

# PANORAMA DA INDÚSTRIA MUNDIAL DE CALÇADOS, COM ÊNFASE NA AMÉRICA LATINA

José Eduardo Pessoa de Andrade  
Abidack Raposo Corrêa\*

---

*\*Respectivamente, gerente e assistente técnico da Gerência Setorial de Bens de Consumo Não-Duráveis do BNDES.  
Os autores agradecem a colaboração do estagiário Cláudio Vicente di Gioia Ferreira Silva.*

CALÇADOS

## **Resumo**

***Este artigo apresenta o perfil da indústria mundial de calçados na década de 90, através da análise de alguns países selecionados, assim como suas perspectivas e principais problemas.***

*Serão apresentadas também as características do calçado, as principais matérias-primas utilizadas em sua fabricação e as tecnologias do processo produtivo.*

## Introdução

Desde meados dos anos 80 a indústria mundial de calçados vem promovendo uma reformulação nos seus processos de produção e de organização do trabalho. Nos países mais desenvolvidos, novas tecnologias são introduzidas nas máquinas e equipamentos para a fabricação de calçados.

Os principais países produtores passaram a estimular a utilização de recursos de microeletrônica e informática, objetivando um grau de automatização em máquinas e equipamentos que aumentasse as condições de competitividade. O sistema CAD/CAM<sup>1</sup> no setor de modelagem técnica e desenvolvimento do produto foi um dos mais importantes.

Outra tendência muito importante foi a combinação da produção em dois ou mais países para reduzir custos, sistema que tem sido muito utilizado no mercado internacional de calçados. Essa atividade consiste em confeccionar partes, ou até mesmo todo o cabedal,<sup>2</sup> em países com baixo custo de fabricação, como Portugal, Turquia e Índia, entre outros, deixando apenas a montagem do sapato para ser realizada em países com custo de fabricação mais elevado e melhor nível tecnológico, em geral os mais desenvolvidos.

No aspecto relacionado a pesquisa e desenvolvimento, existem nos países desenvolvidos grandes institutos de pesquisas, tais como: Center Technique Cuir Chaussure Maroquinerie (CTC) na França, Forschungsintitut Fur Die Schuhherstellung Pirmasens (PFI) na Alemanha, Instituto Español del Calzado y Conexas Asociación de Investigación (Incoop) na Espanha, Satra Footwear Technology Center (Satra) na Inglaterra, Centro Italiano Material di Applicazione Calzaturiera (Cimac) na Itália e outros que têm desenvolvido projetos na área de automatização, como modelagem técnica por computador, corte automático para couro com *laser* e/ou jatos d'água e até fábricas-piloto com linha de montagem totalmente automatizada, inclusive com operações semi-robotizadas.

As modificações promovidas pela reestruturação industrial, apesar de induzirem grandes alterações nos processos organizacionais e produtivos, ainda não foram capazes de eliminar, pelo menos na maior parte dos países produtores, a principal característica da indústria mundial de calçados, isto é, o uso intensivo da mão-de-obra, que se manifesta principalmente na produção de calçados de couro, pois na de injetados utilizam-se equipamentos modernos, com a máquina substituindo rapidamente a mão-de-obra.

<sup>1</sup>O computer aided design (CAD), que consiste num sistema de projeto de uso geral ou específico por meio de computador, foi desenvolvido em 1963 por Ivan Sutherland, que o apresentou como tese de doutorado no Massachusetts Institute of Technology (MIT), enquanto o computer aided manufacturing (CAM) significa fabricação com auxílio do computador.

<sup>2</sup>Destinado a cobrir e proteger a parte superior dos pés, o cabedal normalmente é constituído de várias peças e reforços, usados para dar mais firmeza e proteção aos pés ou então por uma questão de design.

Diante do exposto, este trabalho tem por objetivo mostrar a evolução do mercado mundial de calçados na década de 90 e discutir suas perspectivas e principais gargalos: a primeira parte descreve as principais características do calçado, suas matérias-primas e processo produtivo; a segunda mostra o mercado mundial; e a terceira analisa o mercado de alguns países selecionados.

## Características do Produto

**B**asicamente, o sapato é constituído de uma parte superior, o cabedal, e de uma parte inferior, o solado. Todavia, cada parte se subdivide em uma série de outras, com características e funções bem específicas.

### O Cabedal

Destina-se a cobrir e proteger a parte de cima do pé e divide-se em gáspea (parte da frente), traseiro e lateral. Normalmente, é constituído de várias peças e reforços, usados para dar mais firmeza e proteção à parte superior do pé ou, então, por questão de *design*. Entre os elementos de reforço estão o contraforte e a couraça.

O *contraforte* é um reforço colocado entre o cabedal e o forro, na região do calcanhar, destinado a dar forma a esta parte do calçado e manter o calcanhar firme dentro do sapato. É um elemento importante no calce e no conforto. Alguns tipos de calçados, como sapatilhas muito flexíveis ou sapatos tipo *chanel* (abertos atrás), não utilizam o contraforte.

A *couraça* é um reforço colocado no bico do calçado, também entre o cabedal e o forro, destinado a proteger os dedos e, ao mesmo tempo, dar firmeza e boa apresentação ao bico, mantendo inalterada, mesmo durante o uso, a sua forma original. É muito importante em calçados infantis e nos calçados de segurança (nesse caso específico é feita de aço), para evitar danos aos dedos.

Dependendo do modelo do calçado, o cabedal pode ainda apresentar algumas outras partes, como *biqueira* (peça que recobre o bico do sapato, geralmente com função decorativa) e *lingüeta* (parte saliente sobre o peito do pé, utilizada em calçados de cadarço, destinada a proteger o dorso do pé).

### O Solado

É o conjunto de partes/peças que formam a parte inferior do calçado e que se interpõem entre o pé e o solo. É constituído de várias peças, como veremos a seguir.

A *palmilha* de montagem, lâmina que tem a função de dar firmeza ao caminhar e pode ser de aço, madeira, arame ou plástico rígido, é cortada no mesmo tamanho da planta da fôrma, sobre a qual é montado o cabedal e à qual é fixada a sola externa. Além de ser um dos elementos mais importantes do calçado, pois se constitui numa estrutura sobre a qual se alicerçam quase todas as partes que constituem o modelo, é considerada uma terceira divisão do calçado, pois serve de ligação entre o cabedal e o solado. A palmilha de montagem é moldada exatamente de acordo com a fôrma sobre a qual o calçado foi montado.

A *sola* é a parte externa do solado, ou seja, aquela que está em contato direto com o solo, e dela dependem, em grande parte, a qualidade e a *performance* do calçado. O material do qual é fabricada e o seu perfil (desenho) determinam suas propriedades, durabilidade, flexibilidade, resistência à umidade, leveza, uniformidade, resistência ao deslizamento, entre outros fatores.

O *salto* constitui-se num suporte, fixado à sola na região do calcanhar, e é destinado a dar equilíbrio ao calçado.

Dependendo do calçado, duas outras peças podem fazer parte do solado: a *entressola*, uma camada intermediária colocada entre a palmilha de montagem e a sola, com função estética e de conforto; e a *vira*, uma tira estreita de material solado (couro, borracha natural ou sintéticos) colada ou costurada em torno do calçado.

Os elementos descritos acima são fundamentalmente as peças que constituem o calçado. Todavia, dependendo do modelo que se deseje produzir, outras peças podem ser agregadas. O tênis, por exemplo, poderá ter ilhoses, forros especiais, dispositivos de amortecimento de impacto, entre outros. Os materiais de que são fabricados os calçados estão descritos na seção a seguir.

**P**or muitos anos, os sapatos foram 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. Na Tabela 1 apresentam-se os materiais disponíveis entre as décadas de 20 e de 90.

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 mer-

## Matérias-Primas

Tabela 1

**Materiais Disponíveis para Fabricação de Calçados entre as Décadas de 20 e de 90**

DÉCADAS							
De 20	De 30	De 40	De 50	De 60	De 70	De 80	De 90
Couro	Couro	Couro	Couro	Couro	Couro	Couro	Couro
Borracha Não-Vulcanizada	Borracha Não-Vulcanizada	Borracha Não-Vulcanizada	Borracha Não-Vulcanizada	Borracha Não-Vulcanizada	Borracha Não-Vulcanizada	Borracha Não-Vulcanizada	Borracha Não-Vulcanizada
			Borracha Vulcanizada	Borracha Vulcanizada	Borracha Vulcanizada	Borracha Vulcanizada	Borracha Vulcanizada
			PVC	PVC	PVC	PVC	PVC
				PU	PU	PU	PU
				Borracha Termoplástica	Borracha Termoplástica	Borracha Termoplástica	Borracha Termoplástica
				Poliuretano Termoplástico	Poliuretano Termoplástico	Poliuretano Termoplástico	Poliuretano Termoplástico
			EVA	EVA	EVA	EVA	

Fonte: Assintecal.

cado, uma vez que, para sua utilização de forma que não acarretassem problemas à saúde do pé, novos equipamentos tiveram que ser adquiridos pelos fabricantes, assim como os operadores necessitaram de novos conhecimentos.

De maneira geral, quem ganhou foi o consumidor, pois a fabricação de calçados diversificou-se e ganhou novos *designs*. Atualmente, uma variedade de materiais de diversas origens é utilizada na fabricação de calçados. A seguir, apresentam-se alguns desses materiais.

## Couro

O couro é considerado um material nobre, que pode ser usado praticamente em todas as partes do calçado, mas normalmente sua utilização é aconselhável no cabedal, no forro e, em alguns modelos, na sola. Um couro bovino pode produzir em média 20 pares de calçados e se apresenta nas fases cru, salgado, *wet-blue*,<sup>3</sup> *crust* (semi-acabado) e acabado.<sup>4</sup>

<sup>3</sup>Logo após o abate, o couro é vendido pelo frigorífico aos curtumes, salgado ou em sangue. No curtume, é despelado, são removidas graxas e gorduras e então sofre o primeiro banho de cromo. É a primeira fase, onde ele passa a exibir um tom azulado e seco. Daí o termo *wet-blue*.

O couro traz algumas vantagens sobre os outros materiais, como, por exemplo, alta capacidade de se amoldar a uma forma, boa resistência ao atrito, maior vida útil, possibilidade de transpiração e aceitação de quase todos os tipos de acabamento.

É importante ressaltar que a produção de couro até o estágio *wet-blue* produz 85% do resíduo ambiental da cadeia produtiva, enquanto a transformação de couro *wet-blue* em calçado produz os restantes 15%.

<sup>4</sup>No Anexo (Tabela A.1), pode-se observar a evolução do mercado de couro no Brasil.

Tecidos naturais, como algodão, lona e brim, e tecidos sintéticos, como náilon e lycra, são utilizados sobretudo no cabedal e como forro. Além do preço mais atrativo, os calçados fabricados com tecidos são mais leves.

São materiais constituídos normalmente de um suporte (tecido, malha ou não-tecido<sup>5</sup>) sobre o qual é aplicada uma camada de material plástico (geralmente PVC ou poliuretano). São chamados, "erroneamente", de couro sintético. Um dos mais utilizados pela indústria calçadista brasileira é o chamado *cover line*.

O *policloreto de vinila (PVC)* é um material de fácil processamento, com custo relativamente baixo e com boas propriedades de adesão e resistência à abrasão, sendo hoje utilizado até em solados de tênis e chuteiras. Suas desvantagens são a baixa aderência ao solo e a tendência a quebrar a baixas temperaturas.

O *poliuretano (PU)* é um material versátil e disponível sob várias formas e empregado em solas e entressolas com características de durabilidade, flexibilidade e leveza. Sua desvantagem está no alto custo dos equipamentos necessários à sua produção e também na necessidade de cuidados especiais durante a estocagem e o processamento.

O *poliestireno* é utilizado na produção de saltos. Tem baixo custo e alta resistência ao impacto.

O *ABS* também é utilizado especificamente para fabricação de saltos. Apesar de ter uma ótima resistência ao impacto e à quebra, hoje a sua utilização é basicamente voltada para saltos muito altos, devido ao seu elevado custo.

A *borracha termoplástica (TR)*, utilizada na produção de solas e saltos baixos, apresenta boa aderência ao solo, mas é pouco resistente às intempéries e aos produtos químicos, como solventes.

A *borracha natural* possui excelente resistência ao desgaste, adere bem ao solo, é leve e flexível, o que a torna muito confortável. Foi o primeiro material a ser usado na fabricação de solas em substituição ao couro. Todavia, o elevado custo e a pouca resistência a altas temperaturas inviabilizam sua utilização. Atualmente, ela é usada principalmente em calçados infantis.

## **Materiais Têxteis**

## **Laminados Sintéticos**

## **Materiais Injetados**

<sup>5</sup>Conhecidos mundialmente como nonwovens, é um material de estrutura plana, porosa, flexível, constituída de véu ou manta de fibras ou filamentos (longas ou curtas) orientados direcionalmente, consolidados por processo mecânico (fricção), químico (adesão) e térmico (coesão), hidrodinâmico ou por combinação.

## **Materiais Vulcanizados**

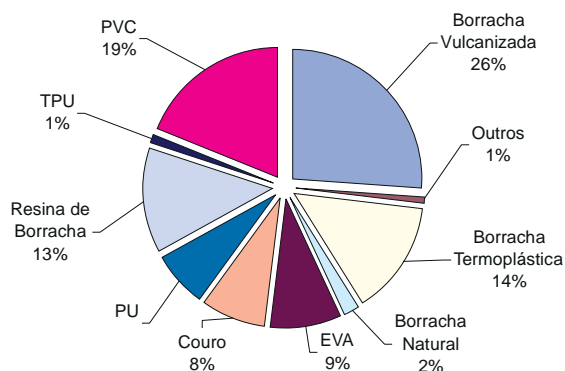
De maneira geral, a *borracha sintética* apresenta boa propriedade de flexão e elasticidade, resistência ao desgaste e ao rasgamento, adere bem ao solo e seu custo é acessível.

O *copolímero de etileno e vinil acetato (EVA)* é um dos materiais mais utilizados no Brasil em diversas partes do calçado, sobretudo no solado, pois é mais leve e macio para a fabricação de solas, possui boa resistência ao desgaste e pode ser produzido em diversas cores.

Além dos materiais citados para a fabricação de calçados, têm-se ainda os *metais*, os *materiais celulósicos* e a *madeira*. Nos Gráficos 1 e 2 pode-se visualizar a participação mundial de cada material utilizado na produção de solados.

**Gráfico 1**

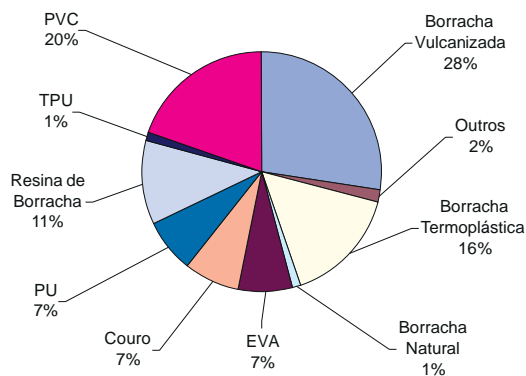
**Consumo Mundial de Material para Solado – 1999**



Fonte: Assintecal.

**Gráfico 2**

**Previsão do Consumo Mundial de Material para Solado em 2005**



Fonte: Satra.

O processo de fabricação de um calçado está dividido em setores, os quais se formam de acordo com a diversidade de produtos, o porte e a estrutura da empresa. Dentro da classificação de micro, pequena, média e grande empresa, as principais etapas do processo produtivo podem ser definidas conforme descrito a seguir.

## Processo Produtivo

De acordo com a maioria dos empresários do setor calçadista, a etapa de modelagem é considerada uma das mais importantes da linha de produção, pois nessa fase o calçado é concebido e completamente especificado. Todo o material a ser usado na fabricação, o tipo, o gênero, a finalidade e o projeto da fôrma (estilo e dimensões) são definidos nessa etapa, na qual se utilizam tantos os recursos informatizados, caso dos sistemas CAD/CAM, como o desenho manual.

## Modelagem ou Design

O corte da matéria-prima, principalmente o couro, é feito de acordo com as dimensões definidas na modelagem e pode ser manual (artesanal), com a utilização de “facas” e moldes de cartolina reforçados nas bordas com filetes de metal. As empresas de maior porte utilizam uma pequena prensa hidráulica denominada balancim, que é operada por um funcionário e na qual é afixada, no cabeçote, uma navalha de fita de aço, que também atende às determinações do molde. Existem também, em nível internacional, os equipamentos informatizados para o corte de couro por meio de *laser* e jato d'água.

## Corte

Os processos a *laser* e a jato d'água apresentam ganhos de produção e melhor aproveitamento do material, pois o computador envia os comandos para as máquinas, que efetuam os desenhos sobre o couro ou o laminado sintético. O processo é veloz e com margem de erro muito baixa. Quando utilizado para cortar o laminado sintético, é possível empilhar várias camadas do material para corte simultâneo, o que gera alta produtividade.

Após o corte, as peças que fazem parte do cabedal são organizadas em lotes e encaminhadas à seção de pesponto, onde são preparadas, chanfradas, dobradas, picotadas, coladas e em seguida costuradas. Esse trabalho de preparação, na maior parte das empresas, é realizado manualmente e, em algumas poucas, feito em máquinas eletrônicas simples.

## Pesponto

Existe uma característica marcante nessa etapa: a subcontratação de mão-de-obra. No Rio Grande do Sul surgiram os *ateliers*, que em Franca são chamados de “banca” de pesponto. Em nível internacional, essa etapa se encontra bem à frente dos equipamentos utilizados pelas empresas brasileiras.

## Costura

A costura do cabedal, método mais antigo e largamente usado antes do aparecimento dos adesivos sintéticos, na década de 60, ainda é empregada em alguns tipos de calçados, na busca por mais segurança e firmeza. Entre os métodos que utilizam a costura, estão o *blaqueado* (para a fabricação de tênis e mocassins), o *goodyear* (observado principalmente em calçados de segurança, em botas militares e em alguns modelos mais pesados) e o *ponteador* (atualmente utilizado apenas em alguns calçados de estilo jovem e confortável), cabendo ressaltar se trata de um processo misto, pois o cabedal é fixado à palmilha mediante costura, mas a sola é colada. Esses métodos de produção são mais complexos e onerosos e, portanto, utilizados normalmente em calçados de maior valor agregado e preços mais elevados.

## Montagem/Solado

Essa etapa é realizada quase que simultaneamente ao corte e à costura. Os materiais que compõem o solado (salto e sola), bem como a palmilha, são cortados, lixados, conformados, limpos e colados ou costurados. Tanto na colagem como na costura podem ser utilizados solados de couro, borracha natural, PVC, TR, PU e outros. No caso dos métodos de *injeção direta*<sup>6</sup> ou *vulcanização*<sup>7</sup> – hoje largamente empregados –, somente podem ser usadas solas feitas de materiais sintéticos e, no caso da vulcanização, também de borracha natural.

<sup>6</sup>Consiste em colocar o cabedal, já montado em cima da fôrma, sobre um molde de metal com formato da sola, no qual é injetado o material plástico em estado fundido.

<sup>7</sup>A sola feita de pasta de borracha crua, natural ou sintética, prensada, é inicialmente colocada ao cabedal com um adesivo compatível e fixada por meio de uma “vira”, também de borracha crua, que, mediante ação de pressão e altas temperaturas, é “cozida”, ou seja, vulcanizada, e adquire suas propriedades finais.

Uma vez completada a operação de fixação da sola ao cabedal, o calçado está praticamente pronto, devendo passar ainda por pequenas operações, denominadas por alguns fabricantes de *acabamento ou plancheamento*, que consistem em limpeza, retoque de pequenos defeitos e controle de qualidade final. Só assim o calçado poderá ser colocado na caixa e enviado à expedição da fábrica.

## Mercado Mundial

**A**o longo da década de 90, a produção mundial de calçados cresceu a taxas relativamente altas (ver Anexo, Tabela A.2). Essa tendência de crescimento estável e relativamente elevado foi influenciada pela boa *performance* da China, que entre 1993 e 1998

aumentou sua produção em 78%, seguida da Índia (com 66%) e do México (com 56%). A produção mundial de calçados nesse mesmo período cresceu 10%.

Cabe ressaltar que, ainda no mesmo período, a produção de calçados europeia decresceu, enquanto na América Latina ficou praticamente estagnada. Na verdade, o desempenho da indústria calçadista latino-americana só não foi negativo devido à boa *performance* do México, pois entre 1993 e 1998 houve um recuo de 15% na Argentina, 33% no Chile, 8% na Colômbia, 7,5% na Venezuela e 1,7% no Brasil.

Em 1998, a *produção* mundial de calçados atingiu o volume de 10.979 milhões de pares, sendo a China o principal produtor, com uma participação de 50% (5.520 milhões de pares), seguida por Índia (6% – 685 milhões de pares), Brasil (5% – 516 milhões de pares), Itália (4% – 425 milhões de pares) e Indonésia (3% – 316 milhões de pares). Os principais produtores latino-americanos (excluindo o Brasil) foram o México (2,5% – 270 milhões de pares), Argentina (0,8% – 80 milhões de pares), Colômbia (0,6% – 60 milhões de pares), Venezuela (0,2% – 25 milhões de pares) e Chile (0,2% – 21 milhões de pares) (Tabela 2).

O *consumo* mundial ficou na faixa de 10.094 milhões de pares, tendo a China também como líder, com uma participação de 24%, seguida por Estados Unidos (16%) Índia (6,5%), Japão (5%) e Brasil (4%). Os principais consumidores latino-americanos (não considerando o Brasil) foram o México (2,4%), Argentina (1%), Colômbia (0,7%), Chile (0,4%) e Venezuela (0,3%) (Tabela 2).

Os principais *exportadores* mundiais são a China, com 50% de participação no mercado, Hong Kong (16,5%), Itália (6,2%), Vietnã (3%) e Indonésia (2,8%). Na América Latina, excluindo o Brasil, que se encontra na sétima posição, com 2,1% das exportações mundiais, temos o México com 0,6% e a Argentina com 0,1%, enquanto as participações de Chile, Colômbia e Venezuela são irrisórias. Essa posição refere-se a 1998, com um total de 6.205 milhões de pares de calçados exportados (Tabela 2).

Os Estados Unidos lideram o *ranking* das *importações*, que em 1998 foram de 5.321 milhões de pares, com uma participação de 28%, seguidos por Hong Kong (20%), Japão (7%), Alemanha (6%) e Reino Unido (5%). Na América Latina, o Brasil e o Chile ocupam a nona posição (ambos com 0,5%), seguidos por Argentina (0,4%), México e Colômbia (0,2%) e Venezuela (0,01%). Cabe ressaltar que Hong Kong produziu apenas 4 milhões de pares de calçados em 1998, importou 1.055 milhões e exportou 1.025 milhões.

Como se pode observar nos dados citados, o grupo dos cinco países latino-americanos (Argentina, México, Venezuela, Chile

Tabela 2

**Mercado Mundial de Calçados – 1998**

(Em Milhões de Pares)

PAÍS	PRODUÇÃO	%	PAÍS	IMPOR- TAÇÃO	%	PAÍS	EXPOR- TAÇÃO	%	PAÍS	CONSUMO	%
China	5.520,0	50,3	Estados Unidos	1.476,6	27,8	China	3.086,1	49,7	China	2.436,5	24,14
Índia	685,0	6,2	Hong Kong	1.055,5	19,8	Hong Kong	1.025,5	16,5	Estados Unidos	1.605,8	15,91
Brasil	516,0	4,7	Japão	348,7	6,6	Itália	381,8	6,2	Índia	652,7	6,47
Itália	424,9	3,9	Alemanha	325,3	6,1	Vietnã	185,5	3,0	Japão	515,3	5,11
Indonésia	316,3	2,9	Reino Unido	260,3	4,9	Indonésia	172,7	2,8	Brasil	414,0	4,10
Turquia	276,7	2,5	França	252,0	4,7	Espanha	150,4	2,4	França	323,5	3,20
México	270,0	2,5	Itália	162,3	3,1	Brasil	131,0	2,1	Alemanha	309,1	3,06
Tailândia	260,0	2,4	Espanha	59,7	1,1	Tailândia	128,9	2,1	Reino Unido	306,1	3,03
Paquistão	226,8	2,1	Brasil	29,0	0,5	Portugal	93,3	1,5	México	243,0	2,41
Espanha	220,8	2,0	Chile	24,8	0,5	Turquia	63,9	1,0	Turquia	223,4	2,21
Vietnã	212,7	1,9	Portugal	24,4	0,5	Coréia do Sul	61,6	1,0	Paquistão	218,5	2,16
Coréia do Sul	171,0	1,6	Argentina	21,4	0,4	Alemanha	57,7	0,9	Itália	205,4	2,03
Japão	170,0	1,5	Filipinas	21,1	0,4	França	54,0	0,9	Filipinas	156,0	1,55
Estados Unidos	165,1	1,5	México	12,0	0,2	México	39,0	0,6	Indonésia	144,6	1,43
Filipinas	153,5	1,4	Colômbia	11,7	0,2	Reino Unido	37,0	0,6	Tailândia	132,3	1,31
França	125,5	1,1	Turquia	10,6	0,2	Estados Unidos	35,9	0,6	Espanha	130,1	1,29
Portugal	104,0	0,9	Coréia do Sul	10,2	0,2	Índia	32,4	0,5	Coréia do Sul	119,6	1,18
Reino Unido	82,8	0,8	Vietnã	3,8	0,1	Filipinas	18,6	0,3	Argentina	97,4	0,96
Argentina	80,0	0,7	China	2,6	0,0	Paquistão	9,0	0,1	Colômbia	69,3	0,69
Colômbia	60,0	0,5	Tailândia	1,2	0,0	Argentina	4,0	0,1	Chile	43,3	0,43
Alemanha	41,5	0,4	Indonésia	1,0	0,0	Japão	3,4	0,1	Portugal	35,4	0,35
Venezuela	25,0	0,2	Paquistão	0,7	0,0	Colômbia	2,4	0,04	Hong Kong	34,0	0,34
Chile	20,9	0,2	Venezuela	0,4	0,01	Chile	2,4	0,04	Vietnã	31,0	0,31
Hong Kong	4,0	0,0	Índia	0,1	0,0	Venezuela	0,1	0,002	Venezuela	25,3	0,25
Outros	846,1	7,7	Outros	1.205,2	22,7	Outros	428,6	6,91	Outros	1.622,4	16,07
<b>Total</b>	<b>10.978,6</b>	<b>100,0</b>	<b>Total</b>	<b>5.320,6</b>	<b>100,0</b>	<b>Total</b>	<b>6.205,2</b>	<b>100,00</b>	<b>Total</b>	<b>10.094,0</b>	<b>100,00</b>

Fontes: *Abicalçados e Satra; elaboração BNDES.*

<sup>8</sup>Segundo dados da *Satra Technology Center* e da *Serma Technologies*, 77% dos calçados que entraram na Venezuela (29 milhões de pares) foram via contrabando, não tendo sido computados, portanto, para efeito de cálculo.

e Colômbia) participou, em nível mundial, com cerca de 4% da produção de calçados (456 milhões de pares) e com 4,7% do consumo (478 milhões de pares), enquanto nas exportações e importações<sup>8</sup> as participações foram de, respectivamente, 0,8% (48 milhões de pares) e 1,3% (70 milhões de pares). Se o Brasil for incluído, as posições passam a ser 9% na produção, 9% no consumo, 3% nas exportações e 1,9% nas importações.

O setor calçadista nacional é composto por aproximadamente quatro mil empresas, que geram 260 mil empregos, e apresenta capacidade instalada estimada em 560 milhões de pares/ano, sendo 70% destinados ao mercado interno e 30% à exportação, e faturamento de US\$ 8 bilhões/ano. Com esses números o Brasil se coloca como o terceiro maior produtor mundial de calçados, com 4,7% de participação na produção total, que em 1998 foi de 10.979 milhões de pares, conforme se pode observar na Tabela 2.

O Vale dos Sinos, região formada por 18 cidades do Rio Grande do Sul, produz 178 milhões de pares/ano, aproximadamente 40% da produção nacional, e participa com 75% das exportações totais, enquanto a cidade de Franca, em São Paulo, produz cerca de 29 milhões de pares/ano, ou seja, 6% da produção nacional, e responde por 3% das exportações totais. Outras importantes regiões produtoras são os pólos de Jaú e Birigüi, ambos em São Paulo, assim como a região Nordeste, que tem atraído novos investimentos do setor e já é responsável por cerca de 15% das exportações totais brasileiras.

A Azaléia (Rio Grande do Sul), maior fabricante de calçados do Brasil e uma das cinco maiores do mundo, lidera a produção de calçados femininos do país (30 milhões de pares/ano) e detém cerca de 15% do mercado, enquanto a Agabê, a Sândalo e a Samello (Franca) lideram a produção de calçados masculinos de couro. No segmento de calçados infantis, a Ortopé (em 1999) era a maior fabricante da América Latina e produzia 13 milhões de pares/ano, seguida pela Klin (30 mil pares/dia).

Tabela 3

**Relação das Principais Empresas de Couro e Calçados no Brasil**

ESTADO	INDÚSTRIA	EMPRESA	NÚMERO DE EMPREGADOS
Ceará	Calçados	Grendene NE	14.500
Bahia e Rio Grande do Sul	Calçados	Azaléia	13.821
Ceará	Calçados	Dakota NE	4.586
Ceará	Calçados	Vulcabras	2.240
São Paulo	Calçados/Curtume	Agabê	1.200
São Paulo	Calçados	Sândalo	735
São Paulo	Calçados	Samello	640
São Paulo	Calçados	Fremar	510
São Paulo	Calçados	Democrata	499
São Paulo	Calçados	Free Way	350
São Paulo	Calçados	Pé de Ferro	214
São Paulo	Calçados	Jacometti	198
São Paulo	Calçados	Netto	197
São Paulo	Calçados	Ferracini	195
São Paulo	Calçados	TWA	110
São Paulo	Calçados	Medieval	91
São Paulo	Calçados	Galvani	84
São Paulo	Calçados	Aluete	72
São Paulo	Calçados	Opananken	63

Fonte: Sindicato da Indústria Calçadista de Franca (pesquisa de campo).

## A Indústria de Calçados no Brasil

### Características Gerais

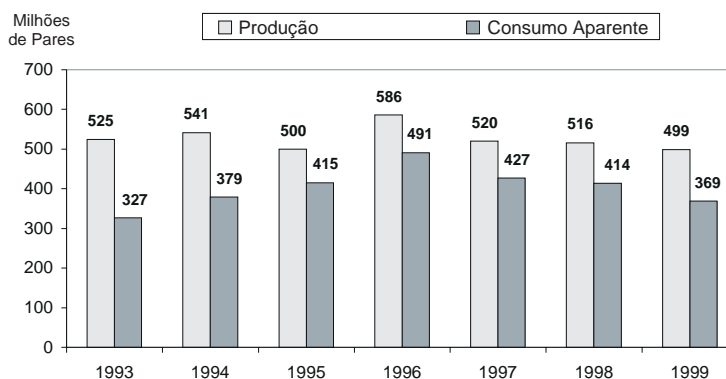
## Evolução da Produção e do Consumo

Em 1999, a indústria calçadista brasileira produziu 499 milhões de pares, equivalentes a 4,5% da produção mundial, enquanto o consumo interno foi de 369 milhões de pares, o que corresponde a 74% da produção total da indústria (Gráfico 3).

Entre 1993 e 1999, a produção teve queda de 5%, enquanto a produção mundial cresceu cerca de 10%. O consumo, no mesmo período, cresceu 13%. Todavia, se for considerado apenas o período 1996/99, houve uma queda ainda maior na produção (ou seja, 15%) e o consumo também apresentou desempenho negativo (25%).

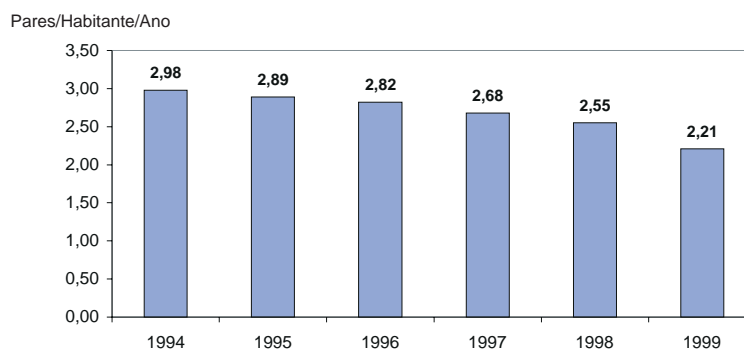
De 1994 a 1999, o consumo *per capita* de calçados no Brasil apresentou declínio sistemático (ou seja, 26%), chegando em 1999 a 2,2 pares/habitante/ano (Gráfico 4).

**Gráfico 3**  
**Produção e Consumo Aparente de Calçados no Brasil – 1993/99**



Fonte: Abicalçados.

**Gráfico 4**  
**Consumo Per Capita de Calçados no Brasil – 1994/99**

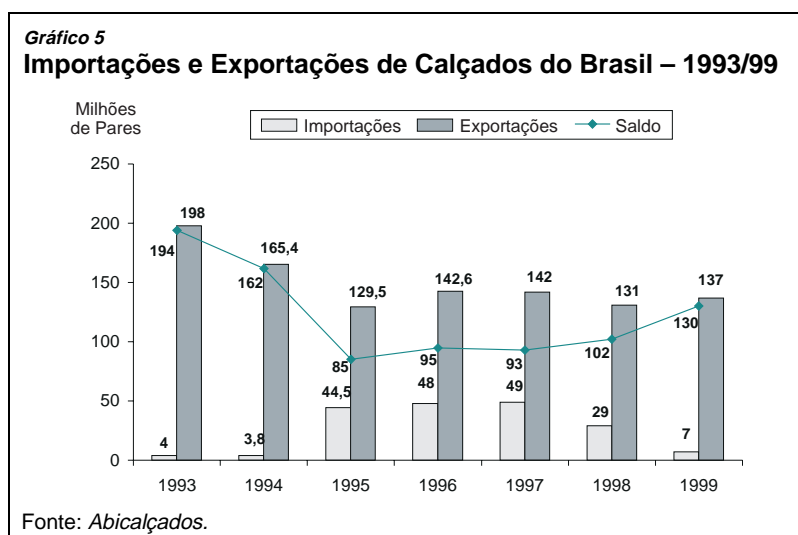


Fonte: Abicalçados.

Em 1999, o Brasil exportou 137 milhões de pares de calçados, ou seja, 27% da produção daquele ano, e importou apenas 7 milhões de pares, correspondentes a 2% do consumo nacional (Gráfico 5).

## Evolução do Comércio Exterior

Embora o saldo comercial observado na década de 90 tenha sido positivo, as exportações brasileiras de calçados sofreram queda de 31% entre 1993 e 1999, enquanto as importações tiveram um aumento de 75%, apesar de insignificante em valor absoluto. Nos primeiros anos após o Plano Real, esse aumento chegou a ser considerável: 1.025% de 1994 para 1995. Entre 1995 e 1997, o crescimento foi de 9%, porém houve quedas de 41% em 1998 e de 76% em 1999, com o câmbio desfavorável tendo sido o principal responsável por esse movimento entre 1995 e 1998.



**A** indústria mexicana de calçados é formada por aproximadamente seis mil estabelecimentos e emprega 140.171 trabalhadores.<sup>9</sup> A predominância da administração da maioria das empresas é familiar, o que não constitui uma característica específica mexicana, mas sim da indústria coureiro-calçadista mundial. As exceções estão geralmente entre as grandes empresas.

## A Indústria de Calçados no México

### Características Gerais

Segundo a América Consultoria e Projetos Internacionais, o México é o segundo maior mercado da América Latina das indústrias de máquinas e de componentes para calçados, com capacidade instalada para produzir aproximadamente 380 milhões de pares/ano. Do total da capacidade instalada, 52% estão concentrados na cidade de Guanajuato, 22% em Jalisco, 17% no Distrito Federal e 9% no restante do país. Ainda de acordo com a América Consultoria e

<sup>9</sup>Dados do Instituto Mexicano de Seguridade Social (IMSS), citados em boletim da Câmara Nacional da Indústria do Calçado (Canai-cal).

Tabela 4

**Relação das Principais Empresas de Couro e Calçados no México**

CIDADE	INDÚSTRIA	EMPRESA	NÚMERO DE EMPREGADOS
León	Calçados	Flexi	2.000
León	Calçados	Emyco	1.500
León	Calçados	Loredano	800
León	Calçados	Jean Paul	500
León	Calçados	Capa de Ozono	300
León	Curtume	Le Farc	75
León	Curtume	Teneria Gigante	45
León	Curtume	Hampshire	33
Guadalajara	Calçados	Florentinos	230
Guadalajara	Calçados	Suave Confort	160
Guadalajara	Calçados	Dione	149
Guadalajara	Calçados	Zapatos Modelo de Guadalajara	70
Guadalajara	Calçados	Margaux	40
Guadalajara	Calçados	Impulsora Arra	40
Guadalajara	Calçados	Benito Valentini	28
Guadalajara	Curtume	Curtidos Rexis	230
Guadalajara	Curtume	Curtidos Star	135
Guadalajara	Curtume	Procesadora de Pieles Occidente	50
Guadalajara	Curtume	Curtido del Retiro	25
Cidade do México	Calçados	Calzados Naná	26

Fonte: América Consultoria e Projetos Internacionais.

Projetos Internacionais, apenas em Jalisco há predominância na produção de calçados femininos, pois o restante das cidades produz uma grande variedade de tipos de calçados.

Em geral, a indústria calçadista mexicana apresenta um bom nível de inovação tecnológica de produto. O *design* acompanha as tendências da moda internacional, com forte influência italiana em calçados de moda jovem e casual. Todavia, no que diz respeito à tecnologia de produção, há uma clara defasagem em comparação com a utilizada no mundo e no Brasil.

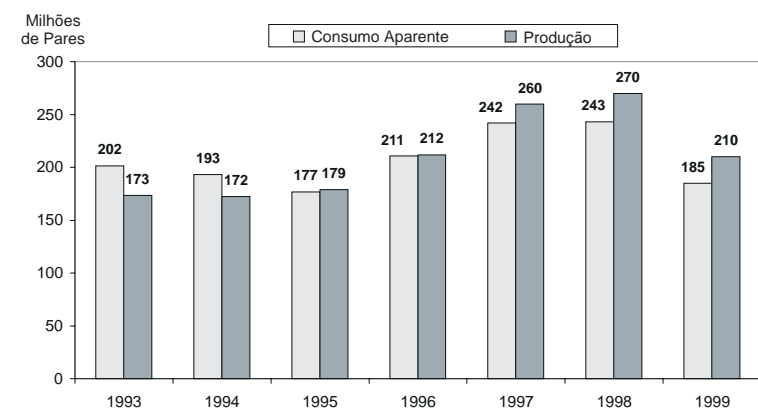
### **Evolução da Produção e do Consumo**

Em 1998, a indústria calçadista mexicana produziu 270 milhões de pares, equivalentes a 2,5% da produção mundial e a 52% da produção brasileira daquele ano (Gráfico 6).

<sup>10</sup>Indicador do desempenho positivo da indústria mexicana é o que mostra a recuperação do grau de utilização da capacidade instalada da indústria, que alcançou 70% em 1998.

A recente tendência de alta na produção<sup>10</sup> da indústria de calçados no México sinalizava um bom desempenho ou, na pior das hipóteses, uma acomodação nos níveis atuais para os próximos anos (Gráfico 6), pois a produção cresceu 56% entre 1993 e 1998, mas

**Gráfico 6**  
**Produção e Consumo Aparente de Calçados no México – 1993/99**

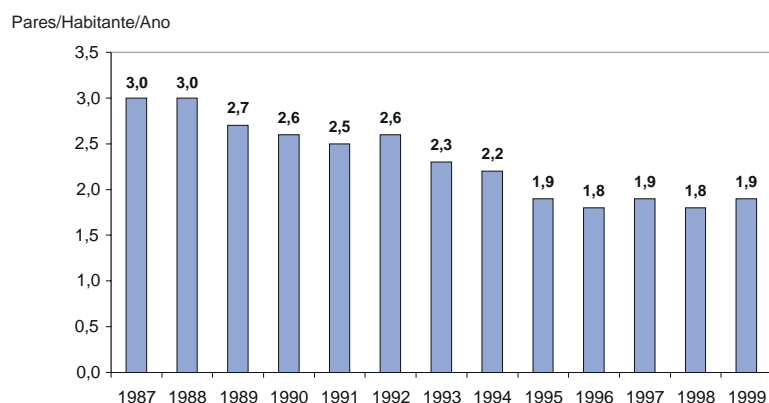


Fontes: *Abicalçados e Satra*.

teve uma queda significativa de 22% entre 1998 e 1999. Cabe ressaltar que entre 1993 e 1998 a indústria mundial cresceu 10% e a indústria brasileira decresceu 1,7%, em termos físicos, enquanto no período 1998/99 a queda da produção de calçados brasileira foi de 11%.

O fraco desempenho da economia mexicana durante os anos 80 e 90, em termos de renda e empregos urbanos, acarretou uma queda significativa do consumo aparente de calçados, apesar de o México consumir, internamente, cerca de 90% de sua produção. No Gráfico 7 pode-se observar que em 1987 o consumo *per capita* de calçados no país era de três pares/habitante, passando para 1,8 par/habitante em 1996 e a partir daí configurando uma tendência de estabilidade até 1999.

**Gráfico 7**  
**Consumo Per Capita de Calçados no México – 1987/99**



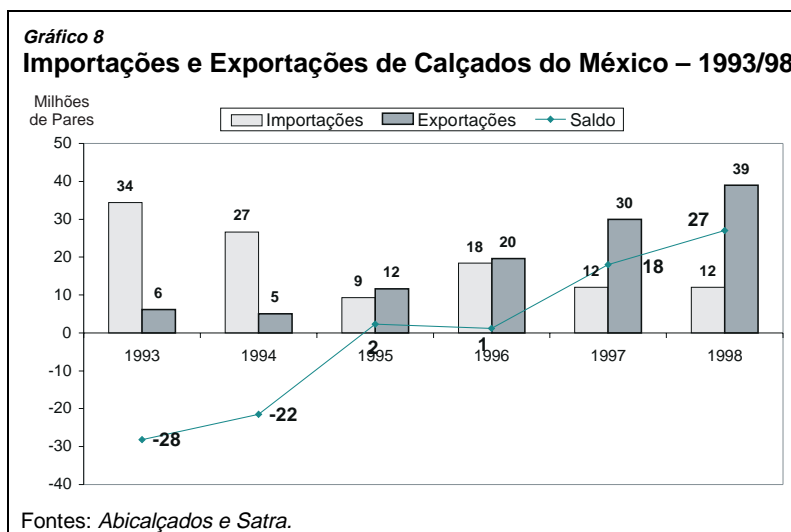
Fonte: *Serma*.

O Gráfico 6, entretanto, mostra que, em 1995, a produção de calçados no México, ao contrário do consumo aparente, reverte a sua tendência de queda, o que se deveu às exportações, que tiveram um impulso extraordinário naquele ano.

## Evolução do Comércio Exterior

Considerando-se os volumes exportados e importados, o México teve desempenho negativo na balança comercial de calçados em 1993 e 1994. O Gráfico 8 mostra que a tendência de reversão desse quadro teve o início em 1994. A partir de 1995 as exportações mostraram uma significativa recuperação, com um crescimento de 100% entre 1993 e 1995 e de 225% entre 1995 e 1998. O preço médio das exportações ficou na faixa de US\$ 10,5/par.

Com o aumento das exportações, a balança comercial mexicana de calçados teve um desempenho positivo, pois as importações apresentaram queda de 74% entre 1993 e 1995 e a partir de 1997 se estabilizaram.



## A Indústria de Calçados na Argentina

### Características Gerais

A indústria de calçados na Argentina é integrada por cerca de 1.500 empresas, gerando, aproximadamente, 26 mil empregos diretos. A predominância é da pequena empresa de administração familiar.

O país é o terceiro mercado da América Latina para máquinas e componentes para calçados, com capacidade instalada para produzir cerca de 100 milhões de pares/ano, distribuída entre Buenos Aires, Córdoba e Rosário e produzindo uma grande variedade de

Tabela 5

**Relação das Principais Empresas de Couro e Calçados na Argentina**

CIDADE	INDÚSTRIA	EMPRESA	NÚMERO DE EMPREGADOS
Buenos Aires	Calçados	Gatic	5.600
Buenos Aires	Calçados	Alpargatas	5.000
Buenos Aires	Calçados	Talpini	83
Buenos Aires	Calçados	Frischmann	26
Rosário	Calçados	Grimoldi	632
Rosário	Calçados	Bebs	140
Rosário	Calçados	Creaciones Luciana	7
Rosário	Calçados	Baby Micci Shoes	6
Buenos Aires	Couros	Cidec	–
Buenos Aires	Couros	Esposito	–
Buenos Aires	Couros	Hispano Argentina	–
Rosário	Componentes	Carlos Domingo	–

Fonte: América Consultoria e Projetos Internacionais.

tipos de calçados, com predominância do couro como principal matéria-prima.

A indústria argentina não tem vantagens competitivas estruturais nos calçados de baixo preço, seja em função dos custos da mão-de-obra, seja em função das pequenas escalas de produção. Comparativamente à indústria brasileira, ela não possui o mesmo nível tecnológico e atua num nicho de mercado de calçados mais artesanais, com características de produção e modelagem italianas, de maior preço. Com exceção dos calçados injetados, a indústria argentina não apresenta a produtividade e a organização gerencial encontradas no Brasil.

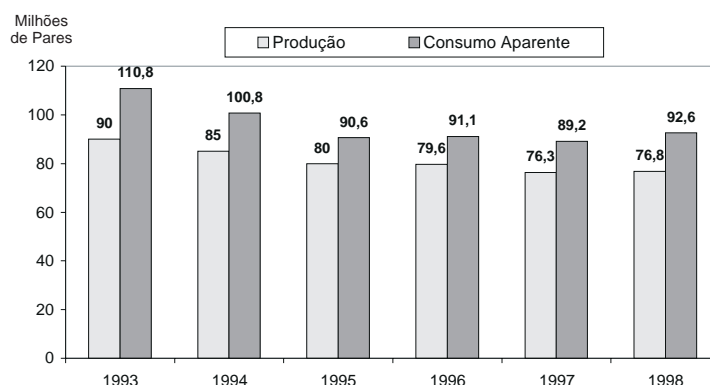
Em 1998, a indústria calçadista argentina produziu 76,8 milhões de pares, equivalentes a 0,7% da produção mundial e a 15,5% da produção brasileira daquele ano (Gráfico 9).

A recente tendência de queda na produção da indústria de calçados argentina está sinalizando um desempenho negativo para os próximos anos. Entre 1993 e 1998, quando a indústria mundial cresceu 10%, em termos físicos, na Argentina houve queda de 15%.

Entre 1993 e 1998, o consumo aparente teve queda de 16% (Gráfico 9), atingindo seu ponto mínimo em 1997 (89,2 milhões de pares), quando o consumo *per capita* chegou somente a 2,5 pares (Gráfico 10).

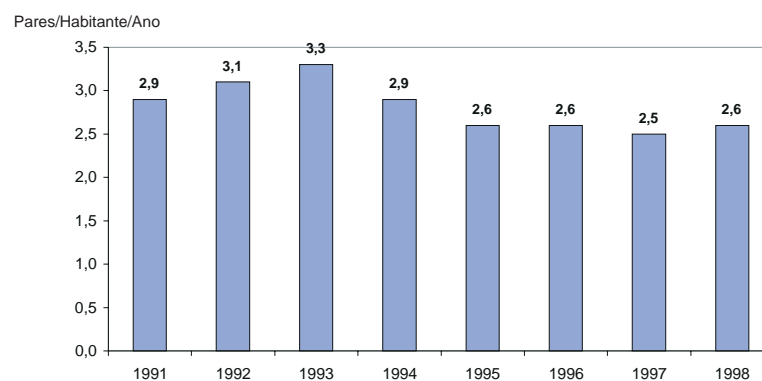
**Evolução da Produção e do Consumo**

**Gráfico 9**  
**Produção e Consumo Aparente de Calçados na Argentina – 1993/98**



Fontes: *Abicalçados e Satra*.

**Gráfico 10**  
**Consumo Per Capita de Calçados na Argentina – 1991/98**



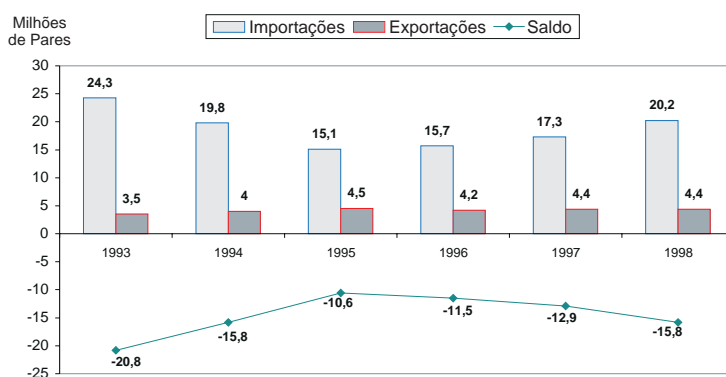
Fonte: *Serma*.

## **Evolução do Comércio Exterior**

Considerando-se os volumes exportados e importados, a Argentina tem apresentado desempenho negativo na balança comercial de calçados desde 1993 até 1998, conforme se pode observar no Gráfico 11.

Entre 1993 e 1998, embora as exportações tenham crescido 26% (de 3,5 milhões de pares para 4,4 milhões pares) e as importações tenham caído 17% (de 24,3 milhões de pares para 20,2 milhões de pares), o saldo na balança comercial de calçados manteve-se negativo, com um aumento de 49% entre 1995 e 1998.

**Gráfico 11**  
**Importações e Exportações de Calçados da Argentina – 1993/98**



Fontes: *Abicalçados e Satra*.

A indústria de calçados no Chile é integrada por cerca de 400 empresas de administração familiar, gerando aproximadamente 13 mil empregos diretos. As micro e pequenas empresas representam 90% da indústria, as médias 8,8% e as cinco grandes 1,2%. Todavia, o faturamento das maiores empresas está na faixa de 40% do total.

O país é o quinto maior mercado da América Latina para as indústrias de máquinas e de componentes para couros, artefatos e calçados, com capacidade instalada para produzir cerca de 35 milhões de pares de calçados/ano, com 80% da produção concentrada em Santiago, 10% em Concepción, 5% em Talca e 5% em outras localidades.

Os calçados chilenos são confeccionados com uma grande diversidade de materiais – couros, têxteis, injetados, sintéticos – e atingem vários segmentos de mercado: masculino casual e social; feminino moda; crianças; desportivos para as classes alta, média e média baixa; e calçados de segurança industrial.

O estágio tecnológico da indústria, em geral, é defasado, se comparado ao do Brasil e do mundo, não existindo muitos programas de qualidade e produtividade. Todavia, em algumas empresas de porte médio, que trabalham com vistas à obtenção da certificação ISO 9000, observam-se investimentos em automatização, bem como a adoção de células de produção. Nas empresas de grande porte são utilizadas tecnologias de produção de última geração, que, no entanto, convivem com equipamentos eletromecânicos, mecânicos e manuais, em sistemas modulares de produção.

## A Indústria de Calçados no Chile

### Características Gerais

Tabela 6

**Relação das Principais Empresas de Couro e Calçados no Chile**

CIDADE	INDÚSTRIA	EMPRESA	NÚMERO DE EMPREGADOS
Santiago	Calçados	Bata Chile	3.000
Santiago	Calçados	American Shoe	700
Santiago	Calçados	Guante	230
Santiago	Calçados	Cardinale	160
Santiago	Calçados	Osito	–
Santiago	Curtume	Curtidos Bas	85
Santiago	Curtume	Jorge Camino	62
Santiago	Curtume	Cuerobat	40
Santiago	Componentes	Hormas Hormital	50

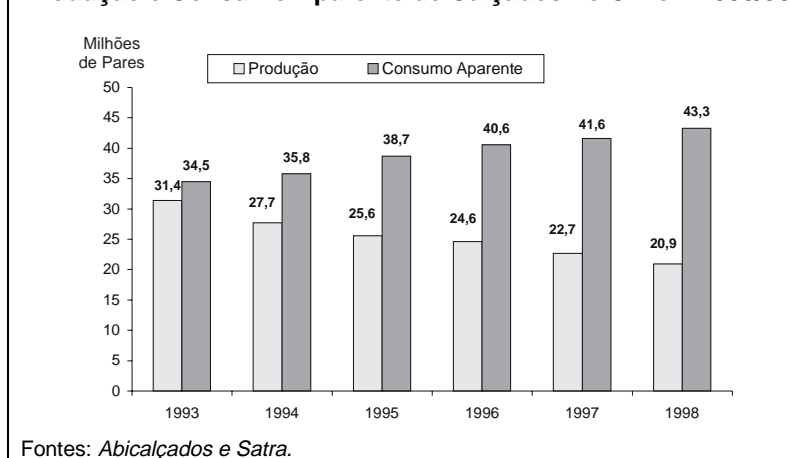
Fonte: América Consultoria e Projetos Internacionais.

**Evolução da Produção e do Consumo**

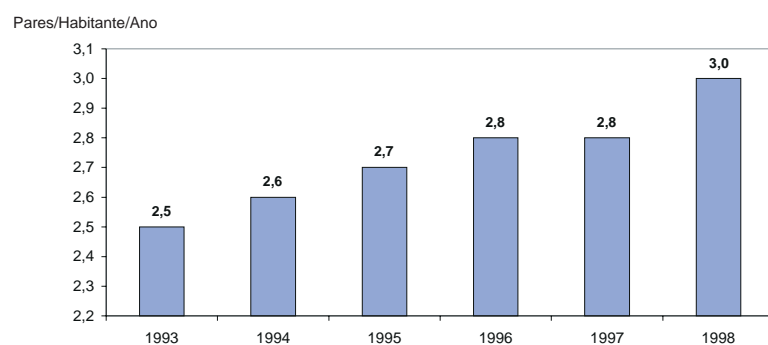
Em 1998, a indústria calçadista chilena produziu 20,9 milhões de pares, equivalentes a 0,2% da produção mundial e a 4% da produção brasileira daquele ano (Gráfico 12).

A produção de calçados do Chile teve queda acentuada (33%) entre 1993 e 1998 (Gráfico 12), o que ocorreu num momento de evolução favorável da economia: crescimento de 7,1% anuais do PIB, de 25,5% do consumo aparente de calçados e de 20% do consumo *per capita*, o mais elevado da América Latina, com três pares/ano em 1998 (Gráfico 13).

**Gráfico 12**  
**Produção e Consumo Aparente de Calçados no Chile – 1993/98**



**Gráfico 13**  
**Consumo Per Capita de Calçados no Chile – 1993/98**



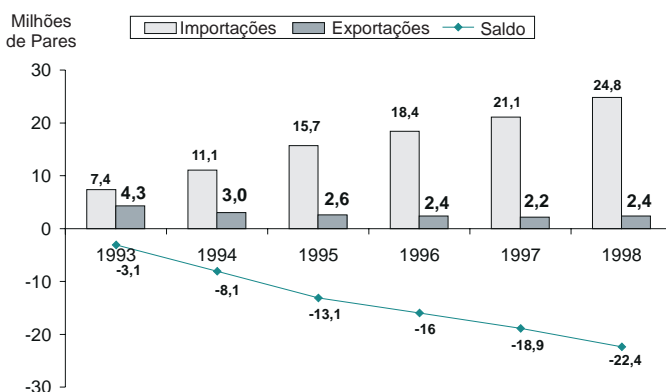
Fontes: *Satra* (dados de 1993 a 1997) e *Serma* (dados de 1998).

As exportações chilenas de calçados caíram 44% entre 1993 e 1998. Por outro lado, as importações cresceram 235% no mesmo período, o que, segundo a América Consultoria e Projetos Internacionais, corresponde a mais do que o dobro do crescimento do conjunto da pauta de importações do país (Gráfico 14).

## Evolução do Comércio Exterior

A queda das exportações e a expressiva elevação das importações na oferta total de calçados, associadas à redução da produção doméstica, indicam que a indústria chilena de calçados perdeu capacidade competitiva, muito especialmente nos produtos de baixo preço.

**Gráfico 14**  
**Importações e Exportações de Calçados do Chile – 1993/98**



Fontes: *Satra* e *Abicalçados*.

## A Indústria de Calçados na Venezuela

### Características Gerais

A indústria calçadista da Venezuela é integrada por cerca de 260 empresas, gerando 8.754 empregos diretos. As pequenas e médias (até 100 empregados) constituem 70% do número total de estabelecimentos, enquanto o restante corresponde a empresas com mais de 100 empregados, sendo que, considerando a indústria como um todo, os estabelecimentos ocupam em média 34 empregados.

A Venezuela é o quarto maior mercado da América Latina e o vigésimo terceiro do mundo para as indústrias de máquinas e de componentes para couros, artefatos e calçados, com capacidade instalada para produzir cerca de 36 milhões de pares de calçados/ano, localizada nos estados de Aragua, Carabobo, Miranda, Distrito Federal, Lara, Yaracuy e Táchira.

As empresas de maior porte que oferecem produtos de maior valor agregado estão situadas nos arredores de Caracas, sendo que na região de La Yaguara, maior pólo calçadista da Venezuela, concentra-se a produção de calçados injetados.

No que se refere à inovação, existem algumas empresas que trabalham com produtos de moda, com *design* italiano, sendo que parte delas está voltada para a criação de produtos com *design* mais arrojado, atuando em nichos específicos de mercado, como o feminino social (*dama de vestir*), que atualmente é o segmento com maior faturamento do mercado de calçados do país.

O restante das empresas, principalmente as que atuam nos segmentos de baixo valor agregado, como calçados esportivos injetados, calçados infantis e outros segmentos de baixo preço, encontram-se em grandes dificuldades, devido principalmente à concorrência do calçado chinês.

**Tabela 7**  
**Relação das Principais Empresas de Couro e Calçados na Venezuela**

CIDADE	INDÚSTRIA	EMPRESA	NÚMERO DE EMPREGADOS
Caracas	Calçados	Vita/Rolex	–
Caracas	Calçados	Creaciones Bonanza	240
Caracas	Calçados	Calzados Santa Ninfa	200
Caracas	Calçados	Calzados Junior	140
Caracas	Calçados	Cimaflex	175
Caracas	Couros	Lucelanda	40
Caracas	Máquinas e Componentes	Arnetta	–
Caracas	Máquinas e Componentes	Carmelo	–

Fonte: América Consultoria e Projetos Internacionais.

A tecnologia da indústria calçadista na Venezuela é do tipo tradicional, sem a presença de grandes inovações de processo. Nas médias e grandes empresas predominam as esteiras de produção, enquanto nas micro e pequenas, devido às suas características artesanais, o processo produtivo é irregular e desorganizado.

Como as estatísticas disponíveis são conflitantes, uma série histórica não é confiável, pois as várias fontes consultadas apresentam valores bem diferentes.

## **Evolução da Produção, do Consumo e do Comércio Exterior**

**O** mercado mundial de calçados teve um movimento de realocização e de divisão internacional da produção na década de 90. A Ásia aumentou sua participação na produção mundial, principalmente em países como Indonésia e Tailândia, que projetam um grande potencial de crescimento. Este trabalho também identificou a Índia e a Turquia como dois importantes produtores mundiais de calçados e com tendências a um grande crescimento.

## **Conclusões**

A predominância da China no mercado mundial de calçados é claramente reconhecida, pois em 1998 respondeu por mais de 50% da produção mundial, registrando, nos últimos anos, um crescimento econômico da ordem de 7% ao ano. Enquanto o setor calçadista mundial cresceu cerca de 4% ao ano na década de 90, o crescimento da China foi de aproximadamente 10% no mesmo período.

O país é o mais importante competidor do Brasil no maior mercado importador de calçados brasileiros, os Estados Unidos. Aos poucos, o produto chinês vem apresentando incrementos de qualidade, mas ainda existem muitos problemas a serem superados, inclusive os de natureza ambiental gerados em suas fábricas. Além disso, ainda há uma carência muito grande com relação ao pessoal qualificado para pesquisa, *design* e administração, assim como uma produção mais orientada para o mercado.

Em relação aos nossos concorrentes na América Latina, os parágrafos seguintes abordam os pontos de destaque.

Na Argentina, nos anos 90, ocorreram três fatos marcantes: as quedas da produção e do consumo internos e a elevação da participação das importações na oferta total. O mais grave é que a redução da demanda interna não foi compensada pelo aumento que ocorreu nas exportações.

A Argentina não tem vantagens competitivas estruturais nos calçados de baixo preço, em função dos custos elevados da

mão-de-obra e das pequenas escalas de produção das empresas. Portanto, a produção volta-se para o calçado de alto padrão, sendo necessário desenvolver capacitações em inovação de produto e explorar a sua vantagem competitiva na matéria-prima básica (a oferta abundante de couro de qualidade). Assim sendo, segundo alguns pesquisadores desse mercado, será muito difícil que a Argentina venha a desenvolver um complexo calçadista completo, razão pela qual deverá haver espaço para o fornecimento externo e oportunidade para o Brasil permanecer como um dos principais exportadores de calçados para o país.

A Venezuela também não apresenta boas perspectivas de desenvolvimento do mercado de calçados, por não ter vantagens competitivas em termos de custos de produção e de mercado interno para os produtos finais. Portanto, é necessário que os exportadores de calçados brasileiros, além de participarem de feiras no país, garantam a continuidade de fornecimento através da manutenção de estoques na Venezuela, pois o mercado local ainda é pouco conhecido pelos fabricantes brasileiros.

Da mesma forma, o Chile também não projeta boas perspectivas de desenvolvimento da indústria coureiro-calçadista, pois tem desvantagens competitivas estruturais, decorrentes da escassez de oferta doméstica de fatores e de insumos e do reduzido mercado interno. Além disso, suas empresas (as pequenas em especial) são defasadas tecnologicamente.

Apesar de as perspectivas de crescimento da indústria calçadista chilena não serem boas, é necessário que os fabricantes brasileiros preservem esse mercado, porque o país é considerado, por agências internacionais e por alguns setores formadores de opinião, como sendo o *primeiro mundo do terceiro mundo*. O *The World Competitiveness Yearbook*, de 1999, coloca o Chile na 25ª posição do *ranking* dos mais competitivos do mundo, à frente de países como Itália, Argentina, Brasil e México e de tigres asiáticos como Malásia, Coréia e Indonésia.

Com relação ao México, sua indústria de calçados cresceu na mesma proporção verificada na China entre 1993 e 1998, período em que ambos os países apresentaram as maiores taxas de crescimento da indústria de calçados, cuja taxa média mundial foi cerca de 4,3%.

A proximidade dos Estados Unidos – maior mercado mundial em capacidade efetiva de compra – e as características estruturais que detém, extremamente atrativas para o desenvolvimento da indústria de calçados, projetam o México, a médio prazo, como um dos mais importantes complexos calçadistas do mundo.

A tendência é o país transformar-se em um *player* global, desenvolvendo um complexo calçadista denso, com baixo conteúdo de importações. Por essa razão, o México deve ser visto não apenas como um mercado importador, mas sim como um país com potencial de investimentos na produção local por parte de empresas brasileiras.

O Brasil é um dos grandes produtores mundiais de calçados e ainda tem forte potencial de crescimento. As áreas com maior possibilidade de expansão da indústria calçadista, em função do seu atraso com relação aos principais países, são as de comercialização e *design*. Na última década, as empresas brasileiras, em geral, se organizaram no sentido de produzir mais e melhor, mas investiram pouco em *design* e na área de comercialização, ressaltadas as honrosas exceções.

Apesar de o setor calçadista no Brasil estar atualmente investindo para aumentar as exportações, é importante destacar, também, a necessidade de fortalecimento do mercado interno. A abertura comercial deverá possibilitar a entrada de novas empresas multinacionais, causando, provavelmente, uma concorrência mais acirrada nos calçados de maior valor agregado. Porém, se as empresas brasileiras têm capacidade para concorrer no mercado internacional, não deverão encontrar maiores dificuldades para competir em nosso próprio mercado.

## Anexo

Tabela A.1

### Evolução do Mercado de Couro no Brasil em Quantidade – 1980/99

ANOS	PRODUÇÃO DE COURO CRU	IMPORTAÇÃO DE COURO	IMPORTAÇÃO/ PRODUÇÃO (%)	PRODUÇÃO + IMPORTAÇÃO	EXPORTAÇÃO DE COURO		
					Wet-Blue	Crust e Acabado	Total
1980	13.850.250	206.429	1,5	14.056.679	85.833	1.198.167	1.284.000
1981	13.788.650	779.158	5,7	14.567.808	459.333	1.274.667	1.734.000
1982	17.035.340	1.635.032	9,6	18.670.372	999.667	1.333.333	2.333.000
1983	16.325.000	1.726.207	10,6	18.051.207	1.666.667	2.332.333	3.999.000
1984	16.010.000	2.611.015	16,3	18.621.015	971.611	2.063.000	3.034.611
1985	17.330.000	1.712.643	9,9	19.042.643	1.276.333	1.983.833	3.260.166
1986	17.435.000	4.077.556	23,4	21.512.556	757.056	1.560.000	2.317.056
1987	16.893.000	2.673.024	15,8	19.566.024	797.056	2.611.667	3.408.723
1988	22.400.000	2.941.468	13,1	25.341.468	1.227.778	5.200.000	6.427.778
1989	23.000.000	3.347.404	14,6	26.347.404	2.503.778	2.600.167	5.103.945
1990	23.000.000	2.622.071	11,4	25.622.071	2.635.833	3.038.833	5.674.666
1991	23.500.000	1.860.650	7,9	25.360.650	2.464.040	2.663.886	5.127.926
1992	24.000.000	2.039.173	8,5	26.039.173	2.615.546	3.130.339	5.745.885
1993	24.500.000	2.831.255	11,6	27.331.255	2.671.417	3.640.101	6.311.518
1994	24.500.000	1.368.696	5,6	25.868.696	3.576.058	3.211.992	6.788.050
1995	27.000.000	1.800.000	6,7	28.800.000	6.101.534	2.836.916	8.938.450
1996	28.000.000	2.300.000	8,2	30.300.000	9.695.491	3.579.195	13.274.686
1997	29.000.000	3.000.000	10,3	32.000.000	10.616.700	3.818.185	14.434.885
1998	30.000.000	2.593.000	8,6	32.593.000	11.582.911	3.282.087	14.864.998
1999	30.000.000	2.500.000	8,3	32.500.000	10.326.520	4.211.099	14.537.619
<b>Total</b>	<b>437.567.240</b>	<b>44.624.781</b>	<b>10,2</b>	<b>482.192.021</b>	<b>73.031.162</b>	<b>55.569.800</b>	<b>128.600.962</b>

Fonte: Revista Courobusiness.

Tabela A.2

**Consumo, Produção, Exportação e Importação Mundiais de Calçados – 1993/98**

(Em Milhões de Pares)

	BRASIL	ARGENTINA	CHILE	CHINA	ESTADOS UNIDOS	HONG KONG	REINO UNIDO	ALEMANHA
<b>1993</b>								
Consumo	327	111	35	1.903	1.451	–	273	389
Produção	525	90	31	3.100	279	–	–	–
Exportação	198	4	4	1.200	–	1.106	–	–
Importação	4	24	7	–	1.200	1.207	203	393
<b>1994</b>								
Consumo	379	101	36	1.390	1.634	40	287	378
Produção	541	85	28	3.750	243	6	106	49
Exportação	165	4	3	2.369	34	1.406	35	57
Importação	4	20	11	9	1.426	1.440	216	386
<b>1995</b>								
Consumo	415	91	39	1.738	1.602	33	261	333
Produção	500	80	26	4.270	227	6	103	47
Exportação	130	5	3	2.540	35	1.447	35	51
Importação	45	15	16	8	1.409	1.474	213	337
<b>1996</b>								
Consumo	491	91	41	1.868	1.561	25	299	344
Produção	586	80	25	4.500	221	6	92	44
Exportação	143	4	2	2.634	36	1.389	40	51
Importação	48	16	18	2	1.376	1.408	247	351
<b>1997</b>								
Consumo	427	94	42	2.258	1.623	43	298	331
Produção	520	80	23	5.252	197	4	89	40
Exportação	142	4	2	2.996	37	1.259	39	54
Importação	49	18	21	2	1.462	1.298	248	345
<b>1998</b>								
Consumo	414	97	43	2.437	1.606	34	306	309
Produção	516	80	21	5.520	165	4	83	42
Exportação	131	4	2	3.086	36	1.026	37	58
Importação	29	21	25	3	1.477	1.056	260	325

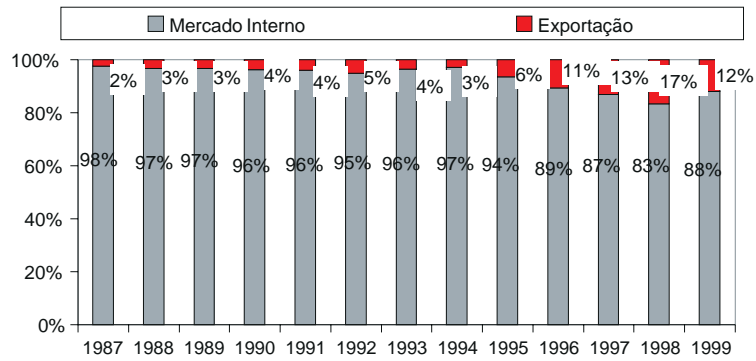
(continua)

	FRANÇA	MÉXICO	TURQUIA	VENEZUELA	INDONÉSIA	ÍNDIA	ITÁLIA	OUTROS	TOTAL
<b>1993</b>									
Consumo	342	202	–	27	–	208	205	9.287	<b>9.287</b>
Produção	–	173	–	27	357	413	419	9.955	<b>9.955</b>
Exportação	–	6	–	–	241	205	342	4.772	<b>4.772</b>
Importação	231	34	–	–	–	–	128	4.522	<b>4.522</b>
<b>1994</b>									
Consumo	338	193	–	27	234	340	195	8.283	<b>8.283</b>
Produção	155	172	–	27	500	440	471	9.166	<b>9.166</b>
Exportação	61	5	–	–	268	100	405	6.034	<b>6.034</b>
Importação	244	26	–	–	2	0	128	5.150	<b>5.150</b>
<b>1995</b>									
Consumo	341	177	–	47	338	337	189	8.812	<b>8.812</b>
Produção	152	179	–	35	547	462	476	9.605	<b>9.605</b>
Exportação	58	12	–	0	211	125	427	6.198	<b>6.198</b>
Importação	248	9	–	11	2	ND	140	5.405	<b>5.405</b>
<b>1996</b>									
Consumo	321	211	218	51	397	571	186	9.393	<b>9.393</b>
Produção	139	212	264	27	635	700	483	10.235	<b>10.235</b>
Exportação	58	20	54	0	241	130	430	6.257	<b>6.257</b>
Importação	240	18	8	8	3	1	133	5.415	<b>5.415</b>
<b>1997</b>									
Consumo	326	242	219	25	314	646	203	10.125	<b>10.125</b>
Produção	135	260	270	25	527	680	460	10.955	<b>10.955</b>
Exportação	56	30	61	–	227	34	415	6.375	<b>6.375</b>
Importação	246	12	10	–	14	0	158	5.545	<b>5.545</b>
<b>1998</b>									
Consumo	324	243	223	25	145	653	205	10.094	<b>10.094</b>
Produção	126	270	277	25	316	685	425	10.979	<b>10.979</b>
Exportação	54	39	64	0	173	32	382	6.205	<b>6.205</b>
Importação	252	12	11	0	1	0	162	5.321	<b>5.321</b>

Fontes: *Abicalçados, Serma e Satra*.

Gráfico A.1

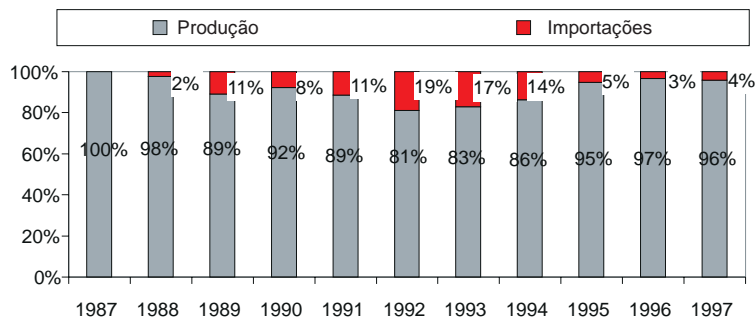
**Destino da Produção de Calçados do México – 1987/99**



Fonte: Serma.

Gráfico A.2

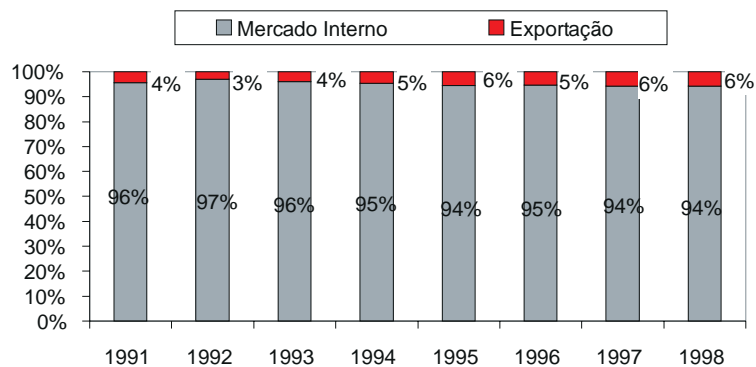
**Composição do Consumo Interno de Calçados no México – 1987/97**



Fonte: Serma.

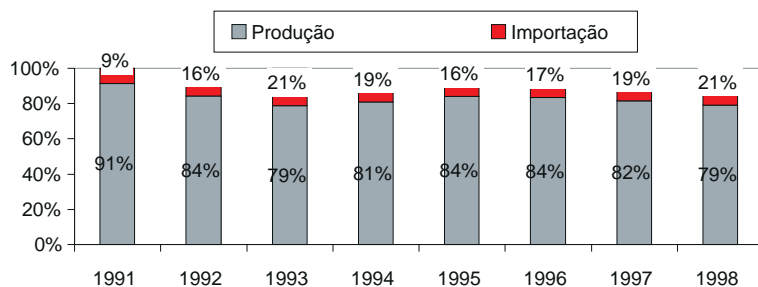
Gráfico A.3

**Destino da Produção de Calçados da Argetina – 1991/98**



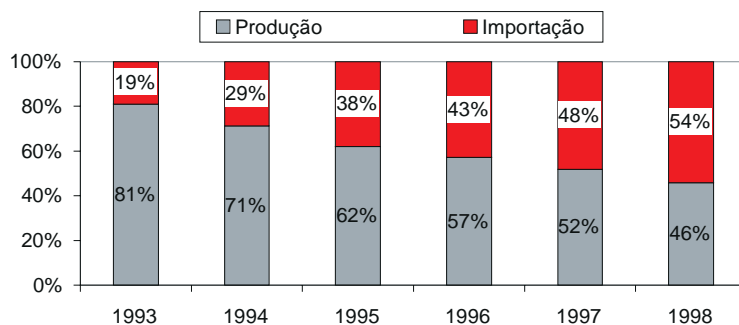
Fonte: Serma.

**Gráfico A.4**  
**Composição do Consumo Interno de Calçados na Argentina – 1991/98**



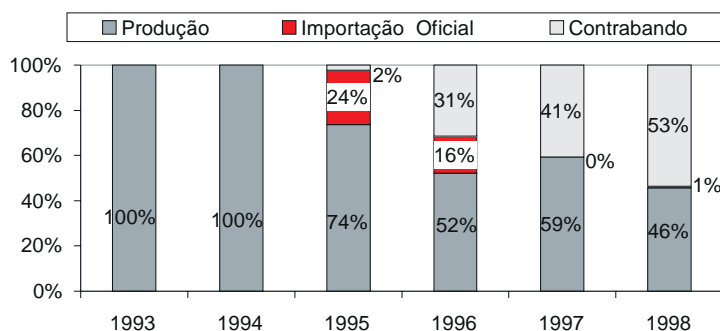
Fonte: Serma.

**Gráfico A.5**  
**Composição do Consumo Interno de Calçados no Chile – 1993/98**



Fonte: Serma.

**Gráfico A.6**  
**Composição do Consumo Interno de Calçados na Venezuela – 1993/98**



Fonte: Serma.

## Referências Bibliográficas

AMÉRICA CONSULTORIA E PROJETOS INTERNACIONAIS. *Estudo do mercado da América Latina para as indústrias de componentes e de máquinas para couros e calçados*. Porto Alegre, mar. 2000.

GORINI, Ana Paula Fontenelle, CORRÊA, Abidack Raposo. *A Indústria calçadista de Franca*. Rio de Janeiro: BNDES, dez. 2000 (Relato Setorial, 7/2000).

REIS, Carlos Nelson dos. *A indústria brasileira de calçados: inserção internacional e dinâmica interna nos anos 80*. Campinas, 1994.

REVISTA *Courobusiness*, ano 3, n. 12, jul./ago. 2000.

SAMELLO. *O sapato – um manual para o logista*. Franca, São Paulo.