos (América do Norte e Europa). A produção mundial de calçados está concentrada em três países líderes em manufatura: China, Índia e Indonésia. A região produz 9,37 bilhões de pares, ou 75,2% do total global (dados de 2002). O consumo asiático é de 5,4 bilhões de pares (dados do mesmo ano), podendo chegar a 6,6 bilhões de pares em 2008, o que implicaria aumento de mais de 20% em termos de matéria-prima e acréscimo de 8% na participação relativa do consumo mundial (MERCADO ASIÁTICO, 2004).

A China produz 55% do calçado mundial e consome 21,4% do total (cifras de 2002). Seus produtos espalham-se por todo o planeta e apenas os Estados Unidos importam entre 1,4 bilhão e 1,5 bilhão de pares por ano daquele país. Se exporta US\$13 bilhões por ano em calçado, couro e manufaturas de couro e outros produtos relacionados, a China também importa US\$3 bilhões do mesmo tipo de produto. As importações de calçados da China cresceram 18% em volume, para 5,68 bilhões de pares, e 43% em valor, para US\$58,4 bilhões em 2002, comparado com 2001, segundo a Associação Chinesa de Indústrias de Couro. No entanto, a relação preço/volume das importações de Itália, Espanha e França representa um valor unitário muito superior à de países que exportam quantidades maiores para a China. Esse valor unitário superior representa o nicho de mercado disponível para os exportadores de calçado

de terminação média e alta, dirigido às classes médias. Porém, nenhum dos grandes produtores de calçados da América Latina (Brasil, México, Colômbia, Argentina, etc.) figura nesse *ranking* (MERCADO ASIÁTICO, 2004).

O Brasil produziu 665 milhões de pares de calçados em 2003, constituindo-se no terceiro maior produtor mundial atrás da China e da Índia. Quase um terço desse volume (189 milhões de pares) foi destinado à exportação. Com a importação de 5 milhões de pares, o País apresentou um consumo aparente de 481 milhões de pares, o equivalente a 2,8 pares por habitante, o mesmo consumo *per capita* de 2002. A indústria calçadista nacional é composta de 7,2 mil empresas, que geravam 280 mil empregos diretos em 2003 (PRESS KIT, 2004).

A indústria brasileira de calçados distribui-se por regiões fortemente concentradas em algum segmento. São exemplos a região gaúcha do Vale dos Sinos, especializada na produção de calçados de couro femininos; o pólo coureiro-calçadista de Franca (Estado de São Paulo), especializado na produção de calçados masculinos de couro; e as cidades paulistas de Birigüi (calçados infantis, com participação importante dos calçados sintéticos) e de Jaú (calçados femininos de couro, com ênfase no segmento de sandálias femininas). O fenômeno mais recente, contudo, é a forte tendência de deslocamento da produção em direção à região Nordeste do País. Várias empresas, especialmente as de maior porte, têm instalado unidades produtivas na região, principalmente nos Estados do Ceará e da Paraíba. Essas regiões oferecem como principais atrativos os incentivos fiscais aos investimentos e os menores custos da mão-de-obra (PROGRAMA SPd, 2004).

Durante quase toda a década de 1990, muitas empresas calçadistas das Regiões Sul e Sudeste foram se deslocando para o Nordeste à procura de mão-de-obra barata, incentivos dos governos estaduais e, em alguns casos, de uma produção voltada ao mercado externo. Com relação a este último aspecto, a vantagem do Nordeste é a

¹Trabalho registrado no CCTC n. IE-50/2004.

²Jornalista, Assistente Técnico de Pesquisa Científica e Tecnológica do Instituto de Economia Agrícola.

³Engenheiro Agrônomo, Mestre, Pesquisador Científico do Instituto de Economia Agrícola.

localização privilegiada em relação aos Estados Unidos, os principais importadores. Um dos fatores determinantes para a inserção externa do setor calçadista de estados nordestinos como o Ceará, terceiro maior produtor brasileiro de calçados, é a presença de empresas exportadoras que migraram do Sul/Sudeste. Um exemplo é a Grendene, que responde por 73% da produção cearense e por 50% das exportações do estado. Foram decisivas para essa migração de empresas a evolução dos mercados e a oferta internacional de calçados, na década de 1990, que resultaram no crescimento mais lento das importações de calçados brasileiros por parte dos Estados Unidos; no aumento da concorrência internacional devido às vantagens competitivas de novos países ofertantes superiores às brasileiras; e na concorrência das importações com o produto nacional por causa de mudanças na legislação e nas variáveis macroeconômicas básicas (câmbio, juros, etc.) (SANTOS; CORREA; ALEXIM, 2001).

A concentração regional da indústria calçadista, observada em outros países como Itália e Espanha, caracteriza-se pela presença de pequenos e médios produtores atuando em conjunto. Essa concentração geográfica e setorial favorece a criação de um tipo de estrutura produtiva, que gera, por meio da divisão do trabalho, externalidades positivas para o conjunto das empresas. A proximidade facilita a manutenção de relações de cooperação entre as empresas, especialmente nas chamadas áreas pré-competitivas como treinamento da mão-de-obra, prestação de serviços especializados e geração de informações. Essa característica do setor e o acirramento da concorrência internacional no mercado de calçados, especialmente com o avanço das exportações chinesas de produtos de baixo valor agregado, exigem investimentos mais elevados em desenvolvimento de produto e *design*. O futuro da inserção internacional da indústria calçadista brasileira está em grande parte vinculado à capacidade dos produtores de diferenciar produto (PROGRAMA SPd, 2004).

Neste cenário, o Governo Federal criou recentemente um programa que prevê a adoção de recomendações de políticas públicas prioritárias para a cadeia couro-calçados, contidas no documento Fórum de Competitividade da Cadeia Produtiva de Couro e Calçados, abrangendo as áreas de desoneração e financiamento da produção; fomento às exportações; capacitação tecnológica;

melhoria da qualidade e produtividade; e desenvolvimento regional (COSTA, 2002).

O objetivo deste estudo é analisar as exportações brasileiras de calçados no período 1996-2003, levando-se em conta os tipos de calçados, os estados de origem e os países de destino.

2 - MATERIAL E MÉTODO

Para se analisar as exportações brasileiras de calçado no período 1996 a 2003, foram utilizadas séries de dados do Ministério de Desenvolvimento e Indústria e Comércio Exterior (MDIC/SECEX, 2004).

Adotaram-se como metodologia os critérios de classificação da Associação Brasileira das Indústrias de Calçados (ABICALÇADOS) dos códigos da Nomenclatura Comum do MERCOSUL (NCM), ou seja, o Capítulo 64, excluindo-se 64.06, constituído por partes de calçados. Foram considerados calçados de plástico injetável, aqueles com código 64.01, de plástico montado com código 64.02, de couro os com código 64.03, tipo têxtil os com código 64.04 e outros os 64.05. Como indicação da evolução das exportações foram comparadas as médias dos quadriênios 1996-99 e 2000-03.

Para facilitar a compreensão, quando oportuno, os dados de quantidades foram expressos em milhão de pares, os dados de valor em milhão de dólares e os tipos de calçados dos grupos 64.01 (plástico injetável) e 64.02 (plásticos) foram agrupados sob a denominação de "plásticos".

Além de revisão de literatura e busca em diversos *sites* do setor, foram também utilizadas informações obtidas com especialistas e dirigentes de entidades representativas da cadeia couro-calçadista, por meio de entrevistas via telefone, pessoais e via correio eletrônico.

3 - RESULTADOS E DISCUSSÃO

3.1 - Exportações Brasileiras de Calçados por Estado de Origem

As exportações brasileiras de calçados, por um lado, tiveram expressivo aumento na quantidade (crescimento de 24,1% entre as mé-

dias dos primeiros e dos últimos quatro anos da série 1996-2003). Por outro, o valor total dessas exportações evoluiu apenas 8,1%, quando comparadas às médias dos dois subperíodos. Isso foi devido à mudança na proporção dos tipos de calçados exportados, particularmente na maior quantidade dos calçados de plástico, que são mais baratos que os de couro.

As exportações de calçados de couro no período apresentaram pequeno aumento na quantidade e uma pequena queda no valor, como resultado de queda no preço unitário.

A proporção de calçados de couro no valor total exportado caiu de 91,4% para 82,7%, enquanto a participação dos calçados de plástico (injetável + montado) aumentou de 3,8% para 12,5%.

A queda na participação dos calçados de couro na quantidade exportada foi mais acentuada, tendo variado de 80,0% em 1996 para 62,9% em 2003, enquanto os de plástico aumentaram de 14,4% para 31,1%.

A queda nos preços dos calçados de couro e a maior participação dos calçados de plástico na quantidade total exportada levaram à redução do preço médio de US\$10,98 por par para US\$8,21 (Tabela 1).

A origem do calçado brasileiro exportado mudou bastante no período. As exportações gaúchas e paulistas mantiveram-se relativamente estáveis, enquanto os Estados do Ceará, Paraíba e Bahia viram suas exportações de calçados crescerem, exponencialmente, de 6,5 milhões de pares para 45,7 milhões e de US\$13,8 milhões

TABELA 1 - Exportações Brasileiras por Tipo de Calçado, 1996-2003

Ano	Couro		Plástico		Têxtil		Outros		Total US\$ milhão
	US\$ milhão	%	US\$ milhão	%	US\$ milhão	%	US\$ milhão	%	
1996	1.433	91,4	60	3,8	40	2,6	34	2,2	1.567
1997	1.346	88,4	84	5,5	59	3,9	34	2,2	1.523
1998	1.161	87,3	96	7,2	54	4,1	19	1,4	1.330
1999	1.125	88,0	95	7,4	48	3,8	10	0,8	1.278
2000	1.338	86,5	140	9,1	57	3,7	12	0,7	1.547
2001	1.380	85,4	177	11,0	50	3,1	8	0,5	1.615
2002	1.266	87,4	135	9,3	38	2,6	10	0,7	1.449
2003	1.281	82,7	193	12,5	69	4,5	6	0,4	1.549

Ano	Couro		Plástico		Têxtil		Outros		Total milhão de pares
	Milhão de pares	%	Milhão de pares	%	Milhão de pares	%	Milhão de pares	%	
1996	114	80,0	21	14,4	5	3,5	3	2,1	143
1997	108	75,6	25	17,8	6	4,3	3	2,3	142
1998	97	73,8	27	20,3	5	4,0	2	1,9	131
1999	103	74,9	28	20,2	6	4,1	1	0,8	138
2000	117	72,2	38	23,1	6	4,0	1	0,7	162
2001	117	68,4	47	27,3	6	3,6	1	0,7	171
2002	117	71,6	40	24,4	6	3,3	1	0,7	164
2003	119	62,9	59	31,1	10	5,5	1	0,5	189

Ano	US\$/par				
	Couro	Plástico	Têxtil	Outros	Total
1996	12,56	2,91	8,15	11,32	10,98
1997	12,49	3,30	9,75	10,29	10,69
1998	12,01	3,61	10,30	7,80	10,16
1999	10,96	3,41	8,48	9,26	9,32
2000	11,41	3,75	8,82	8,74	9,52
2001	11,80	3,79	7,96	6,69	9,43
2002	10,82	3,38	6,84	8,37	8,83
2003	10,79	3,29	6,63	6,84	8,21

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

para US\$226,8 milhões. A importância relativa do calçado gaúcho caiu de 85,5% para 61,9%, enquanto a dos três estados nordestinos aumentou de 4,5% para 24,2% na quantidade; no valor exportado, a participação gaúcha caiu de 88,65% para 74,1%, enquanto os três estados nordestinos evoluíram de 0,8% para 14,6%. Os dados iniciais de 2004 (de janeiro a julho) confirmam a tendência de participação crescente dos estados nordestinos e decrescente do Rio Grande do Sul (Tabela 2).

As exportações gaúchas de calçados cresceram apenas 7,6% entre os quadriênios 1996-99 e 2000-03, na quantidade, e caíram 0,8% no valor. O aumento na quantidade enviada ao exterior ocorreu tanto nos calçados de plástico como nos de couro, mas o valor total foi reduzido devido à queda nos preços destes últimos (-7,1% entre os dois subperíodos).

O Rio Grande do Sul manteve a ampla predominância na exportação de calçados de couro sobre os outros tipos, tanto na quantidade quanto no valor. Os dados referentes ao período de janeiro a julho de 2004 indicam uma certa estabilidade nos preços dos calçados, que tiveram a queda mais acentuada nos anos 90s (Tabela 3).

O Estado reúne 2.838 empresas (38% do total nacional de 7.562 empresas, segundo dados de 2002), que empregam 130.418 pessoas (50% dos 262.085 trabalhadores do setor, conforme dados de 2002) (PRESS KIT, 2004). O setor coureiro-calçadista gaúcho, abrangendo os municípios de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha, evoluiu para um complexo dentro do qual existe um *cluster* completo, fundamentado em tecnologia. Reúne fabricantes de máquinas e produtos químicos, empresas produtoras de calçados, empresas distribuidoras, rede de bancos, entidades representativas do setor (associações e sindicatos), universidades e o Centro Tecnológico do Couro, Calçados e Afins (CTCCA), além de feiras locais como a de tecnologia. Trata-se de um complexo que surgiu de baixo para cima, uma estrutura emergente que se consolidou ao longo do tempo. Esse *cluster* constituiu-se em gerador de moda, de *design* e de inteligência do sistema, embora tenha perdido muitas empresas para o Nordeste, nos últimos anos atraídas por incentivos fiscais. O ciclo de vida característico do setor, estimado em 30 anos, não está se confirmando no caso gaúcho, por razões como: disponibilidade de couro de

qualidade, a principal matéria-prima; organização e atualização tecnológica do setor (na produção, na gestão e na logística do negócio) e competitividade internacional. Assim, é um complexo que possui as condições básicas para manter a eficiência atual pelo menos nos próximos dez anos. Na busca de novos mercados, os empresários da cadeia produtiva participam cada vez mais de feiras internacionais para exportar não apenas o produto final também máquinas, mas principalmente para o México (CAMERINI, 2004).

A exportação paulista de calçados apresentou elevado aumento na quantidade (crescimento de 47,5% entre as médias dos dois quadriênios do período), uma expansão menor no valor (14,0%) e acentuada queda nos preços (-22,2%). Mesmo assim, os preços dos calçados de couro foram 50% maiores que os dos gaúchos e da média brasileira, enquanto os calçados dos demais tipos tiveram preços inferiores aos dos seus similares gaúchos. Considerando os tipos de calçados, verifica-se que o aumento na quantidade exportada foi mais acentuado nos de plástico, mas ocorreu também com os de couro. A redução nos preços médios foi devida à queda nos preços dos calçados de couro e ao aumento na proporção de calçados de plástico exportados. No caso de São Paulo, os dados iniciais de 2004 mostram uma aparente reversão na tendência de aumento na proporção de calçados de plástico exportados e redução na de calçados de couro. Resta saber se tal fato é resultado de sazonalidade do mercado ou, como parece ser mais provável, as indústrias paulistas expandiram fortemente as exportações de calçados de couro, no inverso da tendência do restante do País (Tabela 4).

No Estado de São Paulo, o pólo calçadista de Franca reúne 500 empresas (com capacidade instalada para 37,2 milhões de pares por ano) e empregou 239.816 trabalhadores em 2003. Produziu 30 milhões de pares em 2002 dos tipos sapatos e botas de couro (masculino e feminino inclusive infantil), além de tênis (couro, lona e nylon), dos quais 80% destinados ao mercado interno. As exportações somaram US\$116,569 milhões em 2003, ao preço médio de US\$16,20 o par, e o destino principal foram os Estados Unidos (84,24% do total), seguidos da Argentina (1,64%). O Sindicato da Indústria de Calçados de Franca, em parceria com a Francal Feira e Empreendimentos e a APEX Brasil, realiza feiras e *show-rooms* em diversas capitais da América do Sul, bem

TABELA 2 - Exportações Brasileiras de Calçados, por Unidade da Federação, 1996 a 2004¹

Estado	Milhão de pares de sapatos									Média		Variação (%)
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1996-99	2000-03	
Ceará	3,8	10,2	15,1	17,5	18,5	22,2	23,6	35,7	25,3	11,6	25,0	114,8
Paraíba	2,7	2,9	3,1	2,3	3,0	4,3	4,5	5,7	6,7	2,8	4,4	59,6
Bahia	0,0	0,0	0,0	0,2	0,5	1,3	2,7	4,3	4,3	0,1	2,2	3.817,2
Minas Gerais	0,3	0,4	0,6	0,6	1,3	2,3	0,8	2,1	1,4	0,4	1,6	273,4
São Paulo	11,7	11,4	10,8	11,5	15,4	17,3	14,9	19,3	13,5	11,3	16,7	47,5
Santa Catarina	1,7	1,5	1,1	1,4	1,3	1,3	1,2	1,3	1,1	1,4	1,3	-10,9
Rio Grande do Sul	122,0	115,7	99,7	103,0	121,4	121,2	114,7	116,8	73,7	110,1	118,5	7,6
Brasil	142,7	142,5	131,0	137,2	162,5	171,2	164,0	188,7	128,8	138,3	171,6	24,1

Estado	US\$/milhão									Média		Variação (%)
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1996-99	2000-03	
Ceará	10,1	35,1	65,2	71,3	81,1	106,4	110,7	167,2	109,0	45,4	116,4	156,1
Paraíba	3,7	3,9	9,8	16,3	17,0	26,6	23,7	31,8	22,1	8,4	24,8	193,5
Bahia	0,0	0,0	0,1	1,7	4,9	8,9	16,7	27,8	28,4	0,5	14,6	3.109,9
Minas Gerais	3,8	3,8	3,2	3,4	5,6	11,6	4,8	11,5	9,4	3,5	8,4	135,8
São Paulo	149,2	127,2	98,7	90,2	135,4	133,0	115,9	145,8	117,8	116,3	132,6	14,0
Santa Catarina	9,7	9,3	5,4	6,0	6,4	6,7	6,9	8,0	6,3	7,6	7,0	-8,2
Rio Grande do Sul	1.388,9	1.341,6	1.144,0	1.084,7	1.292,3	1.316,7	1.165,0	1.147,3	725,1	1.239,8	1.230,3	-0,8
Brasil	1.567,2	1.522,9	1.330,5	1.277,8	1.546,7	1.615,3	1.448,9	1.549,1	1.026,6	1.424,6	1.540,0	8,1

Estado	Preço em US\$/par									Média		Variação (%)
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1996-99	2000-03	
Ceará	2,7	3,4	4,3	4,1	4,4	4,8	4,7	4,7	4,3	3,6	4,6	27,9
Paraíba	1,4	1,3	3,2	7,0	5,6	6,2	5,2	5,5	3,3	3,2	5,6	75,2
Bahia	5,6		12,1	7,8	8,9	6,9	6,2	6,4	6,7	8,5	7,1	-16,6
Minas Gerais	14,0	10,4	5,7	6,1	4,4	5,0	5,8	5,4	6,5	9,0	5,1	-43,2
São Paulo	12,8	11,2	9,1	7,9	8,8	7,7	7,8	7,6	8,7	10,2	8,0	-22,2
Santa Catarina	5,7	6,4	4,9	4,4	4,8	5,2	5,9	6,3	5,9	5,3	5,6	4,4
Rio Grande do Sul	11,4	11,6	11,5	10,5	10,6	10,9	10,2	9,8	9,8	11,2	10,4	-7,8
Brasil	11,0	10,7	10,2	9,3	9,5	9,4	8,8	8,2	8,0	10,3	9,0	-12,5

Estado	Participação relativa (%)									Média		Variação (%)
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1996-99	2000-03	
Ceará	2,6	7,2	11,5	12,8	11,4	13,0	14,4	18,9	19,6	8,5	14,4	69,2
Paraíba	1,9	2,1	2,4	1,7	1,9	2,5	2,8	3,0	5,2	2,0	2,5	27,4
Bahia	0,0	0,0	0,0	0,2	0,3	0,8	1,7	2,3	3,3	0,0	1,3	2.942,6
Minas Gerais	0,2	0,3	0,4	0,4	0,8	1,4	0,5	1,1	1,1	0,3	0,9	194,5
São Paulo	8,2	8,0	8,2	8,3	9,5	10,1	9,1	10,2	10,5	8,2	9,7	18,6
Santa Catarina	1,2	1,0	0,9	1,0	0,8	0,7	0,7	0,7	0,8	1,0	0,7	-27,7
Rio Grande do Sul	85,5	81,2	76,1	75,1	74,7	70,8	69,9	61,9	57,2	79,5	69,3	-12,8
Brasil	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

Estado	Milhão de US\$									Média		Variação (%)
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	1996-99	2000-03	
Ceará	0,6	2,3	4,9	5,6	5,2	6,6	7,6	10,8	10,6	3,4	7,6	125,3
Paraíba	0,2	0,3	0,7	1,3	1,1	1,6	1,6	2,0	2,2	0,6	1,6	156,4
Bahia	0,0	0,0	0,0	0,1	0,3	0,5	1,2	1,8	2,8	0,0	1,0	2.591,4
Minas Gerais	0,2	0,3	0,2	0,3	0,4	0,7	0,3	0,7	0,9	0,2	0,5	115,6
São Paulo	9,5	8,4	7,4	7,1	8,8	8,2	8,0	9,4	11,5	8,1	8,6	6,4
Santa Catarina	0,6	0,6	0,4	0,5	0,4	0,4	0,5	0,5	0,6	0,5	0,5	-13,8
Rio Grande do Sul	88,6	88,1	86,0	84,9	83,6	81,5	80,4	74,1	70,6	86,9	79,9	-8,1
Brasil	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	0,0

¹Período de janeiro a julho.

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

TABELA 3 - Exportações de Calçados, por Tipo, Estado do Rio Grande do Sul, 1996 a 2004¹

Ano	Quantidade em milhão de pares						Em %				
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros
1996	3,66	7,72	104,27	3,81	2,49	121,96	3,0	6,3	85,5	3,1	2,0
1997	2,78	7,14	98,43	4,84	2,47	115,66	2,4	6,2	85,1	4,2	2,1
1998	0,14	6,54	86,96	4,31	1,72	99,67	0,1	6,6	87,2	4,3	1,7
1999	0,17	6,68	91,02	4,67	0,50	103,05	0,2	6,5	88,3	4,5	0,5
2000	0,11	11,78	103,61	5,50	0,35	121,35	0,1	9,7	85,4	4,5	0,3
2001	0,10	14,94	101,23	4,66	0,24	121,17	0,1	12,3	83,5	3,8	0,2
2002	0,16	9,92	100,82	3,44	0,33	114,68	0,1	8,6	87,9	3,0	0,3
2003	1,41	12,15	97,39	5,53	0,29	116,77	1,2	10,4	83,4	4,7	0,2
2004	0,28	9,09	61,34	2,81	0,20	73,72	0,4	12,3	83,2	3,8	0,3

Ano	Valor em US\$ milhão						Em %				
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros
1996	11,23	32,10	1278,04	36,72	30,84	1388,92	0,8	2,3	92,0	2,6	2,2
1997	7,64	42,59	1207,81	55,10	28,44	1341,58	0,6	3,2	90,0	4,1	2,1
1998	0,68	45,63	1034,08	49,51	14,15	1144,04	0,1	4,0	90,4	4,3	1,2
1999	0,83	45,77	988,88	43,03	6,15	1084,65	0,1	4,2	91,2	4,0	0,6
2000	0,59	74,56	1159,56	52,10	5,53	1292,35	0,0	5,8	89,7	4,0	0,4
2001	0,48	95,41	1177,30	40,81	2,71	1316,71	0,0	7,2	89,4	3,1	0,2
2002	0,35	63,97	1068,56	27,66	4,46	1165,00	0,0	5,5	91,7	2,4	0,4
2003	8,02	72,47	1024,66	39,46	2,68	1147,29	0,7	6,3	89,3	3,4	0,2
2004	1,09	56,61	642,95	22,06	2,36	725,08	0,2	7,8	88,7	3,0	0,3

Ano	Preço em US\$/par					
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total
1996	3,07	4,16	12,26	9,62	12,38	11,39
1997	2,75	5,96	12,27	11,38	11,53	11,60
1998	4,70	6,97	11,89	11,48	8,24	11,48
1999	4,78	6,85	10,86	9,21	12,23	10,53
2000	5,35	6,33	11,19	9,47	15,59	10,65
2001	4,60	6,39	11,63	8,76	11,21	10,87
2002	2,14	6,45	10,60	8,03	13,51	10,16
2003	5,71	5,96	10,52	7,14	9,35	9,83
2004	3,98	6,23	10,48	7,84	11,91	9,84

Var. % nos preços						
Média 1996-99	3,83	5,99	11,82	10,43	11,10	11,25
Média 2000-03	4,45	6,28	10,99	8,35	12,42	10,38
Variação	16,35	4,96	-7,07	-19,93	11,92	-7,76

¹Período de janeiro a julho.

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

TABELA 4 - Exportações de Calçados, por Tipo, Estado de São Paulo, 1996 a 2004¹

Ano	Quantidade em milhão de pares						Em %				
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros
1996	1,02	2,36	7,28	0,65	0,39	11,70	8,7	20,2	62,2	5,6	3,3
1997	1,05	2,38	6,17	0,99	0,78	11,37	9,2	20,9	54,3	8,7	6,9
1998	1,18	3,54	4,79	0,63	0,65	10,79	10,9	32,8	44,4	5,8	6,1
1999	1,11	4,25	5,05	0,53	0,51	11,45	9,7	37,1	44,1	4,6	4,4
2000	0,89	6,04	7,05	0,61	0,80	15,39	5,8	39,3	45,8	4,0	5,2
2001	1,75	7,30	6,84	0,68	0,71	17,28	10,1	42,2	39,6	4,0	4,1
2002	0,96	5,80	6,78	0,82	0,53	14,89	6,4	39,0	45,6	5,5	3,6
2003	0,70	7,91	8,69	1,78	0,17	19,25	3,6	41,1	45,1	9,3	0,9
2004	0,40	5,06	7,20	0,80	0,07	13,53	3,0	37,4	53,2	5,9	0,6

Ano	Valor em US\$ milhão						Em %				
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros
1996	2,56	5,82	135,90	2,51	2,38	149,17	1,7	3,9	91,1	1,7	1,6
1997	3,07	6,47	108,98	3,54	5,17	127,23	2,4	5,1	85,7	2,8	4,1
1998	3,14	11,79	76,64	2,87	4,22	98,66	3,2	12,0	77,7	2,9	4,3
1999	2,35	12,37	69,84	2,34	3,32	90,21	2,6	13,7	77,4	2,6	3,7
2000	1,89	18,69	107,05	3,13	4,63	135,39	1,4	13,8	79,1	2,3	3,4
2001	2,96	24,75	98,46	2,99	3,87	133,03	2,2	18,6	74,0	2,2	2,9
2002	1,26	17,42	90,21	3,74	3,31	115,94	1,1	15,0	77,8	3,2	2,9
2003	0,80	24,61	110,37	9,23	0,83	145,85	0,5	16,9	75,7	6,3	0,6
2004	0,69	17,10	94,90	4,52	0,54	117,76	0,6	14,5	80,6	3,8	0,5

Ano	Preço em US\$/par					
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total
1996	2,51	2,46	18,68	3,85	6,15	12,75
1997	2,93	2,72	17,66	3,58	6,59	11,19
1998	2,66	3,33	16,00	4,56	6,46	9,15
1999	2,12	2,91	13,82	4,42	6,51	7,88
2000	2,14	3,09	15,19	5,12	5,76	8,80
2001	1,69	3,39	14,40	4,38	5,42	7,70
2002	1,32	3,00	13,30	4,57	6,22	7,79
2003	1,14	3,11	12,70	5,18	4,90	7,58
2004	1,72	3,38	13,18	5,67	7,26	8,70

Var. % nos preços						
Média 1996-99	2,55	2,86	16,54	4,10	6,43	10,24
Média 2000-03	1,57	3,15	13,90	4,81	5,58	7,96
Variação	-38,43	10,23	-15,96	17,25	-13,29	-22,24

¹Período de janeiro a julho.

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

como busca difundir o calçado francano nos mercados da Europa, Estados Unidos e Emirados Árabes em conjunto com a Couromoda/APEX. Também tem promovido nos últimos anos o "Projeto Comprador", que consiste em levar para Franca importadores selecionados de vários países, com o apoio do SEBRAE-SP e da APEX. Além disso, as fábricas investiram fortemente em novas tecnologias de conforto e *design*, tornando o calçado francano um dos melhores do mundo. O sindicato local mantém estreitas relações com os centros internacionais de tecnologia de Alicante e da cidade do Porto, assim como acaba de ganhar da FIESP um moderno Centro de Design, a ser instalado no complexo do SENAI. As empresas e a mão-de-obra altamente qualificada do pólo calçadista de Franca estão aptas a fabricar pequenos lotes de encomendas, o que não se consegue por exemplo na China (BATISTA, 2004).

O pólo industrial de calçado infantil de Birigüi é composto de 166 empresas, que produzem 6 milhões de pares de calçados por mês e empregam mais de 17.300 trabalhadores. Nos últimos sete anos, os vários segmentos da cadeia produtiva trabalham em busca da qualidade total nos produtos. Ao mesmo tempo, os empresários intensificaram as viagens de negócios ao exterior para participar de feiras internacionais do setor. Muitas empresas desenvolveram *design* próprio, e um acordo com o CTCCA gaúcho permite adotar novas tecnologias na área de conforto e saúde para os pés. O resultado é que 39 empresas, inclusive pequenas e médias, já exportam calçados para até 60 países (principalmente da América do Sul, além de México, Oriente Médio e norte da África). Recentemente, o sindicato do setor coordenou a implantação do "Projeto Comprador", por meio do qual importadores internacionais foram levados a visitar Birigüi. Assim, em 2002, Birigüi exportou cerca de 10% da produção; em 2003, em torno de 13,7%, e para 2004 estima-se que essa participação atinja 15%. A meta é chegar aos 30% da produção em termos de vendas externas nos próximos cinco anos, como forma de garantir a competitividade do setor inclusive no mercado interno (NAKAD, 2004).

O pólo calçadista de Jaú, com cerca de 220 empresas, produção diária de 70 mil pares e seis mil empregos diretos, é especializado em calçados femininos em couro e semi-manufaturados, produzindo moda, qualidade, estilo e um conceito de produto brasileiro para os mercados

interno e externo. As principais ações (missões internacionais, consultorias em comércio exterior, participação em feiras e rodadas de negócios, *marketing*, gestão, etc.) estão reunidas no programa de desenvolvimento sustentável do pólo, fruto de parceria do sindicato local com o SEBRAE-SP e APEX. Na área de novas tecnologias, atua em conjunto com a Universidade Federal de São Carlos, FAPESP, IPT e SENAI. Este trabalho já é reconhecido como um Arranjo Produtivo Local (APL), pois abrange toda a cadeia produtiva. Há um ano e meio, foi criado o Centro de Design de Jaú, que já ganhou dois prêmios Francal Top de Estilismo. Recentemente, o setor iniciou trabalho de tratamento de resíduos industriais gerados pela cadeia produtiva, com vistas ao selo ambiental como diferencial para conquistar mercados principalmente europeus. Além disso, o sindicato negocia com o CTCCA para viabilizar a adoção do selo conforto por parte de empresas locais. O resultado foi o aumento das vendas externas, de US\$7,5 milhões em 2002 para US\$12 milhões em 2003 (1,4% das exportações brasileiras) para América do Sul, Estados Unidos, Europa e Oriente Médio (GALAZZINI, 2004).

A evolução mais significativa das exportações de calçados ocorreu nos estados nordestinos. No Ceará a quantidade exportada evoluiu quase 10 vezes e o valor quase 17 vezes entre os extremos do período 1996-2003. Destacaram-se os calçados de plástico, que evoluíram de 1,36 milhão para 23,06 milhões de pares e de 3,24 milhões para 56,13 milhões de dólares. O total de plástico (injetável + montado) manteve uma ampla predominância sobre os demais tipos de calçados nas quantidades exportadas, enquanto os calçados de couro predominaram no valor total. É interessante notar que os preços dos calçados de couro não apresentaram a mesma tendência de queda ocorrida no Rio Grande do Sul e em São Paulo, pelo contrário, subiram 7,7% entre a média do período 1996-99 e a média de 2000-03, passando de um patamar abaixo da média nacional para um patamar superior. Os dados de janeiro a julho de 2004 mostram um grande crescimento na exportação de calçados de plástico com aumento na sua participação relativa. Os calçados de couro, embora com menor participação no total, alcançaram preços significativamente superiores (Tabela 5).

Entre os pólos emergentes, a indústria de calçados do Ceará é composta de 189 em-

TABELA 5 - Exportações de Calçados, por Tipo, Estado do Ceará, 1996 a 2004¹

Ano	Quantidade em milhão de pares						Em %				
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros
1996	1,68	1,36	0,57	0,15	0,00	3,76	44,8	36,1	15,1	4,0	0,1
1997	2,04	6,52	1,46	0,17	0,00	10,20	20,0	63,9	14,3	1,7	0,0
1998	3,90	7,69	3,25	0,25	0,02	15,10	25,8	50,9	21,5	1,6	0,1
1999	4,36	8,78	4,11	0,28	0,00	17,52	24,9	50,1	23,4	1,6	0,0
2000	3,68	10,58	4,07	0,14	0,01	18,48	19,9	57,2	22,0	0,8	0,1
2001	3,50	12,53	5,93	0,25	0,01	22,22	15,7	56,4	26,7	1,1	0,1
2002	2,38	14,30	6,49	0,40	0,05	23,62	10,1	60,5	27,5	1,7	0,2
2003	3,17	23,06	8,11	1,34	0,06	35,74	8,9	64,5	22,7	3,7	0,2
2004	1,66	18,25	4,21	1,09	0,06	25,26	6,6	72,2	16,7	4,3	0,2

Ano	Valor em US\$ milhão						Em %				
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros
1996	1,24	3,24	5,44	0,11	0,03	10,06	12,4	32,2	54,1	1,1	0,3
1997	2,65	15,92	16,22	0,24	0,05	35,09	7,6	45,4	46,2	0,7	0,1
1998	7,15	21,92	34,53	1,48	0,16	65,23	11,0	33,6	52,9	2,3	0,2
1999	6,66	22,87	40,32	1,47	0,01	71,33	9,3	32,1	56,5	2,1	0,0
2000	5,11	31,49	43,78	0,67	0,01	81,06	6,3	38,8	54,0	0,8	0,0
2001	4,45	33,74	66,77	1,40	0,06	106,42	4,2	31,7	62,7	1,3	0,1
2002	2,33	36,29	69,84	2,09	0,18	110,74	2,1	32,8	63,1	1,9	0,2
2003	6,98	56,13	93,63	10,32	0,14	167,20	4,2	33,6	56,0	6,2	0,1
2004	3,23	46,60	51,35	7,65	0,18	109,01	3,0	42,7	47,1	7,0	0,2

Ano	Preço em US\$/par					
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total
1996	0,74	2,38	9,59	0,72	16,94	2,67
1997	1,30	2,44	11,10	1,40	17,02	3,44
1998	1,83	2,85	10,62	5,98	8,24	4,32
1999	1,53	2,61	9,82	5,32	10,41	4,07
2000	1,39	2,98	10,77	4,66	1,19	4,39
2001	1,27	2,69	11,26	5,67	3,90	4,79
2002	0,98	2,54	10,75	5,28	3,80	4,69
2003	2,20	2,43	11,54	7,73	2,42	4,68
2004	1,95	2,55	12,20	7,02	3,24	4,32

Var. % nos preços						
Média 1996-99	1,35	2,57	10,28	3,36	13,15	3,63
Média 2000-03	1,46	2,66	11,08	5,83	2,83	4,64
Variação	8,24	3,50	7,74	73,85	-78,48	27,85

¹Período de janeiro a julho.

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

presas, que oferecem 36.755 empregos (PRESS KIT, 2004). O pólo calçadista do Ceará ganhou destaque e se modernizou a partir de 1995 com a chegada dos grandes grupos nacionais como Dakota, Dilly e Grendene. Essas empresas se instalaram no Estado com o objetivo de vender seus produtos principalmente para os Estados Unidos (DÉCADA, 2004). As exportações do setor coureiro/calçadista apresentam posição consolidada, ocupando o primeiro lugar no Estado com vendas de US\$255,16 milhões em 2003 (correspondente a 33,5% do total) comparadas aos US\$175,03 milhões do ano anterior (32,2% do total) (FERREIRA e BEZERRA, 2004). Várias empresas de médio e grande portes produzem não apenas modelos de *design* próprio como também marcas tradicionais já amplamente comercializadas nos diversos mercados. Nos Estados Unidos, principalmente, o Ceará disputa sobretudo nichos de mercado nos quais a maximização da produção e o baixo custo dos produtos oferecidos são fatores muitas vezes determinantes da decisão de compra (CAMPELO e GOERCH, 2004).

A chegada das empresas do Sul e Sudeste estimulou a indústria estadual - instalada há mais de 30 anos principalmente nas regiões de Juazeiro do Norte, Cariri e Fortaleza - a se voltar para o mercado externo, ampliando os horizontes do empresariado e contribuindo para a evolução tecnológica do setor. Essas empresas foram motivadas por ações do governo estadual e de sindicatos, bem como de programas da Abicalçados e da APEX. O calçado produzido por pequenas fábricas na região metropolitana de Fortaleza, com tradição em mocassins, sapatos montados e sapatos fechados de couro, chega a ser vendido a US\$15 o par. Já a região de Juazeiro do Norte trabalha basicamente com injetados, sapatos vendidos por dois a três dólares o par. Estima-se que existam 37 grandes unidades produtivas no Ceará voltadas para o mercado externo, mas a maioria é formada de pequenas e médias empresas espalhadas por vários municípios, que contribuem para multiplicar empregos, dinamizar o comércio e promover o crescimento econômico local e regional. De olho na agregação de valor ao calçado local, o pólo de Juazeiro do Norte está firmando convênio com o CTCCA gaúcho para a adoção de novas tecnologias, inclusive com a montagem de escola de modelagem destinada a formar estilistas para todo o Estado (MENDONÇA, 2004).

Outro Estado nordestino que alcançou

grande importância na exportação de calçados foi a Paraíba, que aumentou a quantidade enviada ao exterior em 59,6%, o valor em 193,5% e os preços em 75,2%, quando comparadas às médias dos dois quadriênios do período analisado. Caracteriza-se como um caso particular: a exportação de calçado de couro a um preço duas ou mais vezes superior à média nacional. Como esta quantidade exportada representa menos de 0,5% do total nacional (pouco menos de 800 mil pares entre 189 milhões), parece indicar um nicho de mercado. Até julho de 2004 as exportações de calçados de plástico injetável já ultrapassaram as quantidades e os valores obtidos em 2003, acentuando ainda mais a predominância desse tipo de calçado no comércio exterior da Paraíba (Tabela 6).

O pólo calçadista da Paraíba consolidou-se como o maior produtor de sandálias do Brasil (150 milhões de pares por ano). A atividade coureiro-calçadista se concentra em três regiões: Campina Grande, Patos e João Pessoa, no total de 28 municípios. Figuram no leque da produção paraibana sandálias femininas, calçados esportivos, tênis, chuteiras, botas de segurança e calçados infantis. O complexo calçadista da Paraíba conta com 183 empresas formais e cerca de 400 informais, empregando aproximadamente 13 mil pessoas (18% do emprego industrial do Estado). O calçado paraibano é exportado principalmente para Argentina, Panamá, Chile, Uruguai, México e países do Oriente Médio (MENDES, 2004). A evolução da qualidade do calçado paraibano está relacionada principalmente com a instalação de fábricas de empresas do Sul e Sudeste, como Alpargatas e Samello, e com a introdução de novas tecnologias do CTCCA gaúcho, inaugurado há dez anos no Estado (SOUTO, 2004).

Os Arranjos Produtivos Locais (APLs) são objeto da experiência mais avançada do SEBRAE-PB no Estado. O programa paraibano de reestruturação e modernização da indústria calçadista tem o apoio da APEX, com vistas a conquistar o mercado externo. Conta ainda com o BID e a Agência Promos da Câmara de Comércio de Milão, cuja parceria viabiliza a implantação de vasto programa de inovação tecnológica, de incorporação de padrões modernos de gestão e de integração internacional (SEBRAE-PB, 2004). O projeto setorial integrado SEBRAE/APEX, que reúne 30 micro e pequenas empresas, procura promover a inclusão das menores unidades

TABELA 6 - Exportações de Calçados, por Tipo, Estado da Paraíba, 1996 a 2004¹

Ano	Quantidade em milhão de pares						Em %				
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros
1996	2,25	0,30	0,02	0,08	0,00	2,65	85,0	11,5	0,6	2,9	0,0
1997	2,76	0,10	0,04	0,03	0,00	2,93	94,2	3,4	1,3	1,1	0,0
1998	2,71	0,07	0,27	0,05	0,00	3,10	87,4	2,4	8,7	1,6	0,0
1999	1,71	0,05	0,56	0,02	0,00	2,34	73,0	2,3	23,9	0,8	0,0
2000	2,29	0,18	0,54	0,04	0,00	3,05	75,1	6,0	17,7	1,2	0,0
2001	2,89	0,50	0,83	0,06	0,00	4,28	67,6	11,7	19,3	1,4	0,0
2002	2,99	0,81	0,68	0,06	0,01	4,53	65,9	17,8	14,9	1,3	0,1
2003	4,59	0,26	0,82	0,06	0,00	5,73	80,1	4,5	14,4	1,0	0,0
2004	5,86	0,23	0,39	0,17	0,00	6,65	88,1	3,4	5,8	2,6	0,0

Ano	Valor em US\$ milhão						Em %				
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros
1996	2,64	0,39	0,20	0,47	0,00	3,69	71,4	10,7	5,3	12,6	0,0
1997	3,00	0,34	0,37	0,23	0,00	3,94	76,2	8,7	9,4	5,7	0,0
1998	2,77	0,21	6,58	0,21	0,00	9,77	28,3	2,2	67,4	2,1	0,0
1999	1,43	0,16	14,66	0,09	0,00	16,34	8,7	1,0	89,7	0,5	0,0
2000	1,99	0,49	14,34	0,18	0,00	17,00	11,7	2,9	84,3	1,1	0,0
2001	3,30	0,59	22,41	0,31	0,01	26,61	12,4	2,2	84,2	1,2	0,0
2002	3,52	0,95	18,78	0,37	0,05	23,67	14,9	4,0	79,4	1,6	0,2
2003	5,77	0,58	25,04	0,35	0,00	31,75	18,2	1,8	78,9	1,1	0,0
2004	8,98	0,86	11,05	1,19	0,01	22,08	40,7	3,9	50,0	5,4	0,1

Ano	Preço em US\$/par					
	Injetável	Plástico	Couro	Têxtil	Outros	Total
1996	1,17	1,30	11,47	6,14	-	1,39
1997	1,09	3,45	9,67	6,76	-	1,34
1998	1,02	2,89	24,44	4,26	-	3,15
1999	0,84	3,00	26,18	4,66	4,13	6,99
2000	0,87	2,67	26,65	4,94	-	5,58
2001	1,14	1,17	27,07	5,30	12,26	6,22
2002	1,18	1,18	27,76	6,47	9,74	5,22
2003	1,26	2,26	30,42	6,02	-	5,54
2004	1,53	3,75	28,54	6,80	7,66	3,32

Var. % nos preços						
Média 1996-99	1,03	2,66	17,94	5,45	4,13	3,22
Média 2000-03	1,11	1,82	27,98	5,68	11,00	5,64
Variação	8,02	-31,51	55,94	4,15	166,27	75,21

¹Período de janeiro a julho.

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

produtivas no mercado internacional, com a oferta de calçados de maior valor agregado em termos de qualidade e *design* (PALMEIRA, 2004).

O projeto Promos, estimado em US\$5,8 milhões, prevê a instalação de 32 empresas em Campina Grande, porém a expectativa é chegar a 50 unidades, gerando três mil novos empregos. A intenção é consolidar o pólo calçadista nos moldes adotados pelos distritos italianos, que consistem basicamente na formação e integração de pequenas empresas, com elevado nível de competência tecnológica, mão-de-obra qualificada, *design* e concepção de novos produtos, além de capacitação gerencial e comercial. A idéia é estender o projeto aos pólos de Patos e João Pessoa no prazo de três anos (MENDES, 2004).

Recentemente, técnicos do SEBRAE e do SENAI estiveram na região de Marche, na Itália, onde aprenderam o que há de mais moderno na fabricação de calçados. Participaram de treinamento para a transferência de tecnologia na produção de calçados femininos, principalmente sandálias, realizado pelo Politécnico Internazionale per lo Sviluppo Industriale ed Economico (PISIE) e por técnicos da Agência Promos. Uma das metas do intercâmbio é desenvolver o setor calçadista do estado, em termos tecnológicos e empresariais. Há inclusive possibilidade de serem firmadas parcerias entre empresas de calçados da Itália e da Paraíba, além de estar prevista a ida à Paraíba de estagiários da Universidade Católica de Milão e professores de *design* do Instituto Politécnico de Milão, estes últimos para ministrar um *workshop* sobre incubadoras de *design* (ROSTELATTO, 2004).

3.2 - Exportações Brasileiras de Calçados por País de Destino

O principal comprador de calçado brasileiro, os Estados Unidos, ampliou levemente as quantidades adquiridas. Como essa evolução ficou abaixo da média nacional, a participação relativa dos EUA caiu um pouco. A evolução nos valores importados pelos americanos foi ainda mais suave devido ao declínio dos preços médios, que caíram 6,5% entre a média 1996-99 e a média 2000-03 (Tabela 7).

A oportunidade de aumentar as exportações brasileiras para os Estados Unidos reside na instalação da Área de Livre Comércio das

Américas (ALCA), cujas importações totais atingem 3,3 bilhões de pares/ano para uma produção de apenas 1,1 bilhão de pares, dos quais metade oriunda do Brasil. Para concorrer com a China no mercado norte-americano, a estratégia mais promissora é competir com fornecedores, como Itália, Espanha e Portugal, em segmentos com maior agregação de valor (KLEIN, 2004).

O Reino Unido, segundo maior cliente do calçado brasileiro, manteve suas compras relativamente constantes, tanto em quantidade quanto em valores (portanto, também a preços estáveis).

O terceiro cliente, a Argentina, teve comportamento mais variável. Primeiro houve uma grande expansão nas compras, que evoluíram de 5,4 milhões de pares em 1996 para 20,8 milhões em 2001 e de US\$33,6 milhões em 1996 para US\$132,8 milhões em 2001. Em 2002, a grave crise econômica derrubou as compras para patamares inferiores aos de 1996, apenas 2,3 milhões de pares por US\$15,8 milhões. Uma Argentina forte é maior compradora que o Reino Unido.

O papel das compras mexicanas evoluiu exponencialmente no período, ultrapassando largamente o Canadá em quantidade e ligeiramente em valores. Aparentemente e a exemplo do que ocorre com outros produtos, o México pode estar repassando a mercadoria para o mercado americano, por meio do Acordo de Livre Comércio das Américas (NAFTA), inclusive com a instalação de firmas brasileiras ou com interesses no Brasil.

O Canadá, a exemplo do Reino Unido, tem sido um comprador estável em quantidade, valor e preços.

O Chile dobrou suas compras no período, mas a preços decrescentes e a valores quase constantes.

O mercado boliviano mostrou-se decendente em quantidades, valores e preços, perdendo metade de sua importância relativa.

Os Países Baixos (Holanda) mostraram uma evolução de queda inicial e recuperação nos valores, puxados por significativo aumento nos preços médios dos calçados.

O mercado espanhol mostrou uma evolução muito diferenciada: aumentou a quantidade importada do Brasil em mais de 3 vezes, o valor em quase 7 e os preços em 66%. Aparentemente começaram com calçados plásticos muito baratos

TABELA 7 - Exportações Brasileiras de Calçados, por Países Seleccionados, 1996 a 2003

(continua)

País	Quantidade em milhão de pares							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Alemanha	2,4	1,9	1,3	1,6	1,4	0,7	0,9	1,5
Argentina	5,4	8,1	10,9	12,2	18,9	20,8	2,3	11,7
Bolívia	3,7	4,4	4,6	3,1	3,2	3,1	2,6	2,4
Canadá	3,2	4,2	2,8	2,7	3,5	2,7	3,6	3,9
Chile	1,6	1,6	1,4	1,6	2,3	2,3	2,7	3,3
Espanha	0,4	0,2	0,3	0,4	0,5	0,9	1,4	2,6
Estados Unidos	97,0	90,6	82,4	85,9	99,0	98,1	102,5	103,9
México	0,1	0,5	0,6	0,2	1,4	2,7	5,1	9,5
Países Baixos	1,8	1,4	0,9	0,8	0,8	0,6	1,0	1,2
Reino Unido	6,5	7,9	7,1	7,6	6,9	6,7	7,2	7,7
Outros	20,6	21,6	18,8	21,1	24,7	32,6	34,7	41,0
Total	142,7	142,5	131,0	137,2	162,5	171,2	164,0	188,7

País	Participação percentual na quantidade total							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Alemanha	1,7	1,4	1,0	1,2	0,8	0,4	0,5	0,8
Argentina	3,8	5,7	8,3	8,9	11,7	12,2	1,4	6,2
Bolívia	2,6	3,1	3,5	2,3	1,9	1,8	1,6	1,3
Canadá	2,2	2,9	2,1	2,0	2,1	1,6	2,2	2,0
Chile	1,1	1,2	1,1	1,2	1,4	1,3	1,6	1,8
Espanha	0,3	0,1	0,2	0,3	0,3	0,5	0,9	1,4
Estados Unidos	68,0	63,6	62,9	62,6	60,9	57,3	62,5	55,1
México	0,1	0,3	0,5	0,1	0,8	1,6	3,1	5,0
Países Baixos	1,2	1,0	0,6	0,6	0,5	0,4	0,6	0,7
Reino Unido	4,6	5,5	5,4	5,5	4,3	3,9	4,4	4,1
Outros	14,5	15,2	14,3	15,4	15,2	19,1	21,2	21,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

País	Valor em US\$ milhão							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Alemanha	25,0	21,6	11,4	16,7	12,4	7,4	9,1	13,9
Argentina	33,6	54,9	74,4	88,0	123,4	132,8	15,8	72,2
Bolívia	26,1	31,0	30,3	19,2	17,5	15,7	12,5	12,9
Canadá	35,4	47,2	29,4	25,1	33,5	30,1	37,1	36,3
Chile	21,6	21,6	17,2	15,7	20,4	19,7	20,1	25,4
Espanha	1,1	0,6	1,0	1,1	2,0	5,1	7,0	18,5
Estados Unidos	1.143,7	1.044,8	914,8	876,0	1.078,9	1.103,7	1.022,9	995,1
México	1,0	2,2	2,3	1,9	9,3	21,7	38,5	50,3
Países Baixos	18,1	16,5	9,8	9,0	9,2	7,8	13,2	18,1
Reino Unido	83,0	110,5	103,8	106,5	100,7	94,4	100,7	105,5
Outros	178,5	172,1	136,1	118,5	139,5	177,0	171,8	200,8
Total	1.567,2	1.522,9	1.330,5	1.277,8	1.546,7	1.615,3	1.448,9	1.549,1

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

TABELA 7 - Exportações Brasileiras de Calçados, por Países Seleccionados, 1996 a 2003 (conclusão)

País	Participação percentual no valor total							
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Alemanha	1,6	1,4	0,9	1,3	0,8	0,5	0,6	0,9
Argentina	2,1	3,6	5,6	6,9	8,0	8,2	1,1	4,7
Bolívia	1,7	2,0	2,3	1,5	1,1	1,0	0,9	0,8
Canadá	2,3	3,1	2,2	2,0	2,2	1,9	2,6	2,3
Chile	1,4	1,4	1,3	1,2	1,3	1,2	1,4	1,6
Espanha	0,1	0,0	0,1	0,1	0,1	0,3	0,5	1,2
Estados Unidos	73,0	68,6	68,8	68,6	69,8	68,3	70,6	64,2
México	0,1	0,1	0,2	0,2	0,6	1,3	2,7	3,2
Países Baixos	1,2	1,1	0,7	0,7	0,6	0,5	0,9	1,2
Reino Unido	5,3	7,3	7,8	8,3	6,5	5,8	7,0	6,8
Outros	11,4	11,3	10,2	9,3	9,0	11,0	11,9	13,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

País	Preço em US\$ por par de calçado								Média 1996-99	Média 2000-03	Variação (%)
	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003			
Alemanha	10,53	11,10	8,71	10,12	8,99	10,63	10,29	9,28	10,1	9,8	-3,2
Argentina	6,19	6,74	6,81	7,21	6,51	6,38	6,81	6,18	6,7	6,5	-3,9
Bolívia	7,04	6,99	6,64	6,13	5,55	5,00	4,81	5,35	6,7	5,2	-22,7
Canadá	11,11	11,32	10,50	9,36	9,67	11,21	10,44	9,38	10,6	10,2	-3,7
Chile	13,60	13,16	12,33	9,93	8,98	8,53	7,52	7,67	12,3	8,2	-33,3
Espanha	2,98	3,85	3,29	3,18	4,08	5,87	5,01	7,12	3,3	5,5	66,0
Estados Unidos	11,79	11,53	11,10	10,20	10,89	11,26	9,98	9,58	11,2	10,4	-6,5
México	12,82	4,70	3,97	9,82	6,76	7,92	7,51	5,29	7,8	6,9	-12,2
Países Baixos	10,34	11,50	11,50	10,92	11,56	12,63	13,03	14,77	11,1	13,0	17,5
Reino Unido	12,72	14,01	14,58	14,05	14,50	14,14	14,05	13,75	13,8	14,1	1,9
Outros	8,65	7,97	7,26	5,63	5,66	5,42	4,95	4,90	7,4	5,2	-29,1
Total	10,98	10,69	10,16	9,32	9,52	9,43	8,83	8,21	10,3	9,0	-12,5

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

baratos e evoluíram para plásticos mais caros e alguma coisa de couro (o calçado brasileiro deve estar competindo com produtos asiáticos na Espanha), pois os preços evoluíram de apenas US\$2,98 em 1996 para US\$7,12 em 2003.

De uma maneira geral, os melhores preços alcançados pelo calçado brasileiro foram, pela ordem, em 2003, nos Países Baixos (US\$14,77/par) e no Reino Unido (US\$13,75/par).

Os americanos importam do Brasil os calçados de couro em alta proporção, tanto na quantidade (que variou de 84,1% a 90,7%) quanto nos valores (com variação de 91,6% a 95,0%). Mesmo assim, as exportações dos calçados plásticos brasileiros mais que dobraram na quan-

tidade e no valor, durante o período. Para enfrentar a competição global e aumentar levemente suas exportações, as empresas brasileiras reduziram seus preços em média 6,5%, sendo que os preços dos calçados de couro caíram apenas 5,4%, de US\$11,72/par para US\$11,09/par, comparando-se as médias dos períodos 1996-99 e 2000-03 (Tabela 8).

O mercado argentino absorveu principalmente os calçados de plástico do Brasil, representando mais de metade das quantidades importadas e mais de 40% dos valores.

A crise econômica quebrou o crescimento dos negócios, quando a Argentina se constituía no segundo maior parceiro brasileiro. As

TABELA 8 - Exportações Brasileiras de Calçados para os Estados Unidos, por Tipo, 1996 a 2003

Ano	Quantidade em milhão de pares										
	Injetável	%	Plástico	%	Couro	%	Têxteis	%	Outros	%	Total
1996	2,40	2,5	2,96	3,0	87,84	90,5	1,58	1,6	2,23	2,3	97,01
1997	2,21	2,4	4,77	5,3	78,48	86,6	2,97	3,3	2,18	2,4	90,60
1998	1,75	2,1	3,70	4,5	72,45	87,9	2,82	3,4	1,67	2,0	82,40
1999	0,85	1,0	4,58	5,3	76,88	89,5	3,01	3,5	0,58	0,7	85,90
2000	0,73	0,7	5,76	5,8	88,72	89,6	3,09	3,1	0,74	0,7	99,04
2001	0,96	1,0	5,87	6,0	88,93	90,7	1,72	1,8	0,58	0,6	98,05
2002	0,39	0,4	8,19	8,0	91,91	89,6	1,59	1,6	0,46	0,5	102,54
2003	2,74	2,6	11,55	11,1	87,38	84,1	2,03	2,0	0,17	0,2	103,88

Ano	Valor em US\$ milhão										
	Injetável	%	Plástico	%	Couro	%	Têxteis	%	Outros	%	Total
1996	6,21	0,5	9,18	0,8	1.079,39	94,4	20,79	1,8	28,10	2,5	1.143,67
1997	5,08	0,5	16,22	1,6	957,22	91,6	41,64	4,0	24,61	2,4	1.044,76
1998	3,76	0,4	12,19	1,3	847,79	92,7	38,33	4,2	12,72	1,4	914,79
1999	2,14	0,2	15,11	1,7	821,47	93,8	31,24	3,6	5,99	0,7	875,95
2000	1,63	0,2	22,03	2,0	1.011,15	93,7	36,68	3,4	7,37	0,7	1.078,87
2001	2,38	0,2	26,81	2,4	1.048,79	95,0	21,59	2,0	4,11	0,4	1.103,68
2002	0,85	0,1	33,84	3,3	968,59	94,7	15,63	1,5	4,03	0,4	1.022,94
2003	12,62	1,3	36,02	3,6	928,04	93,3	16,63	1,7	1,76	0,2	995,07

Ano	Preço em US\$ por par de calçado					
	Injetável	Plástico	Couro	Têxteis	Outros	Total
1996	2,59	3,10	12,29	13,16	12,59	11,79
1997	2,30	3,40	12,20	14,04	11,31	11,53
1998	2,15	3,29	11,70	13,57	7,61	11,10
1999	2,53	3,30	10,69	10,36	10,24	10,20
2000	2,22	3,83	11,40	11,87	9,94	10,89
2001	2,48	4,57	11,79	12,58	7,15	11,26
2002	2,20	4,13	10,54	9,82	8,71	9,98
2003	4,61	3,12	10,62	8,20	10,06	9,58

	Injetável	Plástico	Couro	Têxteis	Outros	Total
Média 1996-99	2,39	3,27	11,72	12,78	10,44	11,16
Média 2000-03	2,88	3,91	11,09	10,62	8,97	10,43
Variação %	20,3	19,4	-5,4	-16,9	-14,1	-6,5

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

vendas de calçados brasileiros cresceram exponencialmente de 1996 a 2001, quase quadruplicando, tanto em quantidade quanto em valores, para então sofrer fortíssimo baque em 2002. Interessante observar a estabilidade nos preços dos diversos tipos de calçado, destacando-se os de couro, que praticamente não variaram ao longo do período, apesar das radicais mudanças nas quantidades (Tabela 9).

Nas exportações para o Reino Unido, a

proporção de calçados de couro é maior que a americana, variando de 92,0% a 95,4% nas quantidades e de 97,4% a 98,5% nos valores. Mesmo assim, a exportação de calçados de plástico do Brasil também cresceu muito, proporcionalmente, mais que triplicando no período. Diferentemente do mercado argentino, as compras do Reino Unido mostram grande estabilidade, por um lado, garantindo uma receita significativa e, por outro, não indicando ampliação futura do

TABELA 9 - Exportações Brasileiras de Calçados para a Argentina, por Tipo, 1996 a 2003

Ano	Quantidade em milhão de pares										
	Injetável	%	Plástico	%	Couro	%	Têxteis	%	Outros	%	Total
1996	0,23	4,3	2,89	53,2	1,25	23,0	0,82	15,1	0,24	4,4	5,44
1997	0,20	2,5	4,54	55,7	2,29	28,2	0,60	7,4	0,51	6,3	8,15
1998	0,33	3,1	6,55	59,9	3,04	27,8	0,64	5,8	0,37	3,4	10,92
1999	0,35	2,9	6,42	52,6	4,38	35,8	0,91	7,4	0,15	1,2	12,20
2000	0,38	2,0	11,27	59,5	5,39	28,5	1,78	9,4	0,14	0,7	18,95
2001	0,26	1,2	13,11	62,9	5,06	24,3	2,32	11,2	0,07	0,3	20,83
2002	0,18	7,7	1,13	48,8	0,62	26,9	0,38	16,6	0,00	0,0	2,31
2003	0,70	6,0	6,21	53,1	1,27	10,8	3,50	29,9	0,02	0,1	11,69

Ano	Valor em US\$ milhão										
	Injetável	%	Plástico	%	Couro	%	Têxteis	%	Outros	%	Total
1996	1,25	3,7	12,83	38,2	11,99	35,7	6,25	18,6	1,30	3,9	33,62
1997	0,89	1,6	24,25	44,2	21,96	40,0	4,23	7,7	3,54	6,5	54,88
1998	1,23	1,7	36,75	49,4	29,44	39,6	4,49	6,0	2,48	3,3	74,39
1999	1,11	1,3	33,29	37,9	46,07	52,4	6,40	7,3	1,09	1,2	87,96
2000	1,41	1,1	55,84	45,3	53,68	43,5	11,59	9,4	0,85	0,7	123,38
2001	0,62	0,5	63,93	48,1	52,19	39,3	15,74	11,9	0,33	0,3	132,82
2002	0,23	1,5	6,07	38,5	6,00	38,1	3,47	22,0	0,00	0,0	15,76
2003	1,15	1,6	30,51	42,2	12,08	16,7	28,46	39,4	0,04	0,1	72,23

Ano	Preço em US\$ por par de calçado					
	Injetável	Plástico	Couro	Têxteis	Outros	Total
1996	5,35	4,44	9,60	7,60	5,42	6,19
1997	4,37	5,34	9,57	7,05	6,94	6,74
1998	3,70	5,61	9,68	7,07	6,74	6,81
1999	3,18	5,18	10,53	7,05	7,34	7,21
2000	3,76	4,96	9,96	6,53	6,23	6,51
2001	2,43	4,88	10,31	6,77	4,66	6,38
2002	1,29	5,37	9,64	9,04	1,30	6,81
2003	1,65	4,91	9,55	8,13	2,18	6,18

	Injetável	Plástico	Couro	Têxteis	Outros	Total
Média 1996-99	4,15	5,15	9,84	7,19	6,61	6,73
Média 2000-03	2,28	5,03	9,86	7,62	3,59	6,47
Variação %	-45,0	-2,3	0,2	5,9	-45,6	-3,9

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

volume de negócios. Os preços dos calçados de couro mostram-se estáveis e superiores aos do mercado americano (Tabela 10).

Calçados brasileiros de grife já fazem sucesso tanto nos Estados Unidos quanto na Europa. Criações originais e de qualidade da estilista carioca Constança Basto, expressas em sapatos coloridos, de saltos altos e delicadas tiras de cou-

ro, são vendidas em média por US\$250,00 o par em sua loja na Hudson Street de Nova York. Modelo da grife Francesca Giobbi, cujo custo médio não é muito diferente, é vendido em Nova York, Londres, Milão e Atenas, entre outras cidades. São sapatos de qualidade européia e classe italiana que incorporam a alegria brasileira, como diz a estilista Francesca. Uma das características des-

TABELA 10 - Exportações Brasileiras de Calçados para o Reino Unido, por Tipo, 1996 a 2003

Ano	Quantidade em milhão de pares										Total
	Injetável	%	Plástico	%	Couro	%	Têxteis	%	Outros	%	
1996	0,25	3,8	0,18	2,7	6,08	93,1	0,00	0,0	0,02	0,4	6,53
1997	0,22	2,8	0,19	2,4	7,41	93,9	0,01	0,2	0,06	0,8	7,89
1998	0,09	1,3	0,29	4,1	6,67	93,7	0,04	0,6	0,03	0,4	7,12
1999	0,11	1,4	0,32	4,3	7,06	93,1	0,07	0,9	0,02	0,3	7,58
2000	0,02	0,2	0,27	4,0	6,62	95,4	0,02	0,2	0,01	0,2	6,94
2001	0,00	0,0	0,36	5,4	6,29	94,2	0,02	0,3	0,01	0,1	6,67
2002	0,03	0,5	0,41	5,7	6,69	93,3	0,02	0,3	0,01	0,2	7,17
2003	0,03	0,4	0,54	7,0	7,06	92,0	0,05	0,6	0,00	0,0	7,67

Ano	Valor em US\$ milhão										Total
	Injetável	%	Plástico	%	Couro	%	Têxteis	%	Outros	%	
1996	0,63	0,8	0,41	0,5	81,72	98,4	0,00	0,0	0,28	0,3	83,04
1997	0,61	0,6	0,40	0,4	108,43	98,1	0,23	0,2	0,87	0,8	110,54
1998	0,32	0,3	0,98	0,9	101,46	97,8	0,61	0,6	0,42	0,4	103,79
1999	0,60	0,6	0,98	0,9	103,82	97,4	0,80	0,7	0,35	0,3	106,54
2000	0,04	0,0	1,06	1,1	99,18	98,5	0,23	0,2	0,16	0,2	100,66
2001	0,00	0,0	1,37	1,4	92,59	98,1	0,30	0,3	0,10	0,1	94,36
2002	0,07	0,1	1,39	1,4	98,85	98,1	0,21	0,2	0,22	0,2	100,74
2003	0,17	0,2	1,32	1,3	103,65	98,2	0,39	0,4	0,01	0,0	105,54

Ano	Preço em US\$ por par de calçado						Total
	Injetável	Plástico	Couro	Têxteis	Outros	Total	
1996	2,51	2,33	13,44	-	11,62	12,72	
1997	2,81	2,12	14,64	16,57	14,07	14,01	
1998	3,49	3,40	15,21	15,13	15,19	14,58	
1999	5,50	3,01	14,71	11,77	14,12	14,05	
2000	2,39	3,86	14,98	13,83	11,07	14,50	
2001	...	3,82	14,73	13,52	12,97	14,14	
2002	1,91	3,39	14,79	9,15	15,45	14,05	
2003	5,16	2,46	14,69	8,71	11,26	13,75	

	Injetável	Plástico	Couro	Têxteis	Outros	Total
Média 1996-99	3,58	2,72	14,50	14,49	13,75	13,84
Média 2000-03	3,15	3,38	14,79	11,30	12,69	14,11
Variação %	-11,8	24,4	2,0	-22,0	-7,7	1,9

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

ses sapatos são os saltos de tamanhos variados de acordo com a exigência dos diferentes países. Assim, os mais altos (de 9 centímetros) fazem mais sucesso no Brasil, enquanto européias e americanas preferem o salto de 6 centímetros, também elegante, porém mais confortável para o dia-a-dia. Quem também começa a decolar no exterior é a estilista Sarah Chofakian e, para isso,

conta com acabamento de primeira, que inclui palmilhas de pelica e outros materiais naturais. Já participou de *show room* em Nova York e teve solicitações de franquias em Portugal, França e nos Estados Unidos. Seus modelos não devem sair por menos de US\$250,00. Criações com *design* apurado e moderno do estilista Mauricio Medeiros, destinadas ao público classe A, tiveram grande

repercussão em feiras do setor como a GDS em Dusseldorf (Alemanha), e na exposição Brasil 40 Graus, promovida pela loja de departamentos londrina Selfridges. Também, americanos e russos terão a oportunidade de ver os sapatos trabalhados e de saltos altíssimos do estilista, cotados entre US\$200,00 e US\$300,00 (MIRANDA, 2004).

As exportações brasileiras de calçado para o México apresentam comportamento irregular quanto à proporção entre os tipos, ficando muito difícil analisar a tendência. Os dados globais indicam uma evolução muito acelerada, de mais de 100 vezes na quantidade e de 50 vezes no valor, comparando-se os anos de 1996 e 2003. A evolução dos preços também é irregular, mas indica tendência de queda, tendo caído 12,2%, quando comparadas às médias do primeiro e do último quadriênio do período (Tabela 11). A exemplo de outros produtos, as exportações de calçados para o México podem estar indicando um caminho de entrada no NAFTA e o potencial da ALCA.

O calçado brasileiro é quase tão qualificado quanto o italiano, com preços sensivelmente inferiores, enquanto a oferta brasileira é muito mais qualificada do que a chinesa, com preços pouco superiores. Os asiáticos são fortes em produção de calçados de couro e sintético de baixo valor e em calçados esportivos. Já o Brasil atua em outras faixas, como calçados femininos de couro e, mais recentemente de forma expressiva, em calçados masculinos de couro na linha de conforto. É justamente essa posição intermediária que vem garantindo a posição de crescimento do Brasil no mercado internacional. No médio prazo, imagina-se penetrar no mercado asiático com esses produtos, desbancando os atuais fornecedores (KLEIN, 2004).

A China pode representar uma janela de oportunidades para a indústria calçadista brasileira. Quando conquistar o mercado chinês, as empresas brasileiras serão competitivas internacionalmente. Porém, para isso é necessário que os brasileiros sejam mais eficientes, por exemplo, nas ações de promoção de seus produtos. Maior número de expositores e melhor localização nos estandes das feiras internacionais são uma forma de fazer frente às empresas de países como Itália, Espanha, Alemanha, Paquistão e até mesmo México. Outra medida seria aproveitar os mais de 10 mil brasileiros na China como uma rede de contatos que favoreça associações, representan-

tes e distribuidores, considerando que muitos deles estão em postos de comando em fábricas, exportadoras e *traders*. Além disso, o material de divulgação deve ser menos amador, com tradução para o chinês, por exemplo, como aliás fazem italianos e espanhóis (GUIMARÃES, 2004).

4 - CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao longo do período analisado, as exportações brasileiras de calçados tiveram aumentos expressivos na quantidade e menores no valor, devido ao aumento da proporção de calçados de plástico, mais baratos que os de couro e também à queda nos preços destes últimos.

Observou-se um processo de migração da atividade industrial calçadista do Sul/Sudeste para o Nordeste brasileiro, impulsionado por incentivos fiscais, mão-de-obra mais barata e maior proximidade do mercado do Hemisfério Norte. Esse processo vem levando à redução da importância relativa do Rio Grande do Sul e ao crescimento da importância do Ceará, Paraíba e Bahia, principalmente.

O principal mercado comprador de calçado brasileiro é a América do Norte, onde Estados Unidos, México e Canadá representam mais de 70% do valor desse comércio e indicam a importância da ALCA para sua eventual expansão.

O segundo bloco maior comprador do calçado nacional é a comunidade européia, liderada pelo Reino Unido, seguido de Holanda, Espanha e Alemanha. Destes, apenas a Espanha vem ampliando suas compras dos calçados brasileiros.

O terceiro bloco significativo é constituído por Argentina, Bolívia e Chile. Entre eles destacam-se os portenhos que, recuperados da crise, podem assumir papel mais importante nas exportações brasileiras.

A diversificação dos destinos das vendas do País vem sendo conquistada paulatinamente graças ao esforço crescente das empresas exportadoras nacionais em promoção comercial, ainda que de maneira incipiente. Para concorrer na faixa de calçados finos, falta ao produto brasileiro, além de *design* próprio, esforço de difusão de marcas brasileiras no mercado internacional (KLEIN, 2004).

O apoio mais decidido aos estilistas brasileiros, nos últimos anos, não está restrito apenas ao fabricante do calçado, mas abrange

TABELA 11 - Exportações Brasileiras de Calçados para o México, por Tipo, 1996 a 2003

Ano	Quantidade em milhão de pares										
	Injetável	%	Plástico	%	Couro	%	Têxteis	%	Outros	%	Total
1996	0,00	0,0	0,01	8,8	0,06	81,9	0,005	6,2	0,002	3,1	0,08
1997	0,02	4,9	0,38	80,6	0,06	13,0	0,005	1,0	0,002	0,5	0,47
1998	0,00	0,0	0,49	83,5	0,07	12,0	0,023	4,0	0,003	0,5	0,59
1999	0,00	0,2	0,01	6,7	0,15	75,3	0,032	16,2	0,003	1,6	0,20
2000	0,00	0,0	0,63	46,1	0,71	51,9	0,026	1,9	0,002	0,1	1,38
2001	0,02	0,9	1,01	36,8	1,53	55,9	0,174	6,4	0,003	0,1	2,74
2002	0,04	0,8	2,49	48,6	2,15	41,9	0,428	8,4	0,019	0,4	5,13
2003	0,23	2,4	5,80	61,0	2,28	24,0	1,166	12,3	0,028	0,3	9,51

Ano	Valor em US\$ milhão										
	Injetável	%	Plástico	%	Couro	%	Têxteis	%	Outros	%	Total
1996	0,00	0,0	0,03	3,3	0,86	85,6	0,075	7,5	0,036	3,6	1,00
1997	0,09	4,0	0,82	37,0	1,19	53,8	0,071	3,2	0,043	1,9	2,22
1998	0,00	0,0	0,78	33,2	1,21	51,7	0,302	12,9	0,050	2,2	2,34
1999	0,00	0,0	0,05	2,4	1,54	79,3	0,311	16,0	0,043	2,2	1,94
2000	0,00	0,0	3,09	33,2	6,02	64,7	0,180	1,9	0,011	0,1	9,30
2001	0,09	0,4	5,18	23,9	15,25	70,3	1,125	5,2	0,033	0,2	21,68
2002	0,09	0,2	11,96	31,0	23,86	61,9	2,508	6,5	0,101	0,3	38,51
2003	0,86	1,7	21,84	43,4	22,51	44,7	4,817	9,6	0,306	0,6	50,33

Ano	Preço em US\$ por par de calçado					
	Injetável	Plástico	Couro	Têxteis	Outros	Total
1996	...	4,85	13,41	15,50	14,64	12,82
1997	3,79	2,16	19,52	14,54	20,24	4,70
1998	6,13	1,58	17,15	12,88	15,56	3,97
1999	2,00	3,60	10,34	9,68	13,89	9,82
2000	...	4,87	8,43	7,03	7,39	6,76
2001	3,88	5,14	9,97	6,45	10,86	7,92
2002	2,23	4,79	11,10	5,85	5,31	7,51
2003	3,77	3,76	9,86	4,13	11,03	5,29

	Injetável	Plástico	Couro	Têxteis	Outros	Total
Média 1996-99	3,97	3,05	15,11	13,15	16,08	7,83
Média 2000-03	3,29	4,64	9,84	5,87	8,65	6,87
Variação %	-17,1	52,5	-34,9	-55,4	-46,2	-12,2

Fonte: Elaborada pelos autores com dados básicos da SECEX.

também o fornecedor da matéria-prima que percebeu a importância de divulgar o seu produto junto ao consumidor final da cadeia produtiva por meio da demonstração em estandes de feiras e exposições. A intenção é mostrar que o sucesso do produto manufaturado resulta da interação entre matéria-prima de qualidade, criatividade e adoção de novas tecnologias no processo de fa-

bricação. Assim, está se consolidando a idéia de que é fundamental o fornecedor de matéria-prima se projetar no mercado para que o consumidor do calçado possa conhecer o seu produto. Além disso, a formação profissional do estilista, antigo modelista-técnico dos cursos do SENAI, vem passando por grandes transformações não apenas em termos de curso técnico de modelismo

como também de cursos de *design* em nível superior. Uma das formas de valorização desse profissional é o disputado Top Estilismo, evento da Franca que, nos últimos dez anos, vem premiando os melhores da carreira. A indústria calçadista percebeu que a criação de identidade do calçado brasileiro é uma das formas para reconquistar parte do mercado internacional, perdido para a China, em outro patamar que exige produto mais elaborado em termos de *design*, conforto e qualidade (ALMADA, 2004).

Um dos principais diferenciais do calçado brasileiro é o selo conforto, criado há cerca de três anos pela Universidade do Estado de Santa Catarina (UDESC) em parceria com o Centro Tecnológico de Couro, Calçados e Afins (CTCCA) de Novo Hamburgo (RS). A partir de normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT), esse conceito de conforto, associado à saúde, é baseado em parâmetros como massa do calçado (peso), impacto (que provoca vibrações e fraturas), ângulo de pronação (movimento de rotação interna do calcâneo durante o pisar que é responsável pela maioria das lesões articulares), percepção (teste para avaliação clínica dos pés) e temperatura. Esse conjunto de normas serve para certificar os calçados com valor agregado de conforto, ou seja, mais que um selo, é um índice de conforto medido diretamente na relação pé-calçado que atesta os níveis de conforto encontrados no calçado em situação de uso. Empresas de calçados de segurança, como Fujiwara e Marluvas, além de fabricantes como Democrata, Opananke e Via Uno, já estão adotando o selo conforto por meio de certificação ou de laudo técnico (ÁVILA, 2004).

No entanto, é preciso levar em conta que o Brasil está exportando couros para os seus maiores concorrentes no mercado internacional de manufaturados. Portanto, está transferindo vantagem competitiva, enquanto todos os países destacados em curtimento protegem a matéria-prima em benefício dos produtos com maior agregação de valor, inclusive couros acabados (KLEIN, 2004). O caminho para o País capitalizar mais suas vantagens competitivas consiste em aumentar a exportação de produtos acabados, seguindo o exemplo de China, Itália, Rússia, Índia e Argentina. Esses países proíbem a saída da matéria-prima, com a aplicação de alíquotas de exportação ou o estabelecimento de cotas de retenção. Além de impedir a saída do *wet blue* (couro em primeiro estágio de tratamento), os grandes produtores e exportadores de calçados e couros industrializados do mundo sobretaxam as importações de produtos acabados. Se todo o *wet blue* brasileiro exportado fosse acabado e manufaturado internamente, a cadeia produtiva ganharia mais de 500 mil postos de trabalho diretos e geraria US\$6 bilhões de divisas extras na balança comercial (FERNANDES, 2004).

Por fim, é importante destacar que, em termos de produção, deve-se continuar o processo migratório da indústria calçadista. Por ser intensiva de mão-de-obra, a indústria busca localizar-se em regiões com menor desenvolvimento econômico e com menor custo desse fator. Daí o crescimento do pólo nordestino. Imagina-se que no médio prazo a indústria de calçados no Sul venha a diminuir sensivelmente, restando poucas fábricas de grande porte e de alta tecnologia (KLEIN, 2004).

LITERATURA CITADA

ALMADA, J. F. **Evolução do design brasileiro**. São Paulo, 2004. Entrevista concedida a José Venâncio de Resende.

ÁVILA, A. O. V. **O selo conforto como diferencial do calçado brasileiro**. Centro Tecnológico do Couro, Calçados e Afins - CTCCA. São Paulo, 2004. Entrevista concedida a José Venâncio de Resende.

BATISTA, I. **Informações gerais sobre o setor calçadista**. Sindicato da Indústria de Calçados de Franca. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <venancio@iea.sp.gov.br> em 20 e 21 de jul. de 2004.

CAMERINI, J. C. M. **Complexo couro-calçadista gaúcho**. Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha. São Paulo, 2004. Entrevista concedida a José Venâncio de Resende.

CAMPELO, M.; GOERCH, M. **Exportações de calçados no Ceará**. Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Governo do Ceará [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <venancio@iea.sp.gov.br> em 29 jun. 2004.

COSTA, A. B. da. **Estudo da competitividade de cadeias integradas no Brasil: impactos das zonas de livre comércio - cadeia couro-calçados**. Campinas: UNICAMP, dez. 2002.

DÉCADA DE 1991 - 2000: a indústria de calçados no Ceará. Disponível em: <<http://www.sfipec.org.br>>. Acesso em: 19 de maio 2004.

FERNANDES, A. P. Cadeia produtiva exporta empregos e produtos debaixo valor. **Agroanalysis**, Rio de Janeiro, v. 24, n. 6, p. 34-45, jun. 2004.

FERREIRA, S. S.; BEZERRA, E. **Exportações cearenses: principais setores, 2002/2003**. Federação das Indústrias do Estado do Ceará/Centro Internacional de Negócios. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <venancio@iea.sp.gov.br> em jun. 2004.

GALAZZINI, J. G. H. **Pólo calçadista de Jaú**. Sindicato da Indústria de Calçados de Jaú. São Paulo, 2004. Entrevista concedida a José Venâncio de Resende.

GUIMARÃES, I. **Busca de oportunidades**. Disponível em: <<http://www.assintecal.org.br>>. Acesso em: 25 jun. 2004.

KLEIN, H. **Perspectivas da indústria calçadista brasileira**. Associação Brasileira das Indústrias de Calçados. [mensagem pessoal]. Mensagem recebida por <venancio@iea.sp.gov.br> em 25 jun. 2004.

MENDES, G. Paraíba de passos firmes. **Diário de Borborema**, 07 jun. 2004.

MENDONÇA, A. B. **Produção e exportação de calçados no Ceará**. Sindicato das Indústrias de Calçados e Vestuários de Juazeiro do Norte e Região. São Paulo, 2004. Entrevista concedida a José Venâncio de Resende.

MERCADO asiático del calzado: oportunidad o amenaza? Disponível em: <www.shoeinonet.com/releases/release757.htm>. Acesso em: 11 maio 2004.

MINISTÉRIO DE DESENVOLVIMENTO E INDÚSTRIA E COMÉRCIO EXTERIOR -MDIC/SECEX. **Balança Comercial Brasileira**. Rio de Janeiro, 1996-2003. Disponível em: <<http://aliceweb.mdic.gov.br>>. Acesso em: jun. 2004.

MIRANDA, C. Circuito da moda descobre sapato brasileiro. **O Estado de S. Paulo**, São Paulo, 20 jun. 2004.

NAKAD, S. **Pólo calçadista de Birigui**. Sindicato das Indústrias do Calçado e Vestuário de Birigui. São Paulo, 2004. Entrevista concedida a José Venâncio de Resende.

PALMEIRA, J. L. **Projeto Setorial Integrado SEBRAE-PB**. São Paulo, 2004. Entrevista concedida a José Venâncio de Resende.

PRESS KIT FRANCAL. Franca 2004. In: FEIRA INTERNACIONAL DE CALÇADOS, ACESSÓRIOS DE MODA, MÁQUINAS E COMPONENTES, 36., 2004, São Paulo.

PROGRAMA SPd São Paulo - Design. Parceria Fiesp, IPT, Secretaria de Ciência, Tecnologia e Desenvolvimento Econômico do Governo do Estado de São Paulo e SEBRAE-SP. Disponível em: <<http://www.spdesign.sp.gov.br/couro/36.htm>>. Acesso em: 25 jun. 2004.

ROSTELATTO, C. Brasileiros aprendem técnicas de fabricação de calçados na Itália. **CIB Notizie**, 05 abr. 2004. Disponível em: <<http://www.associb.org.br/cibnotizie/vedi.php>>. Acesso em: 25 jun. 2004.

Informações Econômicas, SP, v.34, n.11, nov. 2004.

SANTOS, A. M. M. M.; CORREA, A. R.; ALEXIM, F. M. B. **A indústria de calçados no estado do Ceará**. Brasília: BNDES, dez. 2001. 18 p.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICROS E PEQUENAS EMPRESAS - SEBRAE-PB. **Indústria da Paraíba**. Disponível em: <<http://www.sebraepb.com.br>>. Acesso em: 25 jun. 2004.

SOUTO, E. A. **Produção e exportação de calçados na Paraíba**. Sindicato das Indústrias de Calçados no Estado da Paraíba. São Paulo, 2004. Entrevista concedida a José Venâncio de Resende.

EXPORTAÇÕES BRASILEIRAS DE CALÇADOS, 1996 A 2003

RESUMO: O artigo analisa a evolução das exportações brasileiras de calçados, de 1996 a 2003, segundo os tipos (plástico, couro, têxteis e outros), segundo os Estados de origem (Rio Grande do Sul, São Paulo, Ceará, Paraíba e outros) e segundo os países de destino (Estados Unidos, Argentina, Reino Unido, México e outros). Caracteriza-se a forte migração de indústrias sulistas para o Nordeste brasileiro, buscando mão-de-obra mais barata e acesso mais fácil aos mercados do Hemisfério Norte; maior proporção de calçados plásticos no total exportado; manutenção de mercados tradicionais e melhores condições de competitividade e maior agregação de valores em termos de design, conforto e qualidade.

Palavras-chave: calçados, exportações, arranjos produtivos.

BRAZILIAN SHOE EXPORTS, 1996-2003

ABSTRACT: The article analyzes the evolution of Brazil's 1996-2003 shoe exports, per Type (plastic, leather, textile and others), per Origin State (Rio Grande do Sul, São Paulo, Ceará, Paraíba and others) and per Destination Country (United States, Argentina, United Kingdom, Mexico and others). There was a strong migration of southern industries to the Brazilian Northeast, in search for cheaper labor and easier access to Northern Hemisphere markets. Also noted were the larger proportion of plastic shoes in the total exported, the maintenance of traditional markets, better conditions for competitiveness and higher value-added content in terms of design, comfort and quality.

Key-words: shoes, exports, productive arrangements.

Recebido em 23/08/2004. Liberado para publicação em 14/10/2004.