

## Informe Setorial da Área Industrial, n.1, jul. 2006

<http://www.bndes.gov.br/bibliotecadigital>

## A INDÚSTRIA CALÇADISTA NO BRASIL

### INTRODUÇÃO

A indústria calçadista vem passando por transformações significativas no seu padrão de concorrência.

Nas últimas décadas, registrou-se aumento relativo da importância da qualidade, do *design* e dos prazos de entrega como determinante da competitividade do setor. Além disso, como o calçado é um produto sujeito às variações da moda, a diferenciação do produto e a capacidade das empresas em captar os sinais de mercado são atributos que têm assumido papel cada vez mais importante na determinação da competitividade desse setor. (Garcia, 1996).

As mudanças tecnológicas são incrementais. O setor se moderniza por etapas, dada a característica descontínua do processo de produção. As fases de costura e montagem de calçados de couro ainda são bastante artesanais, demandando muita habilidade da mão-de-obra e, com isso, limitando o processo de automação, facilitando a entrada de microempresas. Apesar da importância da qualidade, do *design* e dos prazos de entrega, cabe destacar que nesse setor o custo da mão-de-obra ainda constitui fator importante como determinante da competitividade.

Devido ao forte conteúdo artesanal e fragmentação no processo produtivo, mundialmente a indústria de calçados tem características de produção localizada, estimulando, com isso, as aglomerações geográficas.

Mudanças significativas também foram introduzidas no campo das matérias-primas utilizadas na fabricação de calçados. Os sapatos eram tradicionalmente feitos de couro, com sola também de couro ou de borracha natural. Com o desenvolvimento da petroquímica e o surgimento de materiais sintéticos, várias opções se abriram e os fabricantes de calçados começaram a utilizar matérias-primas alternativas.

Apesar de trazerem novas possibilidades, tanto em termos de estética quanto em conforto, os novos materiais também trouxeram problemas como qualquer outro material desconhecido no mercado: para a utilização dos mesmos de forma que não acarretassem problemas à saúde dos pés, novos equipamentos tiveram que ser adquiridos pelos fabricantes e os operadores necessitaram de novos conhecimentos.

Atualmente uma variedade de materiais de diversas origens é utilizada na fabricação de calçados, como o próprio couro, materiais têxteis, laminados sintéticos (PVC ou poliuretano), materiais injetados (PVC – policloreto de vinila, PU – Poliuretano, TR – borracha termoplástica, Poliestireno, ABS) e os materiais vulcanizados (borracha natural, borracha sintética, EVA – copolímero de etileno e acetato de vinila).

### MERCADO INTERNO

O primeiro período de dinamismo tecnológico, na indústria (1860-1920), foi proporcionado pela introdução de avanços tecnológicos oriundos da Europa, no final do século XIX. “Esta introdução transformou o sistema artesanal de produção em atividade fabril” (Cruz, 1976).

Após este período, o setor passou por uma fase de relativa estagnação (1920-1960), acompanhada de uma regionalização da produção e uma queda na introdução de novas técnicas e aquisição de máquinas mais modernas.

A partir da década de 1960, iniciou-se um movimento de dinamismo, com a exportação de calçados para os EUA. A aglomeração industrial já existente no Vale dos Sinos (RS) se especializara em calçados femininos de couro, enquanto Franca (SP) se destacava pelos calçados masculinos de couro.

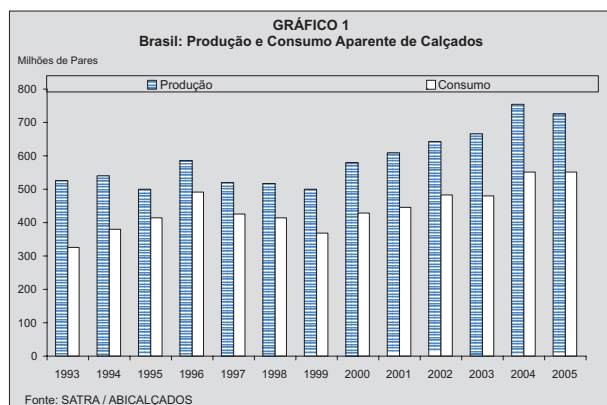
Na década de 70, o calçado brasileiro passou a ter expressiva importância na pauta de exportações nacionais.

O grande avanço tecnológico do setor se deu com a aquisição de máquinas para produção de calçados esportivos, sendo que na área de calçados de couro não foram verificadas alterações relevantes na década de 1980.

O movimento de migração da produção aconteceu no início dos anos de 1990. Nesta década, mudaram as condições de produção e concorrência na cadeia produtiva de calçados. As empresas calçadistas do Sul/Sudeste foram se deslocando para o Nordeste à procura de mão-de-obra mais barata, incentivos dos governos estaduais e, principalmente, para uma produção voltada ao mercado externo, pois a pressão da concorrência obrigou o calçadista brasileiro a reduzir custos de produção e transporte, além de outras providências. O Nordeste possui uma vantagem com relação a este aspecto, devido à sua localização mais favorável em relação aos Estados Unidos da América, o nosso principal importador.

Apesar da presença de empresas calçadistas em quase todos os estados brasileiros, destacam-se os estados do Rio Grande do Sul, São Paulo e, atualmente, alguns estados do Nordeste, em especial Ceará, Bahia e Pernambuco.

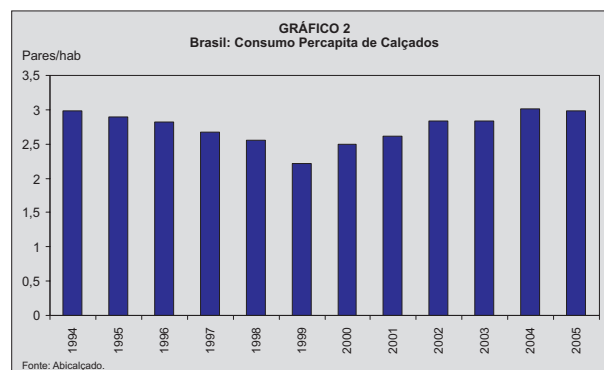
Em 2005 o Brasil produziu 725 milhões de pares de calçados, apresentando queda de 4% em relação a 2004, interrompendo a tendência de crescimento iniciada em 2000. Esta queda na produção foi motivada, principalmente, pelo decréscimo de 10% no volume exportado e pela estagnação no consumo interno (Gráfico 1).



Entre 1993 e 1999 a produção brasileira de calçados teve queda de 5%, enquanto para o mesmo período a produção mundial cresceu cerca de 15%. Todavia, como foi dito anteriormente, em 2000 houve uma boa recuperação. Se compararmos os volumes produzidos em 1999 e 2005, constataremos um aumento de 45%. Se analisarmos o

período compreendido entre 1993 e 2005, verificaremos que o crescimento foi de 38%.

O consumo *per capita* também apresentou queda de 1% em 2005, em relação a 2004 (Gráfico 2).



## MERCADO EXTERNO

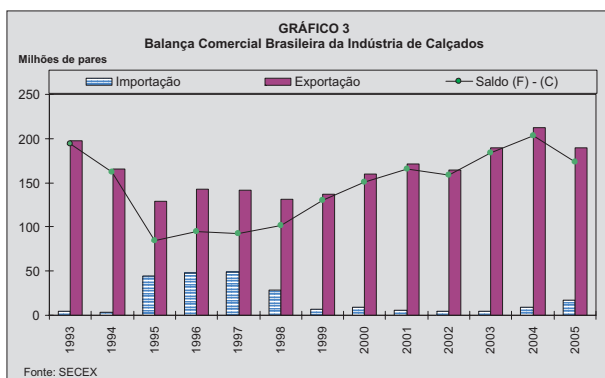
Para ampliar o percentual de vendas em outros países, principalmente na América Latina e no Oriente Médio, o setor vem desenvolvendo um projeto para que mais empresas possam fazer parte da balança comercial, principalmente as de pequeno e médio portes. O Brazilian Footwear é o programa de promoção comercial do setor de calçados do Brasil no exterior, desenvolvido pela Abicalçados com o apoio da Apex Brasil.

A diversificação da produção é outro fator competitivo, pois a adaptação às diferentes coleções tem que ser rápida, a fim de permitir que o Brasil produza vários tipos de calçados necessários para atender ao mercado interno e também às exportações.

Devido à velocidade em obter informações sobre as tendências mundiais da moda e à facilidade na obtenção de matérias-primas para desenvolver a modelagem adequada ao mercado comprador e posterior fabricação em série, os calçadistas brasileiros têm boas condições de atender à demanda de importadores dos mais diversos perfis. Exemplos são os calçados fabricados para importantes grifes e lojas norte-americanas e européias.

Em 2004 o Brasil exportou 212 milhões de pares de calçados, ou seja, 28% da produção daquele ano. As importações foram de apenas 9 milhões de pares, correspondente a 2% do consumo brasileiro de calçados (Gráfico 3).

Apesar de o saldo comercial ser positivo há mais de 10 anos, as exportações brasileiras de calça-



dos sofreram queda de 31% entre 1993 e 1998. É importante observar que no ano de 1998 já houve uma pequena recuperação em relação a 1997, ou seja, um crescimento de 10%. Em 2004 exportamos 12% a mais que no ano anterior.

Este cenário favorável dos últimos anos está ligado à valorização do dólar americano ante o real, entre outros fatores citados anteriormente, como diversificação de produtos e abertura de novos mercados.

Todavia, o ano de 2005 não foi dos melhores para os exportadores de calçados brasileiros. O Brasil deixou de exportar cerca de 23 milhões de pares de calçados se comparado a 2004, apresentando queda de 11%. Apesar da redução no volume de calçados destinados ao mercado externo, ou seja, 189 milhões de pares, em 2005 as exportações chegaram a US\$ 1,88 bilhão, com aumento de 4% em relação ao ano anterior. Este fato pode ser um indicativo de que o calçado brasileiro conquista *status* e preço no exterior, ou seja, estamos exportando produtos de maior valor agregado.

Os Estados Unidos são os principais compradores do calçado brasileiro, detendo cerca de 50% do total exportado. Todavia, os volumes exportados para lá apresentaram crescimento vegetativo, estabilizando-se durante toda a década de 1990. No ano de 2000 os EUA representavam 70% das exportações brasileiras de calçados, enquanto atualmente representam 50%.

A evolução dos principais mercados, em especial os EUA, e a oferta internacional de calçados na década de 90 afetaram a cadeia calçadista brasileira. Houve aumento da concorrência externa com a entrada de novos países no mercado internacional, dispondo de vantagens competitivas superiores às brasileiras. Entre os principais concorrentes do Brasil estão China, Indonésia e Vietnã. Cabe ressaltar que as exportações de calçados

do México para os Estados Unidos também cresceram, em consequência da implantação do NAFTA.

Em 2004 os maiores exportadores de calçados para os EUA foram a China com participação de 69%, volume de 1,77 bilhão de pares ao preço médio de US\$ 6,31; a Itália com 8%, 35 milhões de pares ao preço médio de US\$ 35,21; o Brasil com 7%, 99 milhões de pares de calçados ao preço médio de US\$ 10,92; a Indonésia com 3%, 47 milhões de pares ao preço médio de US\$ 10,54; e o Vietnã com 2,9%, 44 milhões de pares ao preço médio de US\$ 10,82.

Em 2005 o volume de calçados importados por empresas brasileiras, 16,9 milhões de pares, aumentou 92% em relação a 2004, 8,8 milhões de pares. Em valores as importações cresceram 77%: US\$ 115,4 milhões em 2005 contra US\$ 65,2 milhões em 2004. A China foi o principal fornecedor, com participação de 68%, ao preço médio de US\$ 5,71, seguida pelo Vietnã com 15%, ao preço médio de US\$ 15,15, e pela Indonésia com 5% ao preço médio de US\$ 10,67.

## RELACIONAMENTO DO SETOR CALÇADISTA COM O SISTEMA BNDES

Conforme podemos observar na tabela abaixo, entre 1995 e 2005, o Sistema BNDES desembolsou aproximadamente R\$ 980 milhões para o setor calçadista.

QUADRO 1

### Desembolso do Sistema BNDES ao Setor Calçadista – Milhões R\$

1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	Total
39	98	51	26	33	83	80	173	214	102	81	980

Fonte: BNDES/AP/DEPLAN.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A indústria calçadista brasileira está relativamente atualizada se considerarmos as tecnologias mais modernas existentes no mundo para fabricação de calçados esportivos, que necessitam de grandes investimentos em equipamentos e pouco em mão-de-obra. No que diz respeito ao pequeno e médio empresário e em especial aos fabricantes de calçados de couro, os equipamentos modernos ainda não trazem uma relação custo-benefício satisfatória, já que este segmento é intensivo em mão-de-obra.

A implantação de grandes empresas no Nordeste trouxe redução nos custos da entrada de outras empresas, principalmente as de menor porte, que têm dificuldades em se deslocar para lá. Os investimentos das empresas calçadistas têm um efeito multiplicador positivo sobre a competitividade da cadeia de calçados, através da criação de melhores condições de produção e difusão de tecnologias mais modernas.

Com relação ao comércio exterior, existem alguns gargalos a serem vencidos, como comercialização, carga tributária, câmbio e a concorrência chinesa. Pelo lado empresarial estes fatores estão sufocando a indústria calçadista brasileira, que passa pela maior crise de que se tem notícia.

Algumas medidas estão sendo implementadas pelo governo, de acordo com as reivindicações do setor privado, como equalização do câmbio e financiamentos, ressarcimento dos créditos fiscais de exportações, restrições às importações de calçados e à elevação da Tarifa Externa Comum do Mercosul (TEC), com intuito de dar mais fôlego aos negócios do setor.

O setor está se mobilizando para fortalecer sua posição frente à concorrência internacional e através do Programa Brazilian Footwear, está se reposicionando no mercado norte-americano e exportando calçados com mais conteúdo moda e maior valor agregado. Além disso, os calçadistas brasileiros passam a explorar novos nichos de mercado, o que, segundo a empresa Couromoda, pode se confirmar pelo aumento de empresas brasileiras participando da Feira de Las Vegas, a mais importante feira de calçados dos EUA.

A atual política cambial está tirando a competitividade do calçado brasileiro no mercado internacional. O setor sofre com o impacto da moeda e mais ainda com a concorrência dos chineses, com os quais temos uma diferença no preço dos produtos. É importante ressaltar que o preço médio dos calçados chineses importados pelos EUA em 2004 foi de US\$ 6,31, contra US\$ 10,92 do Brasil.

A presença da China no mercado vem provocando mudanças há algum tempo. Cabe ressaltar que a China tem participação muito expressiva nas exportações mundiais de calçados, ou seja, atualmente detém 61% do volume de calçados exportado em todo o mundo. Empresas brasileiras começam a se aliar a ela para aproveitar os preços mais competitivos nos calçados através da importação de seus produtos (14 milhões de pares em 2005) ou terceirizando a produção de calçados. A Azaléia, segundo a revista Update – fev. 2006, vai vender nos EUA 60 mil pares de calçados com sua marca fabricados por uma empresa chinesa. É importante ressaltar que nos últimos anos mais de mil técnicos brasileiros se mudaram para a China, onde recebem, em dólar, salários três vezes mais altos do que a média do Brasil.

Realmente não se pode negar o porte da China e seu proporcional potencial. O país atua como um grande centro da produção mundial no que se refere a produtos dos setores calçadista e têxtil. A economia da China cresce a 10% ao ano. Os subsídios governamentais, como isenção de impostos, câmbio estabilizado e baixa remuneração da mão-de-obra, garantem produtos a um preço impraticável aqui no Brasil e em outros países.

Segundo dados da LCA Consultores, além de ser um grande mercado, a China também dispõe de abundância de capital para investimento e oferece maquinário barato e de boa qualidade, que pode ser aproveitado para a indústria local ter preços mais competitivos.

O setor calçadista brasileiro está fragilizado no mercado internacional e começa a perder competitividade também no mercado interno. Será necessário que o governo e o setor privado adotem uma série de medidas para resolver as questões de comercialização, agregação de valor ao produto, carga tributária, câmbio e concorrência chinesa. Tais medidas, segundo o setor, já são de conhecimento do governo.

**Elaborado pela Gerência Setorial da Área Industrial/Departamento de Bens de Consumo**

**EQUIPE RESPONSÁVEL**

Sergio Eduardo Silveira da Rosa – *Gerente*  
Abidack Raposo Corrêa – *Assistente*

**Contato:** faleconosco@bndes.gov.br

**Editado pelo Departamento de Comunicação**

